



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO PARA OPTAR POR EL
TÍTULO DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR**

**TEMA:
ELABORACIÓN DE HARINA DE CÁSCARA DE MARACUYÁ PARA SU
COMERCIALIZACIÓN A HOLANDA-AMSTERDAM.**

**AUTORES:
BASTIDAS VARGAS KATHERINE ELIZABETH
CHÁVEZ MALAVÉ LUIS ANDRES**

**TUTOR:
ING. VICENTE BERNABÉ SALAZAR SOLEDISPA, MSc.**

GUAYAQUIL, SEPTIEMBRE 2016

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO: Elaboración de harina de cáscara de maracuyá para su comercialización a Holanda-Amsterdam.		
AUTOR/ES: BASTIDAS VARGAS KATHERINE CHÁVEZ MALAVÉ LUIS ANDRES		TUTOR: ING. VICENTE BERNABÉ SALAZAR SOLEDISPA
		EXAMINADORES: ING. JOSE LUIS ROMERO ING. MARIO MATA VILLAGOMEZ
INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL		FACULTAD: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA: INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR		
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2016-10-31		No. DE PÁGS: 125
TÍTULO OBTENIDO: INGENIERO (A) EN COMERCIO EXTERIOR		
ÁREAS TEMÁTICAS: Producción y comercialización.		
PALABRAS CLAVE: Harina de cáscara de maracuyá, planta, procesos, distribución.		
RESUMEN: En el presente trabajo sobre la harina de cáscara de maracuyá es dar a conocer sobre los beneficios de este producto y el impacto que tendrá internacionalmente ya que es un producto elaborado a base de la cáscara de la fruta el cual brinda muchos beneficios y propiedades realmente aprovechables. El estudio y elaboración de este producto se realizan para su exportación y comercialización hacia el mercado de Holanda - Ámsterdam en el período del 2017, y está orientado a la aplicación de herramientas de investigación, planeación estratégica, planeación y de proyectos de inversión, todo esto con el fin de satisfacer las necesidades de un segmento de mercado. Se basó a realizar este proyecto en métodos inductivos, en una metodología con diseño descriptivo exploratorio dirigido a Holanda - Ámsterdam los cuales tiene una población de algo más de 810,000 habitantes. Gracias a la investigación realizada se puede determinar que el proyecto es viable y rentable por lo que los estados financieros dieron como resultados un VAN sin financiamiento de \$151,850.75 y con financiamiento de \$166,221.00. Con estos resultados se calculó una TIR de 33% mayor al costo de capital del 14%. Para producir este producto se realiza un análisis en el cual se puede manifestar que ayuda al desarrollo industrial del país lo que aportará a mantener una balanza comercial favorable ya que el mercado se abastece principalmente por importaciones. El objetivo principal es realizar un producto que genere un beneficio tanto en la salud de las personas y a su vez haciendo conocer al Ecuador como uno de los principales productores y exportadores de harina de cáscara de maracuyá.		
No. DE REGISTRO (en base de datos):		No. DE CLASIFICACIÓN:
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:		☒ SI ☐ NO
CONTACTO CON AUTOR/ES 1.- Bastidas Vargas Katherine Elizabeth 2.- Chávez Malavé Luis Andrés		Teléfono: 1.- 0967009851 2.- 0982770352
		E-mail: kaherinbastidasvargas@gmail.com lchavez.amerint@gmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:		Nombre: Secretaría de la Facultad
		Teléfono: (04) 2596830
		E-mail: fca.infocomputo@ug.edu.ec

CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO (URKUND)

← ↻ 🏠 <https://secure.arkund.com/view/21661177-280458-326313#q16KLvayjY01NIiND6XMTY10JExMINM-MTWO1VEqzKzPy0zLTE7MS05VajLQMzAQM7YONzE0Nz> 🔖

Aplicaciones Banca Virtual Canale Google Importado desde Firefox Katherin Salazar Academicos El Verificador de plagio Bases Especializadas Traductor de Google Otros marcadores

URKUND

Documento: [1 BASTIDAS CHAVEZ - ELABORACION DE HARINA DE CASCARA DE MARACUYA PARA SU COMERCIA.docx](#)
(D21970726)

Presentado: 2016-09-25 18:06 (+05:00)

Presentado por: Vicente Salazar (vicentebernabes@gmail.com)

Recibido: vicente.salazar.ug@analysis.arkund.com

Mensaje: (TT-PREG-PCA-UG-2016) [Mostrar el mensaje completo](#)

2% de esta aprox. 39 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 4 fuentes.

Lista de fuentes Bloques

Categoría	Enlace/nombre de archivo
Web	BASTIDAS CHAVEZ - ELABORACION DE HARINA DE CASCARA DE MARACUYA PARA SU COMERCIA...
Trab. titul.	1 Trab. titul. - Martinez-Velez 24-04-2016-10.docx
Tesis	Tesis Quifresh Junio.docx
Web	http://geografia.laguia2000.com/geografia-de-la-poblacion/paises-bajos-poblacion
Web	http://www.datosmacro.com/paises/holanda

Fuentes alternativas

100% #48 Activo

Elaborado por: Los autores Barreras arancelarias y no arancelarias

Barreras Arancelarias

La empresa que realice la importación en

Holanda aplicará la siguiente tarifa arancelaria a las importaciones correspondientes a la subpartida 1106.30.90.00 procedente de Ecuador como Harina de Cascara de Maracuyá. Código Designación de la mercancía Advalorem Preferencia arancelaria 1106.30.90.00 --- Los demás 8.30% 0%

Tabla 16 Barreras arancelarias

1.

Elaborado por: Los autores

Barreras no Arancelarias Los requerimientos para la subpartida 1106.30.90.00

denominada como las demás harinas Harina, sémola y polvo de las legumbres secas de la partida 0713, de sagú o de las raíces o tubérculos de la partida 0714 o de los productos del capítulo 8,

son los siguientes: 2. Control de los contaminantes alimenticios en alimentos. 3. Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal. 4. Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en los alimentos

Archivo de registro Urkund: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL / Tesis Quifresh Junio.docx 100%

Elaborado por: Los Autores 4.3.7. BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS 4.3.7.1.

BARRERAS ARANCELARIAS

Windows Taskbar: 21:39 25/9/2016



Ing. Vicente Bernabé Salazar Soledispa, MSc.

Registro Senescyt # 1006-10-707074



CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Habiendo sido nombrado Tutor de Trabajo de Titulación, como requisito para optar por el Título de Ingeniería en Comercio Exterior presentado por las estudiantes:

Katherine Elizabeth Bastidas Vargas con C.C. 0930083951

Luis Andrés Chávez Malavé con C.C. 0940652506

Tema: “Elaboración de harina de cáscara de maracuyá para su comercialización a Holanda-Amsterdam.”

Certifico que he revisado y aprobado en todas sus partes la estructura metodológica del trabajo de Titulación ya que es la adecuada y cumple los requisitos que determina la investigación científica, lo cual constituye un aporte a la investigación sobre el Comercio Exterior y se encuentra acorde a los parámetros adecuados en sus conclusiones y recomendaciones; por lo tanto, se encuentra apto para la sustentación.

Ing. Vicente Bernabé Salazar Soledispa, MSc.

Registro Senescyt # 1006-10-707074

CERTIFICADO DE REVISIÓN DE LA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA

Yo, Lcda. Nora Ordóñez Anastacio, Certifico que he revisado la redacción y la ortografía del contenido de la Tesis con el Tema: **"ELABORACIÓN DE HARINA DE CÁSCARA DE MARACUYÁ Y SU DISTRIBUCIÓN AL MERCADO DE HOLANDA - AMSTERDAN"**, elaborado por **BASTIDAS VARGAS KATHERINE ELIZABETH** con cédula de ciudadanía N° **0930083951** y **CHAVEZ MALAVE LUIS ANDRES** con cédula de ciudadanía N° **0940652506** previo a la obtención del Título Académico: **INGENIEROS EN COMERCIO EXTERIOR**.

Para el efecto he procedido a leer y analizar de manera profunda el estilo y la forma del contenido y anexos. Concluyendo que:

- Se denota la pulcritud en la escritura en todas sus partes.
- La acentuación es precisa.
- Se utilizaron los signos de puntuación de manera acertada.
- En todos los ejes temáticos se evita los vicios de dicción.
- Hay concreción y exactitud en las ideas.
- No incurre en errores en la utilización de las letras.
- La aplicación de la sinonimia es correcta.
- Se maneja con conocimiento y precisión la morfosintaxis.
- El lenguaje es pedagógico, académico, sencillo y directo, por lo tanto de fácil comprensión.

Por lo expuesto, y en uso de mis derechos como Lcda. en Literatura y Castellano, recomiendo la **VALIDEZ ORTOGRÁFICA** de su tesis previo a la obtención del Grado Académico: **INGENIEROS EN COMERCIO EXTERIOR**.

Atentamente,


Lcda. Nora Ordóñez Anastacio
en Literatura y Español
Reg. 1006 - 03 - 420899

RENUNCIA DE DERECHOS DE AUTOR

Por medio de la presente certifico que los contenidos desarrollados en esta tesis son de absoluta propiedad y responsabilidad de BASTIDAS VARGAS KATHERINE ELIZABETH con C.C. 0930083951 Y CHÁVEZ MALAVÉ LUIS ANDRÉS con C.C. 0940652506

Tema o Título del Proyecto: "ELABORACIÓN DE HARINA DE CÁSCARA DE MARACUYÁ Y SU COMERCIALIZACIÓN AL MERCADO DE HOLANDA - ÁMSTERDAM

Derechos que renunciamos a favor de la universidad de Guayaquil, para que haga uso como a bien tenga.



BASTIDAS VARGAS KATHERINE ELIZABETH
C.C. 0930083951



CHÁVEZ MALAVÉ LUIS ANDRÉS
C.C. 0940652506

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis en primer lugar a Dios y a mis padres ellos han sido mi fortaleza en todo el camino recorrido.

Dios siempre ha sido mi guía mi fortaleza para seguir adelante, mis padres han sido los pilares fundamentales en mi vida, su preocupación hacia mi bienestar y educación depositando su confianza en cada meta que me he propuesto sin dudar en ningún solo momento en mis capacidades, sin ellos no lo hubiese logrado.

Katherine Elizabeth Bastidas Vargas

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios y a mi familia quienes han sido el motor fundamental para lograr mis objetivos y metas en mi carrera.

A Dios que siempre ha sido mi guía espiritual y mis padres quienes siempre se esmeraron en darme su apoyo incondicional en cada etapa universitaria en cada etapa de mi vida, ellos quienes me alentaron a seguir luchando día a día y jamás rendirme.

Luis Andrés Chávez Malavé

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme vida y por haberme guiado en cada paso dado, también agradezco a mis padres porque han sido el motor de mi vida, a los docentes porque gracias a ellos aprendí a esforzarme y salir adelante ante cualquier adversidad y también a sus enseñanzas de vida.

Al director de la carrera Msc., Rafael Apolinario gracias a su dedicación en su labor hemos alcanzado a llegar a la meta tan anhelada.

Katherine Elizabeth Bastidas Vargas

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por haberme dado la vida y haber me cuidado paso a paso en mi día a día, y a mi familia por ser siempre mi apoyo incondicional mis padres quienes en ningún momento dudaron de mí, siempre han estado ahí para mí apoyándome en todo momento, también a mis amigos y profesores quienes con su experiencia, conocimientos y consejos me han enseñado a superar adversidades.

También agradezco al director de la carrera Msc., Rafael Apolinario gracias a su dedicación incansable en su labor logrando que la carrera de Ing. en comercio exterior sobresalga en lo académico.

Luis Andrés Chávez Malavé

RESUMEN

En el presente trabajo sobre la harina de cáscara de maracuyá es dar a conocer sobre los beneficios de este producto y el impacto que tendrá internacionalmente ya que es un producto elaborado a base de la cáscara de la fruta el cual brinda muchos beneficios y propiedades realmente aprovechables.

El estudio y elaboración de este producto se realizan para su exportación y comercialización hacia el mercado de Holanda - Ámsterdam en el período del 2017, y está orientado a la aplicación de herramientas de investigación, planeación estratégica, planeación y de proyectos de inversión, todo esto con el fin de satisfacer las necesidades de un segmento de mercado. Se basó a realizar este proyecto en métodos inductivos, en una metodología con diseño descriptivo exploratorio dirigido a Holanda - Ámsterdam los cuales tiene una población de algo más de 810,000 habitantes.

Gracias a la investigación realizada se puede determinar que el proyecto es viable y rentable por lo que los estados financieros dieron como resultados un VAN sin financiamiento de \$151,850.75 y con financiamiento de \$166,221.00. Con estos resultados se calculó una TIR de 33% mayor al costo de capital del 14%.

Para producir este producto se realiza un análisis en el cual se puede manifestar que ayuda al desarrollo industrial del país lo que aportará a mantener una balanza comercial favorable ya que el mercado se abastece principalmente por importaciones.

El objetivo principal es realizar un producto que genere un beneficio tanto en la salud de las personas y a su vez haciendo conocer al Ecuador como uno de los principales productores y exportadores de harina de cáscara de maracuyá.

Palabras claves: harina de cáscara de maracuyá, planta, procesos, distribución.

ABSTRACT

In the present work on shell flour passion fruit is to raise awareness about the benefits of this product and the impact internationally because it is a product made from the rind of the fruit which offers many benefits and properties really usable.

The study and development of this product are made for export and marketing to market of Netherlands - Amsterdam in the period of 2017 and is application-oriented research tools, strategic planning, planning and investment projects, all this in order to meet the needs of a market segment. It was based on this project in inductive methods in a descriptive exploratory design methodology aimed at Netherlands - Amsterdam which has a population of just over 810,000 inhabitants.

Thanks to the research carried out can be determined that the project is viable and profitable so that the financial statements as results gave an NPV of \$ 151,850.75 without financing and financing of \$ 166,221.00. With these results we calculated an IRR of 33% higher cost of capital of 14%.

To produce this product an analysis which can manifest that helps the country's industrial development is done it will bring to maintain a favorable balance of trade as the market is mainly supplied by imports.

The main objective is to make a product that generates a benefit both the health of people and in turn making known to Ecuador as one of the leading producers and exporters of passion fruit shell flour.

Keywords: passion fruit shell flour, plant, processes, distribution.

Tabla de Contenido

Portada.....	i
Ficha Repositorio Ciencia y Tecnología.....	ii
Certificación del Tutor.....	iii
Certificado del Gramatólogo.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vii
Derechos de Autor.....	ix
Resumen.....	x
Abstract.....	xi
Índice.....	xii
Introducción.....	1
Estructura de los capítulos.....	2
Antecedentes.....	4
Planteamiento del problema.....	5
1 Capítulo 1.....	1
Descripción del negocio	1
1.1 Misión	1
1.2 Visión.....	1
1.3 Objetivos	1
1.3.1 Objetivo General.	1
1.3.2 Objetivos Específicos.	2
1.4 Descripción de las líneas de productos.	2
1.5 Cadena de valor.	2
1.5.1 Logística interna (de entrada).	2
1.5.2 Operaciones (producción).....	2
1.5.3 Logística externa (de salida).	3
1.5.4 Marketing y ventas.	3
1.5.5 Servicio.....	3
1.6 Análisis FODA.....	3
1.6.1 Fortalezas.	3
1.6.2 Oportunidades.	4
1.6.3 Debilidades.....	5
1.6.4 Amenazas.	5
2 Capítulo dos.	7
Plan de marketing.....	7

2.1	Análisis Sectorial.....	7
2.1.1	Las fuerzas competitivas.....	8
2.1.2	Acciones de los competidores.....	10
2.1.3	Evaluación del atractivo del sector.	11
2.2	Mercados Meta. Posicionamiento.....	12
2.3	Estrategia de Marketing.....	12
2.3.1	Objetivos de marketing y ventas Market Share.....	12
2.3.2	Diseño de la investigación.	14
2.3.3	Tipos de investigación	15
2.3.4	Población y muestra.....	16
2.3.5	Muestra.....	16
2.3.6	Técnicas e instrumentos de investigación	18
2.3.7	Tabulación, análisis, interpretación y presentación de los resultados.	22
2.3.8	Análisis estadístico	22
2.3.9	Análisis de la Demanda	32
2.3.10	Análisis de la Oferta	33
2.3.11	Oferta proyectada	35
2.3.12	Políticas de precios	36
2.3.13	Estimación de Ventas para 10 años.....	37
2.3.14	Estrategia de ventas	37
2.3.15	Estrategia de Ventas y Comunicación	38
3	Capítulo tres.	42
3.1	3.1 Tamaño. Factores Determinantes.....	42
3.1.1	Mercado.....	42
3.1.2	Segmentación del Mercado.....	43
3.1.3	Demografía de Holanda.....	43
3.1.4	Tamaño mínimo económico	46
3.1.5	Capacidad Empresarial y Financiera.....	47
3.1.6	Plan de Exportación.....	47
3.1.7	Requisitos para la Exportación de Ecuador a Países Bajos (Holanda)	49
3.1.8	Acuerdos Comerciales con la Unión Europea.....	49
3.1.9	Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC)	50
3.1.10	Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (MSFs).....	51

3.1.11	Instrumentos de Defensa Comercial	51
3.1.12	Clasificación Arancelaria.....	52
3.1.13	Barreras arancelarias y no arancelarias	52
3.1.14	Consideraciones del Mercado en Destino	53
3.1.15	Incoterms.....	54
3.1.16	Logística de Exportación	54
3.2	Localización	61
3.2.1	Factores Determinantes	61
3.2.2	Métodos de localización	62
3.3	Plan de Producción	63
3.3.1	Materiales y Materias primas.....	63
3.3.2	Fuentes de suministros y proveedores	64
3.3.3	Metodos y Tecnologías de Producción	66
3.3.4	Equipamiento.....	67
3.3.5	Riesgos críticos y planes de contingencia	68
4	Capítulo cuatro.	69
4.1	El equipo gerencial, antecedentes, cargos y responsabilidades, conocimientos, actitudes y habilidades en función del proyecto.	69
4.1.1	Gerente General.....	70
4.1.2	Jefe Administrativo / Contador.....	70
4.1.3	Jefe de Producción.....	71
4.1.4	Personal de planta.....	72
4.1.5	Mensajero / chofer	72
4.2	Cantidad de personal y perfiles de los puestos clave	73
4.3	Organigrama.....	74
5	Capítulo cinco.	75
	Plan de inversión.	75
5.1	Inversión fija	75
5.2	Inversión en intangibles.....	76
5.3	Inversión en capital de trabajo	78
5.4	Resumen de inversión.....	80
5.5	Costos.....	81
5.6	Beneficios proyectados.....	82

5.7	Punto de equilibrio	83
5.8	Proyecciones financieras sin financiamiento	84
5.8.1	Flujo de caja sin financiamiento	85
5.9	Proyecciones financieras con financiamiento.	86
5.9.1	Costo de capital	86
5.9.2	Pago de interés y amortización del préstamo.	87
5.10	Proyecciones financieras con financiamiento	88
5.10.1	Estado de resultado.....	88
5.10.2	Flujo de caja con financiamiento	90
5.11	Explicación y supuestos sobre los que se basan las proyecciones.....	92
5.12	Evaluación financiera	94
5.12.1	Indicadores financieros.	94
5.12.2	Valor actual neto (VAN).	94
5.12.3	Tasa interna de retorno (TIR).	97
5.13	Conclusiones y Recomendaciones.....	99
5.13.1	Conclusiones.	99
5.13.2	Recomendaciones	99
6	Bibliografía	100

Indice de Tablas de Ilustraciones

Tabla 1	17
Tabla 2	22
Tabla 3	23
Tabla 4	24
Tabla 5	25
Tabla 6	26
Tabla 7	27
Tabla 8	28
Tabla 9	29
Tabla 10	30
Tabla 11	31
Tabla 12.....	33
Tabla 13.....	35
Tabla 14.....	37
Tabla 15	52
Tabla 16	53
Tabla 17	54
Tabla 18.....	60

Tabla 19	66
Tabla 20	75
Tabla 21	76
Tabla 22	77
Tabla 23	77
Tabla 24	78
Tabla 25	80
Tabla 26	81
Tabla 27	82
Tabla 28	83
Tabla 29	84
Tabla 30	85
Tabla 31	86
Tabla 32	87
Tabla 33	88
Tabla 34	89
Tabla 35	90

Introducción

La idea de proyecto a efectuar, es realmente beneficiosa por que se cuenta con un país productor de maracuyá en todas sus estaciones por lo cual actualmente se tiene un mercado exportador de su concentrado y de su pulpa que aprovechan los beneficios internos de esta magnífica fruta desechando su cáscara tirando así a la basura un producto que con la debida elaboración es tan importante y provechoso para la salud.

El estudio se interesa en elaborar este producto para su distribución en el exterior que es más apetecido y conocido cumpliendo con los estándares que exigen las entidades reguladoras de los productos elaborados como lo es Pro Ecuador, para cumplir con estas normas se asiste a capacitaciones que realizan las entidades públicas para dar conocimiento de los estándares de calidad que se deben cumplir para su distribución externa, por el cual se trabaja para poder alcanzar el producto estrella y con esto aportar en la generación de empleo en el país y satisfacer las necesidades de consumos en el mercado internacional y ser conocidos como un país que tiene productos de alta calidad.

Hoy por hoy entre los jóvenes una palabra muy común es hablar de emprendimiento, según indicadores del Banco Mundial, Ecuador es uno de los países que más emprendimientos presenta, aunque la tasa de cierre sea elevada en los primeros años, y de esto algunos dirán que su producto o servicio no fue lo suficientemente innovador, o que el estudio del mercado no fue el adecuado.

Estructura de los capítulos

Capítulo 1 denominado descripción del negocio se compone de: misión, visión, objetivo general y específicos, descripción de las líneas de productos, cadena de valor, logística interna, operaciones (producción), logística externa (de salida), marketing y ventas, servicio, análisis FODA(Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

Capítulo 2 comprende: Análisis sectorial, fuerzas competitivas, acciones de los competidores, evaluación del atractivo del sector, mercado meta y posicionamiento, estrategia de marketing y ventas marketshare, diseño de la investigación, tipos de investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos de investigación, tabulación, análisis estadístico, análisis de la demanda y de la oferta, oferta proyectada, políticas de precios, estimación de ventas, estrategias de ventas y comunicación.

Capítulo 3 comprende: Tamaño y factores determinantes, mercado, segmentación del mercado, demografía de Holanda, tamaño mínimo económico, capacidad empresarial y financiera, plan de exportación, requisitos para la exportación, acuerdos comerciales con la Unión Europea, obstáculos técnicos al comercio, medidas sanitarias y fitosanitarias, instrumentos de defensa comercial, clasificación arancelaria, barreras arancelarias y no arancelarias, consideraciones del mercado, Incoterms, localización, factores determinantes, métodos de localización, plan de producción, materiales y materias primas, fuentes de suministros, métodos y tecnologías de producción, equipamiento, riesgos críticos y planes de contingencia.

Capítulo 4 comprende: Equipo gerencia, antecedentes, cargos, responsabilidades, conocimientos, actitudes, habilidades en función del proyecto, características del gerente general, jefe administrativo, jefe de producción, personal de planta, mensajero, cantidad de personal y perfiles de los puestos claves, organigrama.

Capítulo 5 comprende: Plan de inversión, inversión fija, inversión en intangibles, inversión en capital de trabajo, resumen de inversión, costos, beneficios proyectados, proyecciones financieras sin financiamiento, flujo de caja sin financiamiento, proyecciones financieras con financiamiento, costo de capital, pago de interés y amortizaciones, estado de resultado, flujo de caja con financiamiento, explicación y supuestos sobre los que se basan las proyecciones, evaluación financiera, indicadores financieros, valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), conclusiones y recomendaciones del proyecto.

Capítulo 6 comprende la bibliografía o fuentes de investigación para la elaboración del proyecto.

Antecedentes

El origen de la maracuyá es incierto pero lo más probable es que sea nativa de las tierras cálidas del trópico de Brasil, las plantaciones de maracuyá pueden durar años por lo que su producción es constante.

Gracias a las bondades de la maracuyá se ha realizado un modelo de negocio en el cual se crea un producto innovador de principal materia prima la cáscara de maracuyá, el cual según estudios es muy utilizada para usos medicinales.

Esta deliciosa fruta con el pasar de los años ha incrementado su fama debido a los descubrimientos en los que cada vez destacan que son mayores las propiedades antioxidantes y antiinflamatorias como también se ha demostrado que es un efectivo energizante en el cual ayuda al metabolismo a eliminar las grasas depositadas en los diferentes tejidos que posee el cuerpo humano, lo cual es utilizado como un práctico adelgazante y además de esto ayuda a evitar el riesgo de ciertas alteraciones y enfermedades.

Por esto y muchas más bondades que presenta esta exótica fruta se decidió realizar un modelo de negocio en el cual se pueda aprovechar todas las propiedades y realizar un producto que genere un beneficio tanto en la salud de las personas y a su vez haciendo conocer al Ecuador como uno de los principales productores y exportadores de harina de cáscara de maracuyá.

Planteamiento del Problema

Como principal materia prima del producto a investigar es la cáscara de maracuyá, el cual se puede convertir o transformar en distintos productos elaborados, los cuales el Ministerio de Salud Pública y las entidades permiten su distribución internamente junto con el cumplimiento de ciertos requisitos del Ministerio de Salud Pública y las entidades reguladoras de los productos elaborados en el Ecuador. Es por esto que el producto a crear, deberá acogerse a los requisitos de todas estas normas y se deberá realizar un exhaustivo estudio de todas las exigencias que demanda el Estado Ecuatoriano para su producción y el mercado internacional para su distribución.

El principal compuesto de la harina maracuyá será su cáscara, el cual es un suplemento alimenticio con un sinnúmero de beneficios realmente aprovechables, lo que ofrecerá al consumidor una vida con mucha vitalidad, energía y fuerza con un producto que lo ayude a llegar a sus ideales.

Hoy por hoy la situación política - financiera que vive el país sufre de un desequilibrio lo que genera un aumento del riesgo país, por lo cual se ha visto afectada la inversión teniendo una disminución notable que ha traído consigo consecuencias como falta de recursos económicos.

Se planea realizar este proyecto para llevar un producto hacia el mercado de los Países Bajos por ser un producto innovador aprovechando las grandes alianzas estratégicas que entran en vigor con la Unión Europea.

Formulación y sistematización del problema

Detallamos a continuación todo lo referente a lo que comprende la formulación del problema así como también su debida sistematización.

Formulación del problema

¿Cómo incide la elaboración de la harina de cáscara de maracuyá y su comercialización hacia el mercado internacional - Holanda?

Sistematización del problema

- ¿Cómo analizar la oferta y la demanda de harina de cáscara de maracuyá en el mercado de Holanda?
- ¿Cómo determinar la localización óptima y el tamaño del proyecto equipos e instalaciones para la producción?
- ¿Cómo lograr una estructurar adecuada para el departamento de RRHH?
- ¿Cuál es el estudio de factibilidad financiera de la propuesta mediante el cálculo del VAN y la TIR?

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Elaborar un modelo de planta procesadora de harina de cáscara de maracuyá para su comercialización hacia el mercado internacional - Holanda?

Objetivos específicos

- Analizar la oferta y la demanda de harina de cáscara de maracuyá en el mercado de Barcelona - España.
- Determinar la localización óptima y el tamaño del proyecto equipos e instalaciones para la producción
- Definir y estructurar el Departamento de RRHH.
- Determinar la factibilidad financiera de la propuesta mediante el cálculo del VAN y la TIR.

Justificación teórica

La Harina de cáscara de maracuyá será un suplemento elaborado a partir de la misma, pero no será cualquier suplemento vitamínico será un suplemento alimenticio con un sinnúmero de beneficios y propiedades realmente aprovechables. Debemos entender algo acerca del comportamiento de las personas en la actualidad, y es que las personas cada vez se preocupan más por su figura, por estar en forma y lucir cada vez mejor gozando de una buena vida con vitalidad, energía y fuerza, por lo tanto, que mejor que un producto que les ayude a llegar a su ideal, sin privarlos de un delicioso sabor, la cual mediante múltiples estrategias de marketing daremos a conocer al consumidor así y que el mismo pueda gozar de sus múltiples beneficios como: moderación del apetito, prevención de padecimientos del colon irritable, cáncer de colon y mamas, regulación de la absorción de azúcares, eliminación de las grasas, equilibrio de la función del aparato digestivo, entre otros.

Justificación practica

Consideramos que nuestra investigación tiene una justificación práctica, ya que su desarrollo ayuda a resolver un problema que en la actualidad se percibe con más fuerza como es el querer adelgazar o cuidar la salud, por lo que proponemos estrategias para nuestro producto que al aplicarse contribuirían a resolverlo.

Justificación metodológica

En base al Modelo de Negocio que se está desarrollando se podrá dar a conocer si la implementación de la Fábrica de Harina de cáscara de maracuyá será un proyecto factible y rentable. Todo esto puede ser analizado en base de datos estadísticos, de las encuestas realizadas a distintos sectores de Barcelona-España.

Las herramientas, procesos y técnicas a utilizar en esta investigación son: Diseño, población y muestra, métodos, encuestas y el cuestionario de preguntas utilizado como instrumento de la investigación

1 Capítulo 1

Descripción del negocio

1.1 Misión

La misión del proyecto de investigación es crear un producto que contenga propiedades y bondades garantizando así su buena calidad para competir en el mercado de Holanda-Amsterdam.

La misión es estar dispuesto a cubrir todo tipo de necesidades que puedan tener nuestros futuros clientes, mostrando siempre un valor agregado cómo será la atención y beneficios que ofrece este producto y la acogida que puede tener en el mercado internacional.

1.2 Visión

Dar a conocer el producto al mercado local, regional y nacional ayudando así a la matriz productiva de nuestro país adquiriendo experiencia para así llegar a nuevos consumidores como lo es el mercado internacional de Amsterdam-Holanda y formar así cadenas de distribución interna y externamente.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General.

Elaboración de un plan para la fabricación de Harina de Cáscara de Maracuyá para su comercialización en el mercado de Holanda-Ámsterdam.

1.3.2 Objetivos Específicos.

- Analizar la oferta y la demanda de harina de cáscara de maracuyá en el mercado local regional e internacional especialmente en el mercado de Amsterdam-Holanda
- Determinar la localización óptima y el tamaño del proyecto equipos e instalaciones para la producción.
- Definir y estructurar el departamento de Recursos Humanos.

1.4 Descripción de las líneas de productos.

El producto será elaborado a base de la cáscara de maracuyá lo cual formará una harina que será un suplemento alimenticio con un sinnúmero de beneficios realmente aprovechables lo que ofrecerá al consumidor una vida con mucha vitalidad, energía y fuerza con un producto que lo ayude a llegar a sus ideales. La presentación será en funda de polietileno de 500 gr.

1.5 Cadena de valor.

1.5.1 Logística interna (de entrada).

Se empezará con un proceso que agrupa todas las actividades operativas internas de recepción, control de inventario almacenamiento y finalmente transporte.

1.5.2 Operaciones (producción).

Se realizarán de forma planificada el ensamblaje, empaquetado, pruebas de maquinaria, mantenimiento del equipo y las respectivas pruebas para realizar de forma planificada las actividades innovadoras que transformaran la materia prima en el producto final.

1.5.3 Logística externa (de salida).

Para optimizar los procesos de manera eficiente tal que ayude a reducir los gastos y aumentar la productividad para conseguir que el producto llegue a los clientes se realizará el debido almacenamiento, atención de los pedidos, gestión de distribución y atención de pedidos.

1.5.4 Marketing y ventas.

Las actividades y estrategias debidamente estudiadas y analizadas para ser asociadas en busca de conseguir compradores que adquieran el producto, incluyendo: selección de canal de distribución, publicidad, promoción, ventas, asignación de precios, gestión de ventas mayoristas.

1.5.5 Servicio.

Son las actividades que dan un valor agregado al valor del producto, incluyendo: soporte de cliente, mejoras en la atención al cliente, excelente comunicación verbal, excelente presencia, amabilidad y comprensión, entrenamiento constante en relaciones humanas, actualizaciones, garantías, etc.

1.6 Análisis FODA

1.6.1 Fortalezas.

- La harina de cáscara de maracuyá es un producto innovador por el cual se estima que pueda ser un producto revolucionario en el mercado local.
- La materia prima para elaborar la harina de cáscara de maracuyá es económica y de fácil adquisición.

- Las bondades y beneficios que ofrece el suplemento alimenticio tendrán mucha acogida ya que ayudan a combatir las enfermedades más comunes de los ciudadanos como la obesidad.
- Se llegaría a ser una de las primeras empresas en exportar la harina de cáscara de maracuyá hacia el mercado de Holanda dando así a las oportunidades de incursionar en nuevos mercados.
- A través de todos los conocimientos adquiridos en el ámbito de comercio exterior se podrá minimizar los diferentes factores de riesgo que logística implica.

1.6.2 Oportunidades.

- Aprovechar que en el Ecuador la adquisición de la materia prima para la elaboración de la harina de cáscara de maracuyá de fácil adquisición debido a que varias empresas exportan extracto de pulpa de maracuyá y la cáscara queda sin uso alguno.
- Cubrir en el mercado una demanda nueva de clientes que actualmente se encuentran insatisfechos debido a que varios productos que no aportan lo suficiente hacia su salud.
- Impulsar un nuevo producto que además de ser una excelente opción para la salud ayude también a la prevención de varias enfermedades.
- Dar a conocer a las personas que la harina de cáscara de maracuyá además de ser un producto que ayuda a mejorar su salud, también mejorará su apariencia y figura.

1.6.3 Debilidades.

- Adquirir la confiabilidad de los futuros clientes por lo que el producto es nuevo en el mercado reemplazando la harina tradicional y a su vez siendo utilizado como suplemento alimenticio.
- Falta de experiencia en un mercado al cual se está ingresando.
- Lograr una conexión emocional positiva entre el consumidor y el producto.
- Los diferentes cambios legales que se puedan dar en el país..

1.6.4 Amenazas.

- Competencia que se encuentre posicionada en el mercado pueden abaratar sus costos para tratar de ofrecer precios más competitivos
- El Ecuador se encuentra actualmente en una economía muy inestable y el aumento del costo de insumos podría afectar la producción.
- El incremento de impuestos podría afectar a la adquisición de equipos para una posible expansión de la planta a futuro.
- Implementación de nuevas reformas de constitución o Normativas Legales.
- Ausencia de Relaciones Exteriores e implementación de varios impuestos en el país que afectarían a las negociaciones internacionales.
- Falta de Lealtad de los clientes ante nuevas empresas con el mismo producto.

FO (Fortalezas y Oportunidades): En base a los grandes beneficios que ofrece la harina de cáscara de maracuyá y a la oportunidad que se tiene en el mercado internacional, se deberá entablar buenas negociaciones con el mercado de Holanda, ya que Holanda es un mercado de entrada hacia la Unión Europea, por lo cual al tener la materia prima a bajo costo

en el Ecuador se podrá lanzar un precio competitivo hacia el mercado internaciones logrando así expandir levantar el interés de otros mercados Europeos.

FA (Fortalezas y Amenazas): En el Ecuador la adquisición de la materia prima a menor costo es muy importante ya que hace que el precio de harina de cáscara de maracuyá sea más económica al momento de su exportación y gracias al acuerdo comercial con la Unión Europea la harina de cáscara de maracuyá ingresaría a Holanda con una preferencia arancelaria del 0%.

DO (Debilidades y Oportunidades): El tratado comercial que posee Ecuador con la Unión Europea que está por entrar en vigencia es una oportunidad muy favorable ya que así el producto ingresa con un costo competitivo, aplicando excelentes estrategias de marketing se llegará al corazón del consumidor ya que es un producto que tiene muchos beneficios para la salud de las personas.

DA (Debilidades y Amenazas): El ingresar a un mercado prácticamente desconocido y con un producto novedoso que muy pocos países lo producen es un gran reto ya que se deberá contar con una estrategia bien estructurada para poder competir en un mercado desconocido como es el Holanda, además a esto se deben cumplir con todas las normas y restricciones que establece la Unión Europea.

2 Capítulo dos.

Plan de marketing

2.1 Análisis Sectorial.

El proyecto a realizar deberá llevarse a cabo en el sector industrial, por lo que la principal materia prima para la elaboración de la harina es la cáscara de maracuyá.

La maracuyá tiene una gran ventaja la cual es el crecimiento acelerado en zonas tropicales y es muy utilizado en el sector industrial para su exportación hacia el mercado internacional como extracto de pulpa de fruta lo cual deja a la cáscara como desecho.

La harina de cáscara de maracuyá será nuevo en el mercado local pero en internacional existen pocas empresas que lo distribuyen y en muy pocos países se encuentra este producto.

Si se analiza el ámbito social y político se pueden destacar los siguientes puntos:

- En el Ecuador aún no existe el procesamiento de la harina de cáscara de maracuyá y tampoco se lo conoce como un suplemento el cual nos brindará muchos beneficios ya que en la actualidad tanto mujeres como hombres se preocupan por su apariencia física.
- Para ejecutar el proyecto de la elaboración de harina de cáscara de maracuyá se deberá analizar los diferentes aspectos que incurran en la implementación del proyecto.
- En un actual modelo de negocio quien se ve más afectado es la microempresa debido a la inestabilidad política ya que los cambios de gobierno y modificación e implementación de nuevas leyes, reformas, impuestos afectan cada vez más a los microempresarios.

2.1.1 Las fuerzas competitivas.

Desarrollando las 5 Fuerzas de Porter en un modelo que permitirá analizar la industria a la cual se planea incursionar y poder analizar la rentabilidad estimada, y de acuerdo a la misma se tendrá un enfoque para la rivalidad con los competidores que viene dada por 4 fuerzas:

(F1) Poder de negociación de los Compradores o Clientes: Para las negociaciones con compradores potenciales como son Corporación El Rosado, Corporación Favorita, Cía. Gerardo Ortiz & Hijos, entre otras, ellos tendrán el poder de Negociación al momento de la adquisición del producto para ser mostrarlos en sus perchas, también se encontrarán dificultades al comienzo por lo que el mercado se maneja por costumbres y esto dificulta que estos cambien de dirección hacia un nuevo producto.

Cuando se realicen las negociaciones con entidades internacionales en especial con un mercado tan especial como es el de la Unión Europea se deberá cumplir con todos los requisitos previos a la exportación del producto y así mismo con todos los parámetros legales que impongan las normas europeas ya sea registro sanitario, normas de calidad, etiquetado, etc.

(F2) Poder de Negociación de los Proveedores o Vendedores: En lo que respecta a la materia prima el poder de negociación de los proveedores es bajo debido a la gran variedad de empresas que pueden proveer dicho insumo es decir la cáscara de maracuyá, pero si aumenta la demanda del producto y la competencia empieza con su fabricación puede aumentar el poder de negociación de los proveedores como resultado de un incremento en la demanda de la materia prima.

(F3) Amenaza de Nuevos Competidores: La amenaza de nuevos competidores realmente es alta debido a que será un producto nuevo en el mercado el cual cuenta con características novedosas de fácil imitación, por lo cual se ha considerado patentar el producto y hacerlo ideal frente a los ojos del mercado y del consumidor final.

(F4) Amenaza de Productos Sustitutos: La amenaza a las que nos llevan los productos sustitutos es alta por lo que se tiene un alto nivel de temor por parte del comprador a realizar un cambio de producto. También influyen bastante los precios del suplemento ya que se brindará al mercado un precio muy parecido a los que actualmente lideran el mercado.

(F5) Rivalidad entre los competidores: En este quinto análisis más que una fuerza se la denominaría una rivalidad entre los competidores que es el resultado de los cuatro análisis anteriores.

La rivalidad entre estas cuatro fuerzas detalla cómo sería la rentabilidad del sector dependiendo de su competitividad en el mercado mientras menos sea su competencia normalmente será más rentable, así mismo mientras más grande sea su competencia nos veremos en un sector menos rentable.

Pero si se realiza el análisis del producto la rivalidad con otros competidores es baja a nivel local por lo tanto se define a este concepto que el proyecto sería rentable si se implementan las adecuadas estrategias comercialización y marketing sumando los beneficios que se darán a conocer harán de la harina de cáscara de maracuyá tenga una gran aceptación volviéndolo así líder en el mercado.

2.1.2 Acciones de los competidores.

Una manera de expresar que las acciones de los competidores se cumplen es cuando se considera la reacción de la competencia hacia la estrategia de mercado y el modelo de negocio que se está implementando.

Esta consideración se la puede evaluar a través del comportamiento de la competencia, si se ve su accionar y el ataque que se tendrá de un posible plagio o copia del producto el cual dependerá del productor elaborar una defensa ya que se está sujeto a varios procedimientos de la competencia hacia el producto y, normalmente hay más de una forma o estrategia de la competencia por alcanzar sus objetivos.

Dando un ejemplo si la competencia quiere reducir el valor de su producto en cierto porcentaje del cual pueda caer las ventas se darían de una manera que puedan tercerizar su producción con empresas que tengan un menor costo laboral, economía de escala u otras razones.

Otra manera en la que puedan realizar es atacando un nuevo segmento de consumidores donde tratando de entrar a un nuevo mercado lanzan un nuevo producto más innovador el cual sea una competencia directa hacia la harina de cáscara de maracuyá.

Evidentemente es imposible prever todas las acciones del competidor, es por esto que se necesita realizar un análisis de la posible respuesta de los competidores, ya que el éxito de la estrategia depende de cómo respondan los posibles clientes, por lo cual existen varias metodologías que permiten evaluar las estrategias más probables, porque si se deja pasar el tiempo, más difícil será predecir la estrategia de los competidores ya que las opciones que

tienen aumentan al poder desarrollar tecnologías, adquirir o vender unidades de negocios entre otros.

2.1.3 Evaluación del atractivo del sector.

Como se mencionaba anteriormente este proyecto se desarrollará dentro del sector industrial y su principal materia prima será la cáscara de maracuyá.

La ventaja es que esta fruta tropical tiene un crecimiento muy veloz en zonas tropicales y en el mercado internacional es muy apetecido gracias a sus características como lo son su sabor y aroma.

El volumen de la producción es pequeño en comparación a otras frutas. A nivel mundial, los mayores volúmenes de producción los tiene Ecuador y Brasil, pero también se produce en Colombia, Venezuela, Australia, Nueva Zelanda, SurÁfrica, India e Indonesia. La producción en forma comercial en Estados Unidos es limitada a Hawái. El mercado europeo recibe ambas especies de Pasiflora, morada y amarilla, y una gran variedad de híbridos.

Ecuador se ha convertido en el principal proveedor de jugo concentrado de maracuyá en el mundo superando a Brasil. Con lo que se concluye que existe una gran disponibilidad de la cáscara de esta fruta.

El incremento en la producción se debe a un incremento en la demanda de todos los mercados. Las condiciones climáticas y de suelo en el Ecuador son altamente propicias para el cultivo de maracuyá. Esta fruta está disponible durante todo el año, con dos picos de producción: el primero de abril a junio y el segundo en octubre.

Lo que nos damos cuenta que la materia prima principal se encuentra en abundancia donde la mayor superficie cultivada de maracuyá se encuentra localizada en la franja costera

del país, que corresponde a las provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas, El Oro y el trópico.

2.2 Mercados Meta. Posicionamiento.

La principal fuerza en la compra de los clientes estará basado en su nivel de ingresos, por lo cual la segmentación y la muestra de mercado que se realizó esta dirigida a la clase media - media alta - altas, en una edad a partir de los 18 años en el cual es la edad donde gran parte de personas comienzan a cuidar su salud y figura, en cuanto a la reiteración de su consumo se estima que será frecuente por el cual se basa en la conducta de los consumidores y la necesidad de verse bien.

El grupo de clientes al que también se dirigirá los esfuerzos del mercadeo es a las personas obesas ya que en el mercado que hemos escogido que es el de Amsterdam-Holanda hay un índice muy elevado de esta enfermedad, se desea ofrecer un producto el cual será un suplemento alimenticio con un sinnúmero de beneficios como: moderación del apetito prevención de padecimientos del colon irritable, regulación en la absorción de los azúcares, eliminación de grasas entre otros.

2.3 Estrategia de Marketing

2.3.1 Objetivos de marketing y ventas Market Share.

Cada nuevo producto es el resultado de una serie de ideas generadas las cuales con su debida investigación de mercado serán mayores las probabilidades de poder alcanzar el éxito

en el mercado. Es importante por esto que las empresas adopten procedimientos sistemáticos de marketing para alcanzar el éxito de la empresa.

La herramienta que se analizará es el Market Share es una cuota de mercado de uno de los indicadores clave más significativos para cualquiera de los Departamentos de Marketing

ya que es un medidor que nos revela el buen funcionamiento de este innovador producto como lo es la harina de cáscara de maracuyá, así también como su fuerza y posicionamiento que tendrá en el mercado objetivo en este caso el de Holanda.

El Market Share nos enseña que una cuota de mercado siendo esta la más alta o la más baja no siempre será lo mejor o peor para la empresa.

Una cuota de mercado alta o baja no siempre es lo mejor o peor para la empresa. Una cuota alta y estable beneficia a la empresa a largo plazo por muchos motivos, porque tiene una base de clientes y consumidores estables, satisfechos y fieles, y esto le da fuerza y confianza a la empresa para emprender nuevo y grandes proyectos. Al igual que los votos en la democracia, el market share también es un indicativo del grado de satisfacción de los consumidores y clientes.

Toda empresa debe fijar en sus objetivos un ratio de market share. Este market share objetivo depende de la estrategia y del segmento de mercado (trozo de mercado escogido para el Marketing Mix) que la empresa escoge para ella. La cuota de mercado será siempre la suma de las cuotas de mercado en cada uno de los segmentos de mercado.

En las distintas etapas del Ciclo de Vida del Producto, la cuota de mercado tiene una importancia diferente.

Fase de introducción: el mercado empieza a nacer, y el objetivo aquí darse a conocer al mercado. Las cuotas de mercado no sirven de nada.

Fase de crecimiento: las empresas se tienen que preocupar por el crecimiento del mercado y mantener la cuota del mercado estable, sin preocuparse por ella. No se lucha contra empresas sino que se debe trabajar con la competencia para hacer que el mercado crezca. La peor estupidez que una empresa puede hacer en esta etapa, es bajar precios con el objetivo de robar clientes.

Fase de desaceleración: la estrategia es empezar a segmentar el mercado (estrategia defensiva), olvidarse de querer llegar y contentar a todo el mercado, se debe empezar a buscar nuestros segmentos objetivo y plantear buenos Marketing Mix para estos. Se tiene que identificar bien los segmentos y calcular su tamaño potencial y calcular el Market Share que se pueda conseguir en cada uno de los segmentos que hemos identificado

Fase de madurez: Aquí sí es muy importante el market share, porque el mercado no crece. Lo que sube no se baja el resto. En esta fase debemos defender el Market Share, y para ello nos quedamos con aquellos segmentos de mercado donde tenemos más Market Share, es decir, cuanto mas Market Share tengamos mejor posición y fortaleza tendremos en el segmento o en el mercado.

2.3.2 Diseño de la investigación.

Para poder llevar a cabo la investigación se utilizaron dos tipos de métodos:

2.3.2.1 Método deductivo

Se utilizó para analizar la información partiendo del conjunto de datos o población a un menor grupo, esto es la muestra mediante la cual se pudo analizar cada uno de los resultados de las encuestas.

2.3.2.2 Método inductivo

Mediante este método se pudo analizar la información partiendo de un grupo menor de los datos a uno mayor, llevando a proyectar los resultados de la muestra a la población.

2.3.3 Tipos de investigación

2.3.3.1 Investigación descriptiva

Es conocida también como investigación estadística, describe datos y el impacto que tiene la Harina de cáscara de maracuyá en las vidas de las personas que podrían adquirirla. Por ejemplo, el análisis de la cantidad de personas que desean mejorar su calidad de vida en una ciudad.

La meta de la investigación no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

2.3.3.2 Investigación de campo

Es un proceso sistemático, riguroso y racional de recolección, tratamiento, análisis y presentación de datos, basado en una estrategia de recolección directa de la realidad de las informaciones receptadas mediante las encuestas necesarias para la investigación.

2.3.4 Población y muestra

Holanda tenía una población de 16.570.000 habitantes y un PIB de 30.174 EUR per cápita. El idioma oficial de Holanda es el neerlandés, su esperanza de vida es de 79,1 años. El 99 % de la población está alfabetizada, actualmente es una de las densidades de población más altas del mundo, con 399,494 hab/km². Actualmente la estimación de crecimiento es del 0,412 %, con un promedio de hijos por mujer de 1,66.

Su capital es Ámsterdam y tiene una población alrededor de 810 000 habitantes y en su área metropolitana residen aproximadamente 1,5 millones.

2.3.5 Muestra

Previo a la realización de la muestra, se realizó una encuesta a una parte de la población y poder realizar el estudio de la investigación.

Para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizó la fórmula de la población finita, por lo que este número de personas es conocido por el mercado objetivo.

$$n = \frac{Z^2 pq N}{e^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

Teniendo como variables

- ❖ **n** = Tamaño de la muestra
- ❖ **N** = Tamaño de la población
- ❖ **Z** = Valor que se obtiene por niveles de confianza 95%
- ❖ **P** = Posibilidad de ocurra un evento, 50% utilizado
- ❖ **Q** = Posibilidad de no ocurra un evento, 50% utilizado

❖ E = Error de estimación de la muestra 8%

Valores:

❖ N = 810.000

❖ P = 0.05

❖ Q = 0.50

❖ Z = 1.96

❖ E = 0.08

Tabla 1

Población y muestra

<i>Muestras para Poblaciones Finitas</i>	
<i>Ingreso de Parámetros</i>	
Tamaño de la población (N)	810.000
Error muestral (E)	0,08
Proporción de éxito (P)	0,5
Proporción de fracaso (Q)	0,5
Valor para confianza (Z) (1)	1,96

Fuente: Elaborado por los autores.

Tamaño de Muestra	
Fórmula	150
Muestra Optima	150

2.3.6 Técnicas e instrumentos de investigación

Para llevar a cabo esta técnica se realizó la aplicación de un cuestionario de preguntas que fueron realizadas vía on-line en tiempo real mediante la página de internet (<http://www.e-encuesta.com>)

La encuesta se creó en base a técnicas no comparativas debido a que fueron útiles para calificar objetos, atributos o características en forma independiente de la investigación, las cuales otorgaron una mayor visión de los que las personas buscan en el producto.

Encuesta

1.- Elija su género

☐ Masculino

☐ Femenino

2.- Por favor elegir el grupo de edad al que pertenece.

☐ 18-25

☐ 26-33

☐ 34-41

☐ 42-49

☐ Más de 49

3.- ¿Ha escuchado sobre las bondades del consumo de harina de cáscara de maracuyá?

☐ Sí

☐ No

☐ Me gustaría saber más

4.- ¿Cuáles de los siguientes aspectos consideraría para adquirir productos de suplementos alimenticios que contribuyan al bienestar de su salud y de su vida?

☐ Facilidad de uso

☐ Precio

☐ Diseño

☐

Moda en el mercado

☐ Ninguna de las anteriores

5.- El consumo de harina de cáscara de maracuyá tiene los siguientes beneficios ¿Por cuál de los siguientes beneficios usted adquiriría el producto?

- ☐ Ayuda a bajar de peso
- ☐ Evita el cáncer al colon
- ☐ Previene Enfermedades Cardiacas
- ☐ Mejora la digestión
- ☐ Rejuvenece su vitalidad
- ☐ Fuente de energía

6.- ¿Cuál sería el lugar más accesible para adquirir el producto?

- ☐ Supermercado
- ☐ Centros comerciales
- ☐ Ferias
- ☐ Página web (pedidos online)

7.- Ahora conoce los beneficios del producto ¿Qué precios estaría dispuesto a pagar para comenzar un cambio en su vida?

- ☐ \$5,30
- ☐ \$7,20
- ☐ \$8.75
- ☐ \$9.50

8.- ¿Con qué frecuencia consumiría la harina de cáscara de maracuyá?

- ☐ Cada mes
- ☐ Cada dos meses
- ☐ Cada tres meses
- ☐ Cada cuatro meses

9.- ¿Qué medios utiliza más usted?

- ☐ Tv
- ☐ Radio
- ☐ Redes sociales

10.- Si encontrara el producto en tiendas o supermercados de su preferencia. ¿Lo adquiriría?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez

2.3.7 Tabulación, análisis, interpretación y presentación de los resultados.

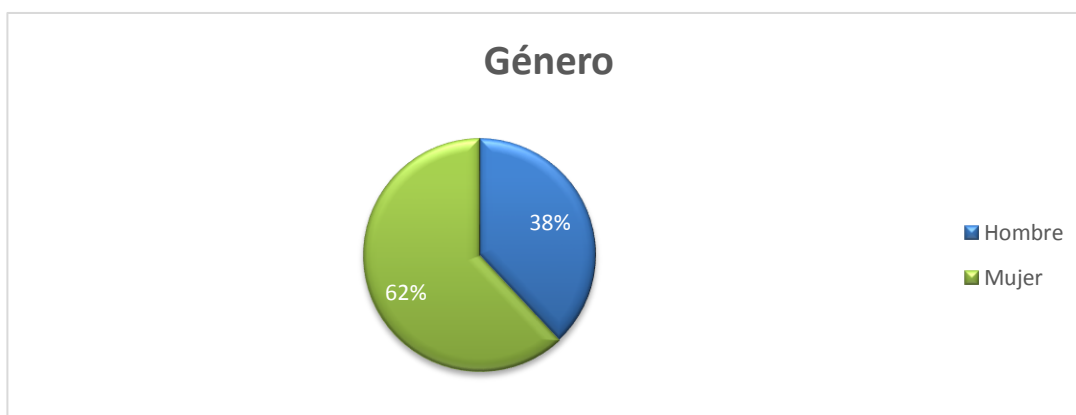
Se presenta a continuación los resultados alcanzados en la encuesta con el siguiente análisis estadístico.

2.3.8 Análisis estadístico

Tabla 2
Género

<i>Categoría</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Hombre	57	38%
Mujer	93	62%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta



Fuente: Encuesta
Figura 1

Según la encuesta realizada se puede observar que el mayor número de personas encuestadas fueron mujeres.

2.- Elija el rango de su edad

Tabla 3
Rango de edad

<i>Categoría</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
18-25 años	15	10%
26-33 años	32	21%
34-41 años	45	30%
42-49 años	33	22%
más de 49 años	25	17%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta



Fuente: Encuesta
Figura 2

En la segunda pregunta se pudo encontrar todo tipo de edades, pero el mayor porcentaje fue de 34 – 41 años lo que da a conocer que es la edad en la que las personas se empiezan a tener una mayor preocupación por su estado de salud.

3.- ¿Ha escuchado sobre las bondades de la harina de cáscara de maracuyá?

Tabla 4
Beneficios del consumo de harina de cáscara de maracuyá

<i>Categoría</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Sí	55	37%
No	95	63%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta

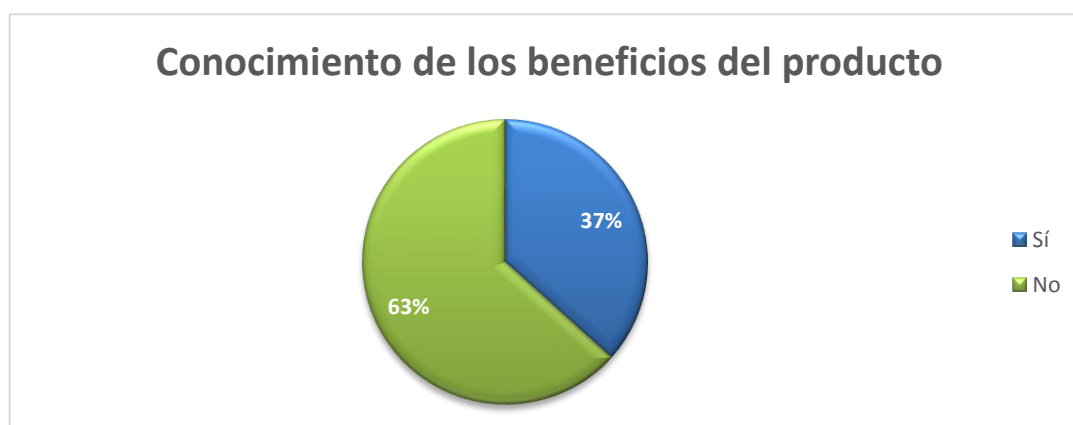


Figura 3
Fuente: Encuesta

Gracias a la encuesta realizada se pudo detectar que es muy bajo el conocimiento de los beneficios de la harina de cáscara de maracuyá.

4.- Cuál de los siguientes aspectos consideraría para adquirir productos de suplemento alimenticio que contribuyan al bienestar de su salud.

Tabla 5
Adquisición de producto.

<i>Categoría</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Facilidad de uso	53	35%
Precio	41	27%
Diseño	27	18%
Moda	18	12%
N/a	11	7%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta



Figura 4
Fuente: Encuesta

Según los datos de la encuesta las personas el 35% adquirirían el producto de harina de cáscara de maracuyá en base a su facilidad de uso, pero también seguido de su costo de adquisición.

5.- Ahora que conoce de los beneficios de la harina de cáscara de maracuyá, ¿Por cuál beneficio usted adquiriría el producto?

Tabla 6
Beneficios del producto

<i>Categoría</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Ayuda a bajar de peso	84	56%
Evita el cáncer al colon	25	17%
Previene enfermedades cardiacas	18	12%
Mejora la digestión	10	7%
Rejuvenece su vitalidad	6	4%
Gran fuente de energía	7	5%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta

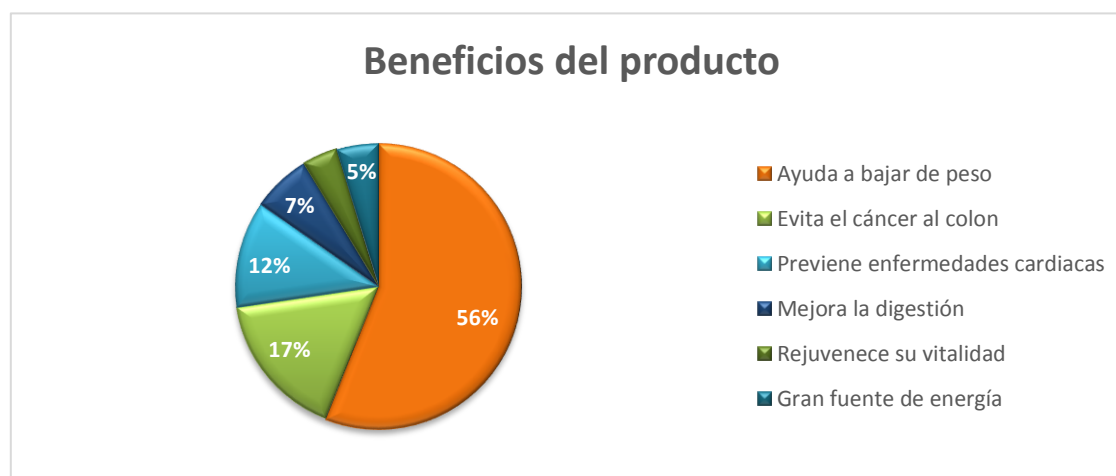


Figura 5
Fuente: Encuesta

Cuando se dieron a conocer los beneficios del producto se decidió a las personas encuestadas cuál sería el motivo de la adquisición del producto por lo cual el 56% de las persona eligió por el beneficio a bajar de eso, que también es determinante para tener un estado saludable.

6.-Cuál es el lugar más accesible para usted adquirir el producto

Tabla 7
Lugares para adquisición del producto

<i>Categoría</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Supermercado	59	39%
Centros Comerciales	38	25%
Ferias	15	10%
Páginas Web	38	25%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta

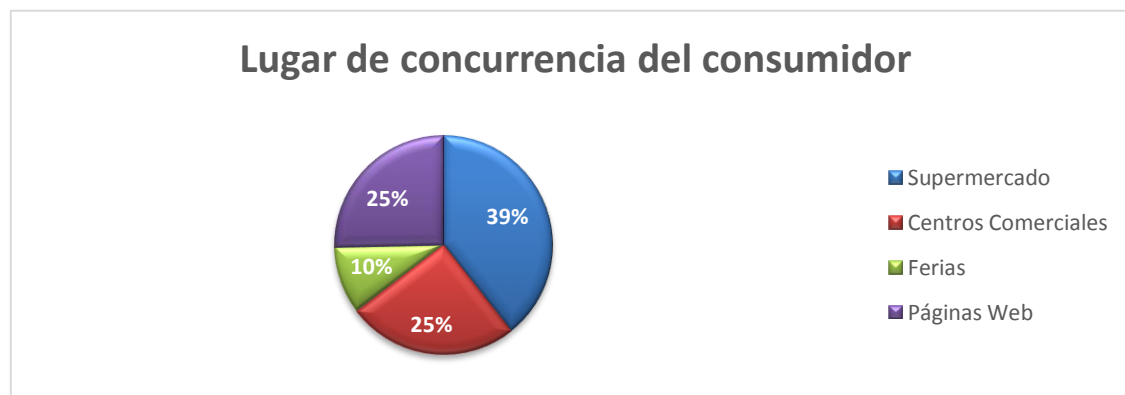


Figura 5
Fuente: Encuesta

Según datos de la encuesta los consumidores acuden más a los supermercados lo cual hace de este el lugar principal para mostrar el producto, seguido de centros comerciales.

7.- Ahora que conoce de los beneficios de este producto. Qué precios usted estaría dispuesto a pagar por la adquisición del mismo?

Tabla 8
Precios

<i>Categoría</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
\$ 5,30	86	57%
\$ 7,20	34	23%
\$ 8,75	18	12%
\$ 9,50	12	8%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta



Figura 7
Fuente: Encuesta

Según datos de la encuesta realizada el 57% de las personas podría elegir para la adquisición del producto a 5,30 dólares seguido de un 23% podría elegir 7,20 dólares.

8.- Con qué frecuencia consumiría usted la harina de cáscara de maracuyá

Tabla 9
Frecuencia de consumo

<i>Categoría</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Cada mes	107	71%
Cada dos meses	17	11%
Cada tres meses	14	9%
Cada cuatro meses	12	8%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta

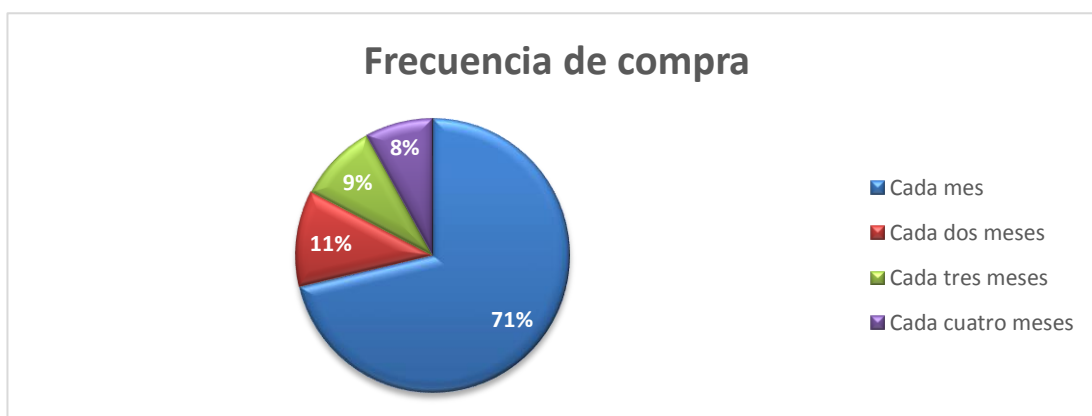


Figura 8
Fuente: Encuesta

El 71% de las personas indicó que podrían comprar la harina de maracuyá mensualmente, gracias a este porcentaje se puede denotar que el producto es interesante para los posibles consumidores.

9.- Qué medios de comunicación utiliza usted

Tabla 10
Publicidad

<i>Categoría</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Televisión	32	21%
Radio	8	5%
Internet	42	28%
Redes Social	68	45%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta

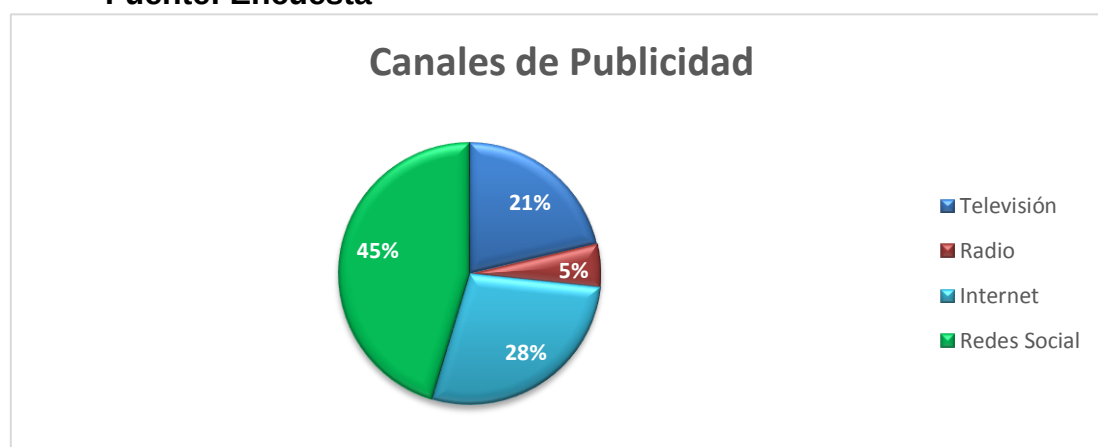


Figura 9

Fuente: Encuesta

En la encuesta realizada se puede comprobar que ahora gracias a la tecnología se podrá ofrecer a los posibles consumidores el producto a través de redes sociales, para ellos es el medio de publicidad más cercano, seguido de la televisión.

10.- Si encontrara el producto en los supermercados o tiendas de su preferencia. Lo adquiriría.

Tabla 11
Decisión de consumo

<i>Categoría</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Sí	98	71%
No	32	23%
Tal Vez	8	6%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

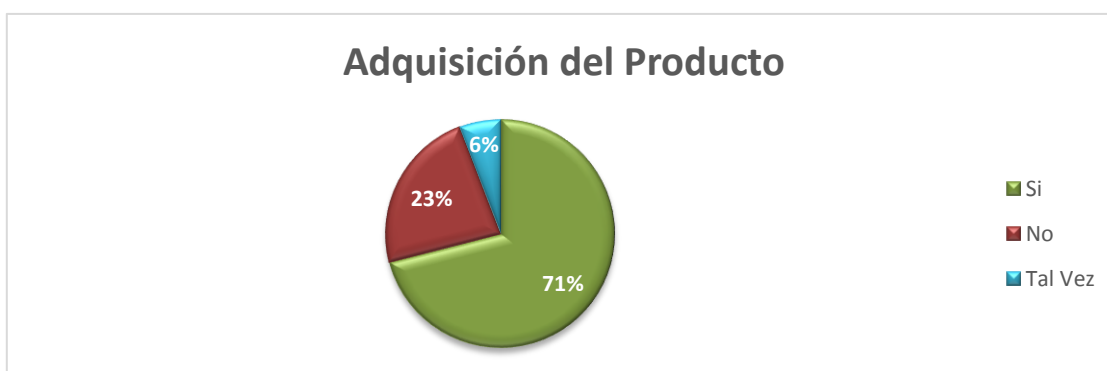


Figura 10
Fuente: Encuesta

Según datos de la encuesta el 71% de los posibles compradores si desearía adquirir el producto.

2.3.9 Análisis de la Demanda

Dadas todas las características del producto proyectado al mercado de Holanda – Ámsterdam la demanda puede ser considerada insatisfecha, ya que existen varios productos parecidos y fuertemente posicionados en el mercado como el suplemento de NONI uno de los más conocidos suplementos alimenticios para combatir la obesidad y otras enfermedades pero las características que ofrece la harina de cáscara de maracuyá lo hace atractivo debido al sabor y las propiedades que ofrece.

Además realizando un estudio sobre el Comercio Internacional entre Ecuador podemos deducir su gran crecimiento desde cerca de los 261 millones de dólares hasta cerca de 348 millones. En compensación podemos constatar que las importaciones que se realizan desde Holanda se mantienen entre 124 y 220 millones de dólares aproximadamente.

La población en Holanda – Ámsterdam ascienden a 810,000 en el año 2015, esta población se la divide para cuatro miembros de la familia por lo cual se tiene un resultado $202,500 = (810.000/4)$ personas y con los resultados del análisis estadístico con un 71% que indicaron que si comprarían la harina de cáscara de maracuyá realizando la ecuación $202.500 * 71\% = 143.775$ se tendrá como demanda mensual como se observó en el análisis estadísticos comprarían el producto mensualmente teniendo así $143.775 \times 12 = 1'725.300$ posibles consumidores anuales. Para proyectar la demanda esta tendrá una tasa de crecimiento del 0.6% anual.

Tabla 12
Demanda proyectada del mercado

Año	Demanda proyectada harina de cáscara de maracuyá
2017	1,725,300
2018	1,735,652
2019	1,746,066
2020	1,756,542
2021	1,767,081
2022	1,777,684
2023	1,788,350
2024	1,799,080
2025	1,809,875
2026	1,820,734

Elaborado por: Los autores

Con este análisis se puede ayudar a mantener una Balanza Comercial favorable en el país que se mantiene un crecimiento constante, por ello el mercado escogido es el más conveniente ya que la curva que resume las exportaciones actúa determinando el comportamiento de la curva final, y se tiene como resultado más exportaciones que importaciones, así el producto de harina de cáscara de maracuyá ayudaría a mantener una Balanza Comercial favorable ayudando así a la economía del país.

2.3.10 Análisis de la Oferta

Algunos de los factores a considerar y que influyen en la oferta del producto es el número de competidores, instalaciones y producción, que en un comienzo será mínima,

debido a los altos costos de las maquinarias para sus instalaciones, y a su vez número de los trabajadores.

Localización Nacional: Los productos estarán disponibles en los supermercados nacionales, tales como corporación el Rosado, Corporación La Favorita, Gerardo Ortiz & Hijos, entre Otros.

Localización Internaciones: En el mercado de Holanda se apunta a empresas encargadas de distribuir a los supermercados dentro del sector por ejemplo se pueden citar las siguientes:

Food Service Rotterdam

Kijkshop B.V.

Nosina B.V.

Planes de Expansión: La política de expansión se basará mediante el comportamiento del mercado hacia el producto, para lo cual después de un análisis profundo donde se obtendrá resultados positivos, se adquirirán maquinarias y personal para aumentar la capacidad productiva y lograr entablar negociaciones con demás cadenas de abastecimientos para supermercados.

2.3.11 Oferta proyectada

Tabla 13
Oferta proyectada según la demanda

Año	Demanda proyectada harina de cáscara de maracuyá	Oferta del proyecto
2017	1,725,300	34,506
2018	1,735,652	34,713
2019	1,746,066	34,921
2020	1,756,542	35,131
2021	1,767,081	35,342
2022	1,777,684	35,554
2023	1,788,350	35,767
2024	1,799,080	35,982
2025	1,809,875	36,197
2026	1,820,734	36,415

(*) La oferta del proyecto desea satisfacer la demanda proyectada de la harina de cáscara de maracuyá del mercado objetivo del 2%

Elaborado por: Los autores

2.3.12 Políticas de precios

Primero se decidirá la estrategia a seguir para fijar el precio, cabe recalcar que el mercado meta ha sido seleccionado cuidadosamente el cual es de clase media y toda la clase alta, por lo que el producto está dirigido a un mercado específico de ingresos altos, por lo cual la estrategia implementada no será disminuir los precios sino aplicar principios de Neuromarketing donde se pondrá por delante lo que realmente desea el cliente y la ayuda que podrá recibir con las propiedades del producto para así llegar a su subconsciente y con esto el cliente estará dispuesto a pagar un valor más alto, por algo que ellos inconscientemente lo necesitarán.

Y esto llevado de la mano con una buena estrategia publicitaria basada en Neuromarketing, ya sea por redes sociales, tv, radio etc, el consumidor final acogerá de manera más positiva el producto.

La designación del precio se toma en base al resultado de las encuestas realizadas donde se determinó según el análisis realizado cual es el rango de precio que una persona estaría dispuesta a pagar por la harina de cáscara de maracuyá, en base a otros productos de exportación de otros países están un poco más alto que el precio que se determinó, pero en base a los costos de producción se pudo determinar en un precio competitivo de \$5.30 dólares americanos la presentación de 500 gr.

2.3.13 Estimación de Ventas para 10 años

Tabla 14
Ventas estimadas del proyecto

Año	Oferta del proyecto	Ventas estimadas de harina de cáscara de maracuyá
2017	34.506	182.882
2018	34.713	183.979
2019	34.921	185.083
2020	35.131	186.193
2021	35.342	187.311
2022	35.554	188.434
2023	35.767	189.565
2024	35.982	190.702
2025	36.197	191.847
2026	36.415	192.998

(*) Precio estimado del proyectado para la harina de cáscara de maracuyá

\$5,30

Elaborado por: Los autores

2.3.14 Estrategia de ventas

Las estrategias de ventas empleadas para vender el producto se basarán en principios básicos de las Neuroventas, la publicidad, el logotipo y speech de ventas desarrollado serán estudiados aplicándoles principios de neuroventas donde, el cliente final no podrá resistirse a comprar el producto.

Las estrategias de neuroventas se basan en el principio de la supervivencia, donde mediante la persuasión de la publicidad se creará en el subconsciente del consumidor una imagen tan fuerte que necesitará adquirir el producto debido a que hoy en día las personas en

su mayor porcentaje las mujeres se preocupan mucho por su aspecto físico, es decir a adelgazar.

Actualmente los hombres están optando por requerir productos de estética por lo que en la actualidad el mercado es más amplio ya no solo se busca llegar al consumidor femenino sino también tiene mucha fuerza el sector masculino, todo por simple hecho de querer predominar en la sociedad de cada uno de ellos.

Es decir mientras la mujer busca verse y alimentar esa necesidad de ser mejor ante las demás, el hombre busca ser el líder en su grupo social, apuntando a estas características se desarrollara la publicidad para satisfacer las necesidades que se encontraron en ambos géneros.

Toda herramienta de publicidad o ventas, e inclusive el logotipo, el diseño y los colores se desarrollaron aplicando las neurociencias.

2.3.15 Estrategia de Ventas y Comunicación

2.3.15.1 *Marca Comercial*

Para identificar la marca comercial del producto de harina de cáscara de maracuyá se utilizó un Logotipo el cual es la representación gráfica de una marca el cual solo consta de letras de algún tipo de tipografía. Se puede decir que por ejemplo la manzana de Apple no es un logotipo tal como lo llaman, Logotipos son los diseños para Canon, Microsoft o Kodak los cuales constan solo de letras.



2.3.15.2 Slogan

Para darle una buena imagen de salud y confianza hacia el consumidor final se utiliza la frase original “Cuida tu Salud, Cuida tu vida” impulsando al cuidado de la salud de las personas, dando a entender que es mejor prevenir antes que lamentar.

Cuida tu SALUD, cuida tu VIDA!!!

2.3.15.3 Ficha Técnica del Producto

Para la correcta comercialización de la harina de cáscara de maracuyá es muy importante que cumpla con el adecuado etiquetado, donde deberá contener la respectiva información o tabla nutricional del producto, así como sus ingredientes y beneficios propios del producto.

Figura 2.1
Tabla nutricional del producto

TABLA NUTRICIONAL	
TAMAÑO POR PORCIÓN	1 TAZA 100Gr
CONTENIDO POR PORCIÓN	
Calorías	335
Proteínas	6,72%
Grasa	1.25 %
Humedad	15.75 %
Ceniza Total	6.85%
Fibra	31.62%
Vitamina A	30 UI - G
Vitamina B	0.15 UI - G
Hierro	0.2 MG
Calcio	1.5 MG
Carbohidratos	38%

BENEFICIOS DE LA HARINA DE CASCARA DE MARACUYÁ La cascara de maracuyá es una fibra saludable para bajar de peso, a su vez tiene muchos beneficios como son: *Acción analgésica, ansiolítica, espasmódica. *Sedante y tranquilizante. *Contractura muscular. *Desminorrea. *Estrés, fatiga, hiper excitabilidad, entre otras.	PROCESO DE PREPARACIÓN DE LA HARINA DE CÁSCARA DE MARACUYÁ Obtención de la cascara de maracuyá Lavado con agua Corte en mitades y trozos Secado mediante secado de túnel Molienda Adherencia de componentes adicionales Tamizado Empaquetamiento y etiquetado Almacenamiento
---	---

Elaborado por Autores

2.3.15.4 Presentación Del Producto

La Harina de Cáscara de Maracuya “HARACUYA” se va a comercializar en envases de 500gr, por cuestiones socioculturales para el mercado ecuatoriano la información del envase debe ir en idioma español, y para el mercado holandés la información debe estar en idioma inglés o neerlandés. En la figura 2.2 se muestra la presentación correspondiente de la harina de cáscara de maracuyá Haracuya en idioma español, y en la figura 2.3 se encuentra la presentación en idioma inglés.

Figura 2.2
Presentación de harina de cáscara de maracuyá en español

Harina de Cáscara de Maracuya

HARACUYA

Cuida tu SALUD, cuida tu VIDA!!!

500g

Cuida tu SALUD, cuida tu VIDA!!!

TABLA NUTRICIONAL

TAMANO POR PORCIÓN	1 TAZA 100Gr
CONTENIDO POR PORCIÓN	
Calorías	335
Proteínas	6.72%
Grasa	1.25 %
Humedad	15.75 %
Cenizas Total	6.85%
Fibra	31.62%
Vitamina A	30 UI - G
Vitamina B	0.15 UI - G
Hierro	0.2 MG
Calcio	1.5 MG
Carbohidratos	38%

BENEFICIOS DE LA HARINA DE CÁSCARA DE MARACUYÁ

La cáscara de maracuya es una fibra saludable para bajar de peso, a su vez tiene muchos beneficios como son:

- * Acción analgésica, ansiolítica, espasmolítica.
- * Sedante y tranquilizante.
- * Contracción muscular.
- * Desmanterea.
- * Estrés, fatiga, hiper excitabilidad, entre otros.

PROCESO DE PREPARACIÓN DE LA HARINA DE CÁSCARA DE MARACUYÁ

Obtención de la cáscara de maracuya

Lavado con agua

Corte en mitades y trozos

Secado mediante secado de tunnel

Molienda

Adherencia de componentes adicionales:

Tamizado

Empaquetamiento y etiquetado

Almacenamiento

7 702309 1001315

Elaborado por Autores

Figura 2.3
Presentación de harina de cáscara de maracuyá en inglés

Passion Fruit shell flour

HARACUYA

Look after your health, watch your LIFE!!!

500g

Look after your health, watch your LIFE!!!

NUTRITIONAL TABLE

PER SERVING SIZE	1 TAZA 100Gr
CONTENT PER SERVING	
calories	335
protein	6.72%
Grease	1.25 %
Humidity	15.75 %
Total ash	6.85%
Fiber	31.62%
Vitamin A	30 UI - G
Vitamin B	0.15 UI - G
Iron	0.2 MG
Calcium	1.5 MG
carbohydrates	38%

BENEFITS OF PASSION FRUIT FLOUR SHELL

Passion fruit peel is a healthy weight loss fiber in turn has many benefits such as:

- * Analgesic action, anxiolytic, spasmolytic.
- * Sedative and tranquilizer.
- * Muscle contracture.
- * Desmanterea.
- * Stress, fatigue, hyper excitability, among others.

PREPARATION OF PASSION FRUIT FLOUR SHELL PROCESS

Getting passion fruit peel

Washing with water

Cut into halves and pieces

Drying by drying tunnel

Grinding

Adhesion of additional components

sieving

Packaging and labeling

Storage

7 702309 1001315

Elaborado por autores

3 Capítulo tres.

Aspectos tecnológicos del proyecto

La harina de cáscara de maracuyá es un proyecto del cual se está realizando un análisis de mercado y ya que al ser una idea de negocio nos obliga a su acogida en capacidades tecnológicas en sistemas de información debido a la gran importancia que hoy en día las empresas tienen en sus procesos de innovación. Pues esto involucra la ampliación y renovación de procesos en productos y servicios.

La innovación en el producto de la harina de cáscara de maracuyá tiene como objetivo explotar las oportunidades que ofrecen los cambios y más aun siendo un producto nuevo en el mercado ya que es fundamental en la generación de una cultura innovadora que permita ser capaz de adaptarse a los nuevos sucesos y exigencias del mercado a competir. El perfil innovador tiene como principal base la complejidad del proceso de investigación tecnológica que mueven el mercado y la propia competencia.

3.1 3.1 Tamaño. Factores Determinantes

3.1.1 Mercado

En Holanda cuando se trata de hacer negocios se convierte en un gran atractivo empresarial. Esto debido a que se encuentra en una ubicación estratégica para compañías locales como extranjeras aprovechando así la infraestructura holandesa son algunas de las razones por las cuales se debería establecer negocios en Holanda, teniendo así la posibilidad de servir a otros mercados dentro de Europa, Oriente Medio y África (región EMEA).

No obstante caben las posibilidades de enfrentarse a varias dificultades en el proceso de establecimiento y en beneficio de los canales de distribución holandeses para el ingreso al

mercado de EMEA, para esto se requerirá de información adecuada que permita una reducción en las dificultades al momento de hacer negociaciones con Holanda.

3.1.2 Segmentación del Mercado

Como bien sabemos un mercado se compone de personas y organizaciones con necesidades, sin embargo dentro de los mercados las necesidades y deseos de los consumidores no son las mismas.

Con esto se profundiza en el conocimiento del mercado al que se intenta llegar con el objetivo de adaptar una oferta con la estrategia de marketing a emplearse en el mercado de Holanda.

La segmentación es tomada como punto de partida que el mercado es de múltiples necesidades que se pretende dividirlo en grupos o segmentos semejantes para así poder ser elegidos como mercados - meta de la empresa.

A continuación el detalle de la segmentación del mercado.

3.1.3 Demografía de Holanda

"Tiene una población de unos 810 000 habitantes y en su área metropolitana residen aproximadamente 1,5 millones. Cabe destacar que Ámsterdam forma parte de la gran conurbación neerlandesa llamada Randstad (junto con las ciudades de La Haya, Róterdam y Utrecht), que cuenta con más de 6,5 millones de habitantes. Este núcleo es una de las conurbaciones más grandes de Europa.

“Holanda es la economía número 17 por volumen de PIB. Su deuda pública en 2015 fue de 441.664 millones de euros, un 65,10% del PIB y su deuda per cápita de 26.078 € euros por habitante” (Datosmacro, 2016).

“La última tasa de variación anual del IPC publicada en Holanda es de agosto de 2016 y fue del 0,2%” (Datosmacro, 2016).

“Hay algunas variables que pueden ayudarle a conocer algo más si va a viajar a Holanda o simplemente quiere saber sobre más el nivel de vida de sus habitantes” (Datosmacro, 2016).

“El PIB per cápita es un muy buen indicador de la calidad de vida y en el caso de Holanda, en 2015, fue de 40.000€ euros, por lo que se encuentra en una buena posición, ya que ocupa el puesto 15 del ranking, lo que supone que su población tiene un buen nivel de vida en relación a los 196 países.” (Datosmacro, 2016)

Según (Datosmacro, 2016), En cuanto al Índice de Desarrollo Humano o IDH de Holanda, que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso de un país, fue de 0,922 puntos en 2014, con lo que se situó en el puesto 5 de la tabla de 187 países que publicamos.

Según (Datosmacro, 2016), Si la razón para visitar Holanda son negocios, es útil saber se encuentra en el 28º puesto del Doing Business de los 189 que conforman este ranking, que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios. En cuanto al Índice de Percepción de la Corrupción del sector público en Holanda ha sido de 87 puntos, con el que se colocó en el puesto 5 de los 167 publicados en este ranking, en el que los países en los que hay menor percepción de corrupción ocupan los primeros puestos”

Según (se-todo, 2016), Holanda tiene una población de algo más de 16,7 millones de habitantes, lo que da una de las densidades de población más altas de Europa, e incluso del mundo si exceptuamos las islas pequeñas, ya que superan los 404 h/km². No obstante, la población se distribuye de manera desigual por el territorio. Holanda meridional es la región más poblada, con más de 1.200 h/km², le sigue Holanda septentrional con más de 975 h/km², y Utrecht, con más de 850 h/km², es decir, la costa y el ángulo suroeste. Por el contrario, otras regiones tienen una densidad media.

Según (La Guia, 2008), La tasa de natalidad es muy baja, en torno al 10,5‰, lo que da una fertilidad de alrededor de 1,6 hijos por mujer. La tasa de mortalidad es muy baja (8,7‰), y más baja aún la tasa de mortalidad infantil (4,8‰), como corresponde a un país en el que la cobertura sanitaria de calidad alcanza a toda la población. Con estos datos la esperanza de vida al nacimiento se sitúa en torno a los 79 años.

Según (La Guia, 2008), La población holandesa tiene un altísimo grado de urbanización. Más del 90% de la población vive en ciudades, pero, sin embargo, no existe, realmente, grandes ciudades, si no toda una red de ciudades medias. Existe una gran conurbación, la de Randstad, pero en torno a las principales ciudades existen una serie de ciudades que, por regla general, acumulan más población que la ciudad de referencia.

Según (La Guia, 2008), Las principales ciudades holandesas son:

- * Ámsterdam, 750.553 h, provincia de Holanda septentrional, aglomeración de Randstad
- * Róterdam, 592.995 h, provincia de Holanda meridional, aglomeración de Randstad
- * La Haya, 486.780 h, provincia de Holanda meridional
- * Utrecht, 290.874 h, provincia de Utrecht, aglomeración de Randstad

- * Eindhoven, 215.252 h, provincia de Brabante Septentrional
- * Tílbürg, 202.560 h, provincia de Brabante Septentrional
- * Almere, 193.763 h, provincia de Flevolanda, aglomeración de Randstad
- * Gróninga, 185.091 h, provincia de Gróninga
- * Breda, 172.897 h, provincia de Brabante Septentrional
- * Nijmegen, 161.265 h, provincia de Güeldres
- * Enschede, 156.105 h, provincia de Overijssel
- * Apeldoorn, 155.913 h, provincia de Güeldres

Según (La Guia, 2008), son tierra de inmigrantes, y eso a pesar de ser un país superpoblado. La actual composición de inmigrantes se define tras la segunda guerra mundial. Para recuperar el país llegaron italianos, portugueses y españoles, pero el grueso de los inmigrantes son alemanes, turcos, marroquíes y los procedentes de sus territorios americanos: Surinam y las Antillas Holandesas

3.1.4 Tamaño mínimo económico

El Proyecto posee esta parte importante que determina las instalaciones y la estructura de la planta así como las dimensiones de su tamaño el mismo que será fundamentado y estructurado en base de la demanda calculada en el proyecto, la planta contara con obras civiles totalmente adecuadas y estudiadas para su excelente funcionamiento.

El proyecto mediante una planeación permitirá satisfacer la demanda calculada estimada la cual esta detallada en el punto 2.4.2, para calcular la capacidad exacta y total de la planta, se considerara como base la capacidad total de harina que la maquinaria podrá producir anualmente. La capacidad anual de producción de la planta es de 34506 unidades.

3.1.5 Capacidad Empresarial y Financiera

La relación comercial entre Ecuador con Holanda se sitúa en los primeros diez socios comerciales por efecto del proceso de la Balanza Comercial es creciente a favor del Ecuador y gracias a esto ha pasado de ser de la tercera a la segunda economía más importante de Europa Occidental.

Esto es una motivación para seguir adelante con la realización del proyecto porque enseña que no es solo la capacidad de crear un nuevo producto y llevarlo al mercado como la harina de cáscara de maracuyá, sino que es poder mantenerlo en el tiempo y generar una gran rentabilidad como utilidad y poder así también ayudar a la economía del país y al cambio de la matriz productiva, es ese el objetivo que el proyecto pretende alcanzar.

Para esto se debe formar una sólida estructura financiera que será la que indicará como distribuir los recursos obtenidos que permitirán continuar en el mercado o generar estrategias para ser más competitivos.

Cada factor de evaluación es muy importante ya que interviene en todo proceso financiero en el cual se tiene pensado realizar un préstamo con las diferentes entidades financieras que ayudan a la realización de estos proyectos para que junto con el correcto estudio la empresa pueda salir adelante con niveles óptimos de rentabilidad eficiencia y oportunidad y de esta manera poder lograr el cumplimiento de la meta propuesta.

3.1.6 Plan de Exportación

Toda exportación tiene su debido proceso, comenzando desde el registro de exportador debidamente autorizado por El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador hasta el debido

cierre de exportación en el sistema ECUAPASS de la Aduana, es de vital importancia conocer los procesos, y normas legales establecidas por el gobierno.

3.1.6.1 Registro del Exportador

Según el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) se deberá cumplir con los pasos y requisitos para la obtención de la firma electrónica-TOKEN.

3.1.6.2 Proceso de Exportación

Agente de Aduana o personal de comercio exterior se encargará de la transmisión de la Declaración de Exportación conocida por sus siglas en español DAE mediante el Sistema electrónico aduanero llamado Ecuapass, posterior a la transmisión se espera la aceptación o rechazo de la DAE.

Una vez obtenida la aceptación de la DAE se procede a realizar el AISV para que la carga ingrese al depósito temporal donde se realizará la inspección antinarcóticos respectiva junto con los agentes antinarcótico designados y el funcionario aduanero, este proceso es obligatorio para los trámites de Exportación

Una vez que se hayan realizado las inspecciones respectivas, el funcionario aduanero validará la en el sistema Ecuapass la Salida Autorizada de la mercancía.

Posterior a la notificación de la Salida Autorizada de la carga de exportación se procede a realizar el proceso de Embarque, mediante la correcta transmisión de los documentos de embarque conocido también como B/L (Bill of Lading) y del Manifiesto de carga por parte de la naviera.

Una vez que la naviera haya generado el manifiesto de carga se procede a realizar la regularización de la DAE proceso mediante el cual se da por culminado el proceso de exportación de la mercadería. El plazo estipulado por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador para regularizar la DAE es de 30 días posterior a la fecha de transmisión del Documento de transporte.

3.1.7 Requisitos para la Exportación de Ecuador a Países Bajos (Holanda)

3.1.7.1 Declaración de exportación

Para la exportación de la Harina de Cáscara de Maracuyá hacia Holanda se debe transmitir la DAE (Declaración Aduanera de Exportación) en el distrito aduanero correspondiente Y sea Guayaquil o Manta que son los puertos con mas flujo de exportaciones, la documentación que deberá ser adjuntada en la declaración aduanera de exportación son los siguientes:

- Factura Comercial (Invoice).
- Documento de transporte o conocimiento de embarque(Bill of lading)
- Póliza de Seguro Internacional.
- Certificado sanitario.
- Certificado de Origen.

3.1.8 Acuerdos Comerciales con la Unión Europea

“La Unión Europea es uno de los socios comerciales más importantes para el Ecuador, ocupando en los últimos años el primer lugar como destino de las exportaciones ecuatorianas no petroleras.” (Ministerio de Comercio Exterior, 2014)

Según (Ministerio de Comercio Exterior, 2014), El Acuerdo entre la Unión Europea y el Ecuador normará el comercio de bienes y servicios desde y hacia dicho bloque, así como la participación de las Partes en licitaciones para la contratación pública, la protección de los derechos de propiedad intelectual, la cooperación en el ámbito del comercio y, en particular disposiciones precisas que establecen un trato especial y diferenciado a favor del Ecuador, en reconocimiento a las asimetrías existentes entre la UE y el Ecuador.

“Los productos ecuatorianos exportados al mercado europeo ingresarán libres de aranceles y obstáculos a una de las regiones de mayor poder adquisitivo del mundo. Esto se producirá inmediatamente después de la entrada de vigencia del Acuerdo.” (Ministerio de Comercio Exterior, 2014)

“Contribuirá a la modernización del aparato productivo nacional en un contexto de inserción inteligente a los mercados internacionales, bajo una estrategia de optimización de beneficios. Las negociaciones del Acuerdo se cerraron oficialmente el 17 de julio de 2014.” (Ministerio de Comercio Exterior, 2014)

3.1.9 Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC)

“El Acuerdo Comercial incluye disposiciones específicas en materia de reglamentación técnica que buscan garantizar que los productos comercializados entre las Partes cumplan con los requisitos establecidos tanto en la UE como en el Ecuador.” (Ministerio de Comercio Exterior, 2014)

Según (Ministerio de Comercio Exterior, 2014), Las disposiciones buscan garantizar el derecho de los países miembros de aplicar medidas para lograr objetivos legítimos de política, como la protección de la salud y seguridad humana, la preservación del medio

ambiente, los derechos del consumidor, así como no crear obstáculos innecesarios al comercio. El Acuerdo incluye también disposiciones que generan una mayor transparencia para la implementación y cooperación en las diferentes esferas (reglamentos técnicos, normas, y procedimientos de evaluación de la conformidad), con el objetivo de facilitar el comercio entre las partes.

3.1.10 Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (MSFs)

Según (Ministerio de Comercio Exterior, 2014), el capítulo busca proteger la vida y la salud de las personas, de los animales y de los vegetales en el territorio de las Partes, y al mismo tiempo asegurar que estas no constituyan obstáculos injustificados al comercio. Ecuador y la UE se comprometieron a colaborar para una eficaz aplicación del Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias de la OMC.

3.1.11 Instrumentos de Defensa Comercial

Según (Ministerio de Comercio Exterior, 2014), los instrumentos de defensa comercial están diseñados para hacer frente al comercio desleal, a través de un marco jurídico claro y transparente. El Acuerdo con la UE incorpora herramientas para defender los intereses comerciales del país tales como: las salvaguardias agrícola y para la industria naciente, la salvaguardia bilateral y multilateral y la de balanza de pagos, este es un instrumento que permite precautelar la dolarización. El Acuerdo Comercial no restringe el derecho de ambas Partes para establecer medidas encaminadas a proteger la salud humana y de los animales y vegetales, más bien busca la calidad sanitaria y fitosanitaria de los productos antes de su comercialización o exportación.

3.1.12 Clasificación Arancelaria

El arancel aplicado por la unión Europea correspondiente nomenclatura común denominado (TARIC). La subpartida correspondiente a la harina de Cáscara de Maracuyá es la 1106309080—Las Demás

Tabla 15

Partida arancelaria de harina de cáscara de maracuyá

Código	Designación de la mercancía
11.06	Harina, sémola y polvo de las legumbres secas de la partida 0713, de sagú o de las raíces o tubérculos de la partida 0714 o de los productos del capítulo 8
1106.30	- De los productos del capítulo 8
1106.30.10	- - De plátano
1106.30.90	- - Los demás
1106.30.90.30	- - - Sandía (egusi, Citrullus spp.) Las semillas y productos derivados
1106.30.90.40	- - - De avellanas
1106.30.90.50	- - - De pistachos
1106.30.90.80	- - - Los demás

Elaborado por: Los autores

3.1.13 Barreras arancelarias y no arancelarias

3.1.13.1 Barreras Arancelarias

La empresa que realice la importación en Holanda aplicará la siguiente tarifa arancelaria a las importaciones correspondientes a la subpartida 1106.30.90.80 procedente de Ecuador como Harina de Cáscara de Maracuyá.

Tabla 16
Barreras arancelarias

Código	Designación de la mercancía	Advalorem	Preferencia arancelaria
1106.30.90.80	- - - Los demás	8.30%	0%

3.1.13.2 Elaborado por: Los autores

3.1.13.3 Barreras no Arancelarias

Los requerimientos para la subpartida 1106.30.90.80 denominada como las demás harinas Harina, sémola y polvo de las legumbres secas de la partida 0713, de sagú o de las raíces o tubérculos de la partida 0714 o de los productos del capítulo 8, son los siguientes:

- Control de los contaminantes alimenticios en alimentos.
- Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal.
- Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en los alimentos y los riesgos.
- Etiquetado de productos alimenticios

3.1.14 Consideraciones del Mercado en Destino

Holanda tiene una ubicación estratégica ideal y es considerado como puente de ingreso hacia los demás mercados de la Unión Europea, además que Holanda es un potencial mercado para entablar conversaciones y realizar negocios con empresas locales o internaciones. La geografía y la infraestructura holandesa son muy bien organizadas por lo cual son algunas de las principales razones para que grandes empresas extranjeras hacen negocios con Holanda.

3.1.15 Incoterms

El objetivo de los incoterms es establecer reglas y responsabilidades entre las partes negociantes, es decir se definirá desde que punto y hasta que momento comenzará y terminará la responsabilidad de cada uno de las empresas.

Tabla 17
Grupo de incoterms

Grupos	Incoterms 2010
Grupo E	EXW
Grupo F	FAS, FOB, FCA
Grupo C	CFR, CIF, CPT, CIP
Grupo D	DAT, DAP, DDP

Elaborado por Los autores

El término de negociación o Incoterms que se planteará en las negociaciones es CIF (Costo, Seguro y Flete), en el puerto de destino designado, ya que la Harina de Cáscara de Maracuyá al ser exportada será adquirido por los distribuidores mayoristas, y ellos acostumbran no asumir los gastos de transporte o del seguro en sus negociaciones, con la finalidad de tener menor responsabilidad en las condiciones de entrega del producto.

3.1.16 Logística de Exportación

Puertos marítimos – Holanda - Ámsterdam

Los Holanda - Ámsterdam tiene más de 40 puertos en total, pero los principales puertos comerciales son: Rotterdam y Ámsterdam.

Puerto de Rotterdam: según (Deltawerken online, 2004), El puerto de Rotterdam es el más grande e importante del mundo y también uno de los mejor organizados de Europa. Es

considerado el cuarto puerto del mundo en movimiento con más de 400 millones de toneladas de mercadería; es uno de los puertos que recibe más toneladas de mercaderías que los puertos españoles, posee seis terminales de crudo, cinco refinerías, 43 empresas químicas y 3 de gas.

“Es un puerto frutícola, con gran experiencia en el manejo de carga e instalaciones multipropósito, con capacidad para recibir todo tipo de embarcaciones de última generación, y en los últimos años se ha posicionado como el principal puerto europeo.” (Deltawerken online, 2004)

Figura 3.1

Puerto de Rotterdam



Fuente: Google Imágenes

3.1.16.1 Líneas navieras - Amsterdam (Holanda)

Actualmente existen muchas líneas navieras y agencias de carga o consolidadores internacionales que cubren la ruta desde Ecuador hasta Holanda, ya que está considerado como la puerta de entrada a Europa, por lo cual se mencionan la más importantes: Hamburgsud, CCNI, CSAV, Maersk, Hapag Lloyd, MSC, Ecu line.

Figura 3.2.
Lineas Navieras



Fuente: Google Imágenes

Hamburg sud: Es una de las navieras más grandes e importantes en Alemania, Hamburg Sud es considerada una de las veinte compañías navieras más grandes del mundo.

Hamburg Sud posee una gran reputación por todos sus servicios logísticos y seguridad que brinda a sus cargas, esto lo convierte en un socio confiable y competente para la solución de problemas y brindando un servicio óptimo adaptándose a las necesidades de sus cliente. Abarcan toda la operación logística llegando de puerto a puerto y de puerta a puerta.

Luego de realizar un extenso análisis a las navieras que cubren la ruta Ecuador – Holanda, se ha denominado que la mejor opción es Hamburg Sud para poder realizar la exportación de 1 contenedor dry seco de 20’ mensual y el envío 4000 fundas

3.1.16.2 Tiempos de tránsito y costos Marítimos

El tiempo de tránsito desde Guayaquil hacia Ámsterdam es de 20 días aproximadamente, los costos suelen variar por mes, el costo por envío de un contenedor de 20 seco es de \$1300.00 Aproximadamente.

3.1.16.3 *Empaque, Embalaje y etiquetado*

Para la exportación es muy importante el embalaje ya que así se optimiza su conservación y protección del producto. La presentación contendrá la respectiva información nutricional del producto, los ingredientes serán enumerados en la etiqueta tal como lo designan las normas y estatutos de la directiva de consejo europeo con el fin de identificar si uno de los ingredientes podría producir alergias al momento de su consumo el etiquetado no podrá indicar que previene enfermedades

Proecuator determina que las características del etiquetado y embalaje son las siguientes:

- Definición del producto, determinado con palabras seleccionadas de una lista aprobada.
- El texto debe presentarse en el idioma oficial pero puede ser traducido a otros idiomas.
- El etiquetado debe ser claro, legible y permanente.
- Debe contener duración de conservación y fecha de elaboración y de caducidad.
- Advertencia e instrucciones
- Indicaciones conscernientes al contenido, peso y los volúmenes en unidades métricas.
- Todos los aditivos, agentes de conservación y colorantes que deben ser indicados en la etiqueta con ayuda del nombre del grupo específico o del número.
- País de origen del producto.
- Número de lote del fabricante

3.1.16.4 Paletización

Es una plataforma generalmente de madera, que permite el agrupamiento de mercancías sobre ella, constituyendo una unidad de carga. (Edurcam, 2013)

3.1.16.5 Colocación de mercancía sobre Pallet

Según (Edurcam, 2013), para asegurar la estabilidad de la carga, es recomendable que las unidades que forman los pallets, se coloquen de forma cruzada. También hay que intentar evitar que entre estas unidades no existan espacios libres, y que no sobresalgan del pallet. Cuando las unidades no son idénticas se deberá retractilar la unidad de carga, colocando una película envolvente alrededor del pallet para evitar caídas.

3.1.16.6 Exportación segura con pallets de madera

Según (Edurcam, 2013), la nueva reglamentación fitosanitaria NIMF-15 (Normas Internacionales para Medidas Fitosanitarias), de la IPPC (The International Plant Protection Convention, organismo perteneciente a la ONU, es la única entidad que regula y autoriza esta norma a nivel internacional), entró en vigor en el 2004 y se aplica a palets y embalajes de madera para exportación. Exige dos requisitos imprescindibles: un certificado de origen del pallet y otro del tipo de tratamiento aplicado para su desinfección. Para cumplir con el segundo se permiten dos tratamientos.

Tratamiento térmico y fumigación con bromuro de metilo. El térmico, es un tratamiento permanente, mientras que el bromuro de metilo debe ser renovado cada dos meses. (Edurcam, 2013)

El Protocolo de Montreal, firmado por multitud de países, promueve abandonar la utilización de tratamiento químico con bromuro de metilo a partir de 2005. La NIMF-15 trata de evitar la entrada de plagas, insectos o parásitos que pueda contener la madera procedente de otros países. (Edurcam, 2013)

3.1.16.7 Pallet Europeo

Normalizado en cuanto a resistencia y dimensiones. Sus dimensiones son: 800 x 1200 y tienen un lado cerrado, accesible con máquinas de horquilla libre y otro abierto accesible por todo tipo de máquinas. Resiste una carga máxima de 1000 kg. (Edurcam, 2013)

3.1.16.8 Ingreso de la carga al contenedor

Una vez lista la mercadería se procederá con el ingreso de la misma al contenedor de 20 dry, el cual será utilizado en términos de FCL/ FCL de sus siglas en ingles FULL CONTAINER LOAD, o Carga de Contenedor Full, tiene una Tara de 2.230 kg y un volumen de 33.20m³.

3.1.16.9 Guayaquil-Ecuador Puerto de Origen

El llenado del contenedor se lo realizara dentro de las bodegas de la empresa donde se contará con el personal idóneo para su supervisión así como con los estibadores designados para proceder con el ingreso de la mercancía al contenedor.

Se contratara un servicio de custodia armada, el cual vigilará de cerca el trayecto del contenedor hasta el puerto marítimo de CONTECON con el fin de evitar que contaminen la carga con sustancias de ilícitas.

Posteriormente una vez que el contenedor se encuentre en el puerto se realizará la respectiva inspección antinarcóticos, y de cuarentena por los supervisores designados por agrocalidad, una vez verificado que todo esté en orden se procede con el sellado previo al embarque.

Amsterdam-Holanda Puerto de Destino

Una vez que la carga arribe a Holanda el comprador se encargara de cumplir con todas las formalidades aduaneras y el transporte hará llegar su carga hasta las bodegas correspondientes del importador.

3.1.16.10 Características del Contenedor

Tabla 18
Características del contenedor de 20

	Dimensiones
Volumen	33,20 m3
Medidas externas	base: 606 x 243 cm max alto: 260 cm
Medidas internas	base: 590 x 235 cm max alto: 239 cm
Peso vacío	2.230 kg
Peso máximo	21.770 kg



Elaborado por: Los autores

3.1.16.11 Forma de Pago

El medio de pago más utilizado y el cual es más seguro al momento de una negociación para la exportación de mercancías es la carta de crédito, carta de crédito su uso dependerá del de la confianza que exista entre las negociaciones de los exportadores

Ecuatorianos y los importadores en Holanda. El cobro realizado por el exportador se hará mediante una carta de crédito (con un plazo no mayor a los 60 días) la cual garantiza el pago mediante el respaldo de un banco.

3.2 Localización

Debido a la cercanía de la materia prima del producto es decir la Cáscara de Maracuyá, escogimos la ciudad de Guayaquil, para poder determinar la ubicación de la planta se debe analizar variables consideradas como factores para la localización, estos son un proveedor ideal con precios competitivos para el producto y adicional Guayaquil es el principal puerto del Ecuador entre otras las cuales se determinaran en base a un estudio realizado, el lugar donde el proyecto estratégicamente deberá lograr un costo de producción mínimo con una utilidad máxima.

3.2.1 Factores Determinantes

Investigaciones han comenzado a proporcionar una pista en general del comercio entre Ecuador con Holanda, esto ha constituido una puerta de entrada a Europa en gran parte a las características en que esta demanda se presenta como son por países y productos.

Se puede constatar que Ecuador tiene una creciente favorable de varios productos de exportaciones a Holanda y en relación a otros países como España que tiene altibajos, la Balanza Comercial con Holanda es siempre creciente y se ha mantenido a lo largo del período del 2007 al 2011.

Ya que proporcionan una ubicación estratégica para el ingreso hacia el mercado Europeo se ha realizado este estudio para analizar las posibilidades de ingreso, analizando las

mejores estrategias para la exportación, sus exigencias para poder beneficiarnos de los canales de distribución que tienen los holandeses para servir a este mercado como para la región EMEA.

También se pueden detallar como factores determinantes los siguientes:

Factor geográfico. – Se consideran las condiciones naturales que posee la provincia del Guayas, ya sea el clima, los niveles de contaminación, los desechos, la infraestructura vial y principalmente el hecho de que la ciudad de Guayaquil es considerado el puerto principal del país.

Factor institucional. - Esta basado en planes de desarrollo y estrategias, para descentralización industrial.

Factor económico. – Implica los costos de mano de obra, los costos por materias primas, los servicios básicos, el valor del terreno y la cercanía de los proveedores de la materia prima con la planta de producción.

Factor social. - Se basa en la adaptación del proyecto de harina de cáscara de maracuyá al ambiente natural y a la comunidad refiriéndose a factores como la educación y costumbre.

3.2.2 Métodos de localización

Para poder determinar la ubicación de la planta se llevó a cabo el método cualitativo designado mediante puntos ponderados considerando factores y variable para lograr la correcta ubicación de la misma. Las variables se las califica de una manera ponderada.

3.3 Plan de Producción

El esquema a presentar para el plan de producción de la harina de cáscara de maracuyá, como se elabora, que procesos y que maquinaria se emplea dentro del mismo, también se presentan siete importantes etapas para la elaboración del producto, comenzando por la recepción del producto, el triturado, lavado, secado, molido, tamizado y por último almacenamiento y distribución del mismo.

Se demostrará que la cáscara de la Maracuyá es fácilmente deshidratada, la cáscara de la maracuyá contiene el 20% de pectina aproximadamente.

La diferencia que se muestra en el secado puede ser debido a la alta fibra que contiene y por el bajo material de éter extractable. Los diferentes coeficientes de digestibilidad de los varios nutrientes de la cáscara de la maracuyá se comparan muy favorable con la pulpa que es cítrica. La digestibilidad de las proteínas en la cáscara de la maracuyá es hasta tres veces más grande que el total de las proteínas del afrecho de la Piña. Se presentan algunas quemadas cuando la cáscara es deshidratada a altas temperaturas, en el progreso de deshidratación la digestibilidad de las cáscaras aumenta. El beneficio más grande se encuentra en la ganancia de carbohidratos.

3.3.1 Materiales y Materias primas

En la búsqueda de la materia prima para la elaboración de la Harina, se han determinado que la cáscara de la maracuyá deberá ser del tipo de fruta ya madura esto le brindara una mejor calidad al producto final por el sabor y el aroma para el cliente final.

La cáscara de Maracuyá se puede adquirir en cualquier exportadora de pulpa de maracuyá en el país, pero la mayor parte de ellos se encuentran fuera de la ciudad de

Guayaquil, por lo tanto se realizó un estudio de las plantas de extracción de pulpa de maracuyá en lugares cercanos.

Muchas de las empresas extractoras de pulpa de Maracuyá no saben qué hacer con la cáscara en sí, por lo genera esta es usada como abono propio o a su vez vendida con el mismo fin, o en otros casos es desechada.

3.3.2 Fuentes de suministros y proveedores

3.3.2.1 Proveedores.

Para la selección de nuestros proveedores realizamos un completo análisis de sus costos por volumen de compras y la calidad de la materia prima que ofrecen.

De acuerdo a los resultados obtenidos se determinaron como principales proveedores a los que mayores ventajas poseen en relación a precio, calidad y cantidad.

Se escogió como proveedor a exofrut (Frutella) por el mejor precio a 0.16 ctvs por libra.

FRUTELA Empresa encargada de la exportación de pulpas de frutas entre ellas, pulpa de maracuyá, estas desechan o venden las cáscaras para ser utilizadas como abonos.

Ubicación: Km 19.5 Via a la costa

P.O. Box # 16358

Guayaquil – Ecuador

Teléfonos: +593 4 2046040 / +593 4 2046032



De acuerdo a los resultados obtenidos se determinaron como principales proveedores a los que mayores ventajas poseen en relación a precio, calidad y cantidad.

Se escogió como proveedor a exofrut (Frutella) por el mejor precio a 0.16 ctvs por libra.

FRUTELA Empresa encargada de la exportación de pulpas de frutas entre ellas, pulpa de maracuyá, estas desechan o venden las cáscaras para ser utilizadas como abonos.

Ubicación: Km 19.5 Via a la costa

P.O. Box # 16358

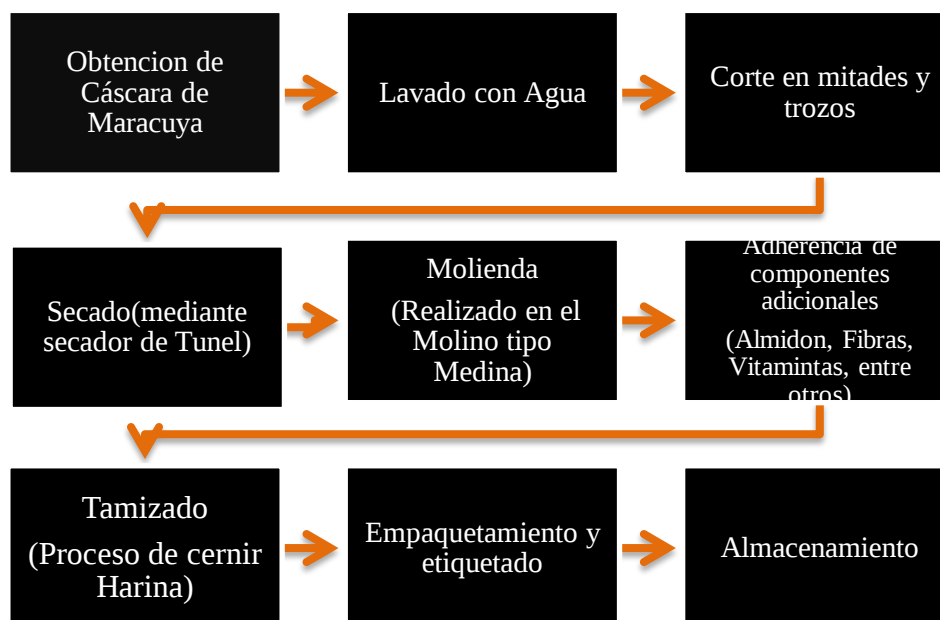
Guayaquil – Ecuador

Teléfonos: +593 4 2046040 / +593 4 2046032



3.3.3 Metodos y Tecnologias de Producción

Tabla 19
Proceso de producción



Elaborado por: Los autores

La obtención de la cáscara de maracuyá: consiste en la compra y recepción de las cáscaras de la maracuyá, parte fundamental para iniciar todos los procesos.

Lavado en Agua: La cáscara de maracuyá pasa a la sección de Lavado donde se procede a lavar la cáscara con agua con la finalidad de retirar los residuos de jugo y semillas que quedaron dentro de la misma.

Corte en mitades y trozos: Posterior al lavado se procede a cortar en trozos pequeños con un diámetro de 1.59 cm con la finalidad de que el secado sea óptimo y en menor tiempo, para así lograr mayor eficiencia y optimización de tiempos.

Secado: El secado se realizara en el Secador de Túnel con temperatura de secado a 66°C, con humedad del 11%. La temperatura con la cual se realiza el secado favorece a la

poca proteínas no se desnaturalicen y ayuda a las múltiples vitaminas del producto, por la cual logra una mejor calidad del producto.

Molienda: La molienda de la cáscara de maracuyá se la realiza en la Molinera, la cual se realiza mediante un correcto manejo donde no se deberá desperdiciar ningún tipo del proceso.

Adherencia de los componentes adicionales: Se adherirán los diferentes componentes adicionales ya sea el almidón y vitaminas correspondientes.

Tamizado: El proceso del Tamizado permite obtener la mejor granulometría de la malla 400 – 315. Se obtendrá el polvo deshidratado de la cáscara de maracuyá.

Empaquetamiento y etiquetado: El empaquetado y etiquetado del producto se realizara en base al modelo determinado de la harina de cáscara de Maracuyá.

Almacenamiento: Es el proceso donde se almacenará el producto final listo para su distribución.

3.3.4 Equipamiento

Para iniciar el proceso de producción de Harina de Cáscara de Maracuyá se necesita contar con maquinaria de alta calidad en el momento de la producción, para lo cual se ha detallado el tipo de maquinaria a utilizar:

Máquina Lavadora

Máquina Cortadora

Máquina de Secado de Túnel

Máquina Molinera

Máquina Tamizadora

Máquina de empaquetado y etiquetado

3.3.5 Riesgos críticos y planes de contingencia

Posible Incendio: Un riesgo muy alto que se puede correr en las instalaciones es la de un posible incendio, el cual podrá ocasionar daños y pérdidas de los recursos con los que se cuenten en las bodegas e instalaciones, por la cual se ha determinado medidas preventivas mediante un proceso de evaluación debido a las prioridades que presenta el área de producción:

Realizar medidas preventivas de control donde se definirán programas del buen uso de las máquinas, encendido y apagado correctamente.

Uso de extintores en las áreas de producción, ubicados al alcance de cada punto cercano del personal de planta.

Capacitación sobre el manejo de actividades de la no utilización o derrame de algún tipo de sustancias químicas o inflamables.

Determinar pérdida o daños de los equipos: La planta contará con todas las medidas de control de los recursos que contamos, sin embargo habrán momentos de pérdidas de materiales de manera accidental a la vez los equipos de producción pueden deteriorarse ya sea por alguna mala maniobra o mala utilización de las mismas para ello se han tomado en consideración ciertas medidas:

Capacitaciones al personal sobre los usos y mantenimientos correctos de las maquinarias para el proceso de la producción.

Considerar en el presupuesto general un fondo de contingencia en caso de deterioro o pérdida de equipos. Adquisición de alarmas y cámaras dentro de las oficinas y taller con el fin de prevenir algún tipo de siniestro o robo

4 Capítulo cuatro.

Plan de Administración y RRHH

En cuanto a la constitución de la compañía, deberá contar con personal altamente capacitado para las áreas que se aperturarán, será indispensable el manejo del Inglés en niveles fluidos para el personal administrativo así como sólidos conocimientos en ventas y todo lo concerniente al comercio internacional.

4.1 El equipo gerencial, antecedentes, cargos y responsabilidades, conocimientos, actitudes y habilidades en función del proyecto.

El equipo Gerencial de la compañía estará conformado por el Gerente General con el soporte de una Jefe Administrativa o contadora, y un jefe de producción

Estas asignaciones han sido contempladas en un orden jerárquico donde se pueda llevar un correcto control de cada una de las funciones del personal.

Cada personal tiene sus responsabilidades específicas las cuales han sido determinadas en base a sus experiencias, conocimientos y habilidades.

El gerente es el encargado de ejecutar y cumplir con los objetivos de la empresa y será el responsable de la toma de decisiones, se encargará de encontrar o crear oportunidades para que el producto pueda ingresar a competir al mercado internacional, los resultados se juzgarán en base desempeño y productividad.

Deberá de utilizar todos los recursos a su disposición de una manera muy eficiente, con el fin de obtener el máximo de beneficio de ellos.

Tiene la habilidad técnica y la responsabilidad de conocer cada departamento para así lograr un control en los procesos de la administración y producción

4.1.1 Gerente General

Educación:

Ing. Comercial, Ing. en comercio exterior.

Descripción de Tareas: Dirigir y coordinar todas las actividades y los recursos a través del proceso de planeamiento, organización, dirección, y control a fin de lograr los objetivos establecidos.

- Amplios conocimientos en comercio exterior.
- Idiomas Inglés y español
- Estrategias de ventas
- Manejo de Proveedores.
- Manejo de clientes extranjeros
- Análisis de los Estados Financieros.

4.1.2 Jefe Administrativo / Contador

Educación

- Graduado en Administración de empresas, Ing. Comercial o CPA
- Mínimo 3 años de experiencia en una posición de alto nivel Administrativo.
Implementará soluciones y mejoras en la administración de los recursos de la empresa con el fin de optimizar tiempos y costos, ser creativo y tener excelentes destrezas comunicativas.
- Conocimientos de comercio exterior
- Manejo fluido del Inglés
- Control de los ingresos y gastos de la compañía.
- Presentación de detalles contables
- Control de declaraciones y pagos de impuestos respectivos al estado.
- Comunicación clara de las cuentas de la empresa
- Respetar los horarios de trabajo.
- Eficiencia y eficacia.

- Supervisar al personal
- Realizar la compra de materias primas y demás suministros.

Condición del Cargo:

- 25 a 45 años.
- Residente de Guayaquil.
- Estado civil – no es relevante

4.1.3 Jefe de Producción

Educación

- Graduado en Ing. Industrial
- Mínimo 3 años de experiencia. Implementará y supervisará soluciones y procesos en la fabricación de la harina de cáscara de maracuyá, presentará informes del material utilizado y solicitará al departamento administrativa la compra de la materia prima faltante deberá poseer excelentes destrezas comunicativas.

Detalle de Tareas:

- Control de la materia prima utilizada.
- Control del inventario
- Entrega a tiempo de la producción solicitada por nuestros clientes para su exportación.
- Control de los obreros en cumplir con el trabajo respectivo
- Encargarse del cuidado de los equipos y maquinaria
- Respetar los horarios de trabajo.
- Eficiencia y eficacia.
- Supervisar al personal
- Solicitar la compra de materias primas y demás suministros.

Condición del Cargo:

- 25 a 45 años.
- Residente de Guayaquil.

- Estado civil – no es relevante

4.1.4 Personal de planta

Educación

Secundaria finalizado, superior en curso o egresado

Detalle de Tareas

- Manejo adecuado de las máquinas de producción
- Control de la materia prima a utilizar en el proceso de producción.
- Control de inventario
- Encargarse del cuidado de los equipos y maquinaria
- Respetar los horarios de trabajo.
- Eficiencia y eficacia.

4.1.5 Mensajero / chofer

Educación.

Secundaria finalizado, superior en curso o egresado

Detalle de tareas:

- Realizar depósitos y pagos solicitados
- Manejo y entrega de documentos
- Entrega de documentos y pagos al SRI
- Entrega de documentos y pagos al IESS
- Respetar los horarios de trabajo.
- Eficiencia y eficacia.

4.2 Cantidad de personal y perfiles de los puestos clave

Inicialmente la empresa solo contará con 8 empleados los cuales han sido seleccionados en base a su experiencia aptitudes y conocimientos, los cuales serán capacitados constantemente para el uso de los equipos de producción y en temas actuales relacionados al comercio exterior.

El personal estará involucrado directamente con la calidad del producto, con la calidad de los procesos, todo estará normado en un manual de procedimientos interno de la empresa, o llamado también reglamento interno el cual será de total conocimiento por cada uno de los empleados aprobado por la Gerencia.

Las 8 personas están distribuidas de la siguiente manera:

1 Gerente General

1 Jefe Administrativo/Contador

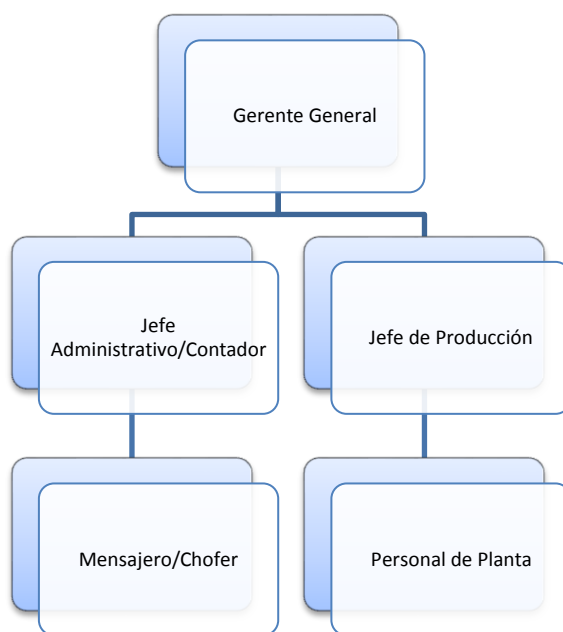
1 Jefe de Producción

4 Personal de planta

1 Mensajero/Chofer

Cada uno de ellos deberá cumplir con el perfil solicitado, sea en la dirección administrativa, en logística, y en producción.

4.3 Organigrama



5 Capítulo cinco.

Plan de inversión.

5.1 Inversión fija

A continuación se detalla los presupuestos financieros para determinar la viabilidad del proyecto.

Tabla 20
Inversión Fija

1.1 Terreno	Monto (u.s. dólares)
Total	25.000,00
1.2 Equipo y maquinaria	Monto (u.s. dólares)
Molino tipo medina	3.500
Secador de tunel	2.200
Cortadora	1.600
Tamizadora	1.700
Balanza	400
Lámina de Acero	960
Banda electrónica	1.500
Mesa de Acero	1.600
Total	13.460,00
1.3 Equipo de oficina	Monto (u.s. dólares)
8 Sillas	400
3 escritorios	600
3 Archivadores	510
1 Impresoras	400
3 Computadoras	1.368
1 Impresora matricial	180
Total	3.458,00
1.4 Transporte	Monto (u.s. dólares)
Vehículo	10.000
Total	10.000,00
1.5 Edificio	Monto (u.s. dólares)
Construcciones y edificaciones	30.000
Total	30.000,00

Como se observa en la tabla 5.20 es necesario invertir en terreno 25.000,00 dólares, en equipos y maquinarias 13.460,00, equipos de oficina 3458,00, vehículo 10.000 dólares y en construcciones y edificaciones 30.000,00.

Tabla 21
Depreciación de activos fijos

Activo fijo	Valor (U.S.\$)	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
1. Equipo y maquinaria	13.460	1.346	1.346	1.346	1.346	1.346	1.346	1.346	1.346	1.346	1.346
1. Equipo de oficina	3.458	346	346	346	346	346	346	346	346	346	346
1. Equipo de transporte	10.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000					
4. Edificios	30.000	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
Total	56.918	5.192	5.192	5.192	5.192	5.192	3.192	3.192	3.192	3.192	3.192

Elaborado por: Los autores

En la tabla 5.21 de depreciación de activos fijos se puede observar el tiempo de depreciación de cada activo al tiempo que se tiene proyectada el modelo de negocio, en el cual el primer período se tiene un valor de 56.918 dólares.

5.2 Inversión en intangibles

La tabla 5.22 de inversión en intangibles se especifica todo lo que abarca los activos diferidos, que son aquello que no se pueden detallar físicamente y entre estos se tiene:

- Estudio de pre-inversión
- Gastos de gestión
- Gastos de organización y constitución.

Detallando todos estos gastos en el próximo cuadro se podrá visualizar que se tendrá un egreso de 3.250,00 dólares.

Tabla 22

Inversión en intangibles

2.1 Estudio de preinversión	Monto (u.s. dólares)
Proyecto	500
2.2 Gastos de gestión	Monto (u.s. dólares)
Instalación y montaje	300
Asistencia Técnica	450
Total	750
2.3 gastos de organización y constitución	Monto (u.s. dólares)
Asesoría, registro sanitario, registro de marca, otros.	2.000
Total	2.000
TOTAL ESTUDIO PREINVERSIÓN	3.250

Elaborado por: los autores

Tabla 23

Depreciación de inversión en intangibles

Inversion diferida	Valor	2017	2018	2019	2020	2021
Estudio preinversión	3.250	650	650	650	650	650
Total		650	650	650	650	650

La inversión diferida se amortiza en 5 años.

Elaborado por: Los autores

La tabla 5.23 demuestra la depreciación en intangibles la cual tiene una amortización a 5 períodos contables, el cual tiene un valor por período de 650,00 dólares.

5.3 Inversión en capital de trabajo

Tabla 24
Inversión en capital de trabajo

5.1 Desembolsos en sueldos y salarios

Cargo	Cantidad	Monto/ mes (S/.)	Total/mes (S/.)	Total/Año (S/.)
Gerente	1	700	700	10.500
Secretaria Contadora	1	400	400	6.000
Jefe de producción	1	650	650	9.750
Chofer	1	370	370	5.550
Operarios	4	430	1.720	25.800
Guardia	1	366	366	5.490
Total sueldos y salarios			4.206	63.090
T.C. (S./.\$)		15		

5.2 Desembolsos para materia prima e insumos

Rubro	Cantidad/mes	Precio (S./unidad)	Total/mes (S/.)	Total/Año (S/.)
Cáscara de Maracuyá lb.	4.313	0,10	431	5.176
Limpieza de cáscara	4.313	0,03	129	1.553
Preservantes	1.725	0,30	518	6.211
Fundas Herméticas	2.876	0,30	863	10.352
Cajas	115	0,30	35	414
Gastos de exportación	2.876	0,05	144	1.725
Total materia prima insumos				25.431
T.C. (S/. /\$)		12		

3.3 Desembolsos diversos

Detalle	Monto/mes (S/.)	Monto/Año (U.S. \$)
Energía Eléctrica	450	5,400
Agua	50	600
Teléfono/internet	130	1,560
Combustibles	190	2,280
Lubricantes	150	1800
TOTAL DESEMBOLSOS	970	11,640

Elaborado por: Los autores

En la inversión de capital de trabajo se detalla lo siguiente.

- En los desembolsos de sueldos y salarios se detalla por cantidad, monto mensual teniendo también su totalidad mensual y anual, cabe recalcar que en el detalle anual se fijaron a 15 meses un estimado por los beneficios sociales que debe tener cada empleado.
- En los desembolsos de la materia prima se llevó a cabo un experimento en el cual se determinó que para la materia prima en lo que es cáscara de maracuyá se necesitan 4313 lb mensuales para poder cumplir con la demanda mensual del producto, así mismo para su limpieza, preservantes, fundas herméticas, cajas de envío y gastos de exportación se tiene un estimado de gastos de 25.431, dólares anuales.
- En los desembolsos diversos los gastos fijos anuales de energía eléctrica, agua, teléfono/internet combustibles y lubricantes para el mantenimiento de vehículos tiene un total de 11.640,00 dólares mensuales.

En base a este análisis de inversión de capital de trabajo se tiene un estimado de los gastos anuales que conlleva la producción de harina de cáscara de maracuyá en el cual ayuda más adelante a determinar si el proyecto es viable y si se tendrá una utilidad del mismo, el cual se podrá demostrar en las siguientes tablas financieras.

5.4 Resumen de inversión

Tabla 25

Resumen de inversión.

Resumen de inversion fija	Monto (u.s. dólares)
Terreno	25.000
Equipo y maquinaria	13.460
Equipo de oficina	3.458
Equipo de transporte	10.000
Edificio (edificaciones)	30.000
Subtotal	81.918
Total	81.918

Inversión en intangibles	Monto (u.s. dólares)
Proyecto	500
Gastos de gestión	750
Gastos de organización y constitución	2.000
Subtotal	3.250
Total	3.250

Inversión en capital de trabajo	Monto (u.s. dólares)
Sueldos y salaries	63.090
Materia prima e insumos	25.431
Desembolsos diversos	11.640
Total	100.161

Inversión total	Monto (u.s. dólares)
Inversión Fija	81.918
Inversión en Intangibles	3.250
Inversión en Capital de Trabajo	100.161
Total	185.329

Elaborado por: Los autores

La tabla 5.25 muestra un resumen de la inversión que se tendrá que realizar al llevar a cabo el modelo de negocio que se está proyectando, el cual tiene un total de 185.329,00 dólares.

5.5 Costos.

Tabla 26
Costos

Costos fijos	Monto anual (u.s. \$)
Depreciación del activo fijo	5,192
Mano de obra indirecta	27,540
Desembolsos diversos	11,640
Amortización de intangibles	650
Total costos fijos	45,022
COSTOS VARIABLES	Monto anual (U.S. \$)
Materia prima e insumos	25,431
Mano de obra directa	35,550
Se consideran 15 sueldos al año	
Total costos variables	60,981

Costo Unitario

Determinar costo variable medio	
Costo variable total (us \$)	60.981
Total unidades fda harina de maracuyá	34.506
Costo variable medio (us \$/funda)	1,77

Elaborado por: Los autores.

La tabla 5.26 muestran los costos fijos en el cual detalla las amortizaciones que se tendrá dentro del primer período contable así como demás rubros teniendo un valor de \$45.022,00 dólares anuales.

En los costos variables detalla el total de gastos en materia prima y mano de obra directa en el cual como se mencionó anteriormente se consideran 15 sueldos anuales con el propósito financiero de tener un estimado de gastos en beneficios sociales, teniendo un total de 60.981,00 dólares anuales. El costo de producir la harina de maracuyá de 500gr es de 1.77 dólares.

5.6 Beneficios proyectados

Tabla 27
Beneficios económicos.

Año	Demanda Del proyecto	Ingresos Proyectados	Costos Fijos (*)	Costos Variables(***)	Costos Totales (***)	Beneficios Proyectados
2017	34.506	182.882	45.022	60.981	106.003	76.879
2018	34.713	183.979	45.022	61.347	106.369	77.610
2019	34.921	185.083	45.022	61.715	106.737	78.346
2020	35.131	186.193	45.022	62.085	107.107	79.086
2021	35.342	187.311	45.022	62.458	107.479	79.831
2022	35.554	188.434	42.026	62.832	104.858	83.576
2023	35.767	189.565	42.026	63.209	105.235	84.330
2024	35.982	190.702	42.026	63.589	105.615	85.088
2025	36.197	191.847	42.026	63.970	105.996	85.850
2026	36.415	192.998	42.026	64.354	106.380	86.618

Elaborado por: Los autores

En la tabla 5.24 se puede mostrar los beneficios proyectados por cada período contable del 2017 al 2026 en el cual para el primer año se tiene 76.879 dólares y para el último año proyectado 86.618 dólares.

5.7 Punto de equilibrio

Tabla 28
Punto de equilibrio

COSTOS FIJOS	Monto anual (U.S. \$)
Depreciación del activo fijo + Amortización intangible	5.192
Mano de obra indirecta	27.540
Desembolsos diversos	11.640
	650
TOTAL COSTOS FIJOS	45.022
COSTOS VARIABLES	Monto anual (U.S. \$)
Materia prima e insumos	25.431
Mano de obra directa	35.550
TOTAL COSTOS VARIABLES	60.981
INGRESOS POR AÑO	Monto anual (U.S. \$)
Precio de venta aprox por cliente	5,30
Total harina de maracuyá 1er año	34.506
Ventas (U.S. \$)	182.882
BENEFICIO ANNUAL	Monto anual (U.S. \$)
Total de ingresos	182.882
Total de egresos	106.003
Beneficio anual esperado	76.879
Relación: Ingresos/Egresos	1,73
V.P.E (U.S. \$)	67.544
Q.P.E (500gr harina de maracuyá)	12.744

VALOR DEL PUNTO DE EQUILIBRIO:

$V.P.E. = \text{Costos Fijos} / [1 - (\text{Costos variables} / \text{ventas})]$

CANTIDAD DEL PUNTO DE EQUILIBRIO:

$Q.P.E = V.P.E / \text{Precio}$

Elaborado por: Los autores.

5.8 Proyecciones financieras sin financiamiento

Tabla 29
Estado de resultados

DETALLE	0 (2016)	1 (2017)	2 (2018)	3 (2019)	4 (2020)	5 (2021)	6 (2022)	7 (2023)	8 (2024)	9 (2025)	10 (2026)
Ingresos por Ventas		182,882	183,979	185,083	186,193	187,311	188,434	189,565	190,702	191,847	192,998
Ingresos Totales		182,882	183,979	185,083	186,193	187,311	188,434	189,565	190,702	191,847	192,998
Costos variables		60,981	61,347	61,715	62,085	62,458	62,832	63,209	63,589	63,970	64,354
Costos fijos (*)		39,830	39,830	39,830	39,830	39,830	39,830	39,830	39,830	39,830	39,830
Depreciación		5,192	5,192	5,192	5,192	5,192	3,192	3,192	3,192	3,192	3,192
Amortización Intang.		650	650	650	650	650					
Egresos Totales		106,653	107,019	107,387	107,757	108,129	105,854	106,231	106,610	106,992	107,376
Utilidad antes Imp.		76,229	76,960	77,696	78,436	79,181	82,580	83,334	84,092	84,855	85,622
Impuestos		19,057	19,240	19,424	19,609	19,795	20,645	20,833	21,023	21,214	21,405
Utilidad neta		57,172	57,720	58,272	58,827	59,386	61,935	62,500	63,069	63,641	64,216

Elaborado por: Los autores

En la tabla 5.29 refleja el estado de resultados en el cual se puede apreciar las proyecciones a diez períodos contables en el cual el primer período se tiene una utilidad de 57,172 dólares antes de impuestos.

5.8.1 Flujo de caja sin financiamiento

Tabla 30
Flujo de caja sin financiamiento

Detalle	0 (2016)	1 (2017)	2 (2018)	3 (2019)	4 (2020)	5 (2021)	6 (2022)	7 (2023)	8 (2024)	9 (2025)	10 (2026)
Ingresos por Ventas		182.882	183.979	185.083	186.193	187.311	188.434	189.565	190.702	191.847	192.998
Ingresos Totales		182.882	183.979	185.083	186.193	187.311	188.434	189.565	190.702	191.847	192.998
Costos variables		60.981	61.347	61.715	62.085	62.458	62.832	63.209	63.589	63.970	64.354
Costos fijos (*)		39.830	39.830	39.830	39.830	39.830	39.830	39.830	39.830	39.830	39.830
Depreciación		5.192	5.192	5.192	5.192	5.192	3.192	3.192	3.192	3.192	3.192
Amortización Intang.		650	650	650	650	650					
Egresos Totales		106.653	107.019	107.387	107.757	108.129	105.854	106.231	106.610	106.992	107.376
Utilidad antes Imp.		76.229	76.960	77.696	78.436	79.181	82.580	83.334	84.092	84.855	85.622
Impuestos		19.057	19.240	19.424	19.609	19.795	20.645	20.833	21.023	21.214	21.405
Utilidad neta		57.172	57.720	58.272	58.827	59.386	61.935	62.500	63.069	63.641	64.216
Depreciación		5.192	5.192	5.192	5.192	5.192	3.192	3.192	3.192	3.192	3.192
Amortización Intang.		650	650	650	650	650					
Inversión inicial (**)	85.168										
Inversión capital trabajo	100.161										
Flujo de Caja	-185,329	63,014	63,562	64,114	64,669	65,228	65,127	65,692	66,261	66,833	67,408
Flujo Acumulado	-185,329	-122,315	-58,753	5,361	70,030	135,258	200,385	266,077	332,338	399,170	466,579

En la tabla 5.30 del flujo de caja sin financiamiento se puede apreciar que el flujo de caja tiene valores positivos, pero en el flujo de acumulado se puede determinar que en el período contable del 2017 y 2018 se tiene valores negativos, pero en el 2019 se empiezan a reflejar los valores positivos dando lugar a que el modelo de negocio va por buen camino.

5.9 Proyecciones financieras con financiamiento.

5.9.1 Costo de capital

Tabla 31
Costo de capital

Fuentes	Inversión	Financiamiento (%)	Tasa (%)	Ccpp (%)
Capital propio	55.599	30	14,025	4,2075
Banco X	129.730	70	16,00	11,2000
Total	185.329	100		15,41

Tasa activa del Banco X (%) anual	16.00
Rendimiento sin Riesgo: RF (%)	5.25
Rendimiento del Mercado: RM (%)	11.10
BETA	1.50
Prima por riesgo del proyecto (%) anual	8.00
Costo de oportunidad del inversionista: COK (%) :	14.025
Costo de capital promedio ponderado: CCPP (%) anual	15.41

Elaborado por: Los autores

Lo que se aprecia en la tabla 5.31 es el costo de capital promedio ponderado de 15.41% que resulta de la suma del producto del porcentaje de aportación por la tasa mínima de rendimiento y el porcentaje de financiamiento por la tasa bancaria del préstamo.

5.9.2 Pago de interés y amortización del préstamo.

Tabla 32
Amortización de préstamo

Año	Trimestre	Saldo del PRÉSTAMO	Cuota de INTERÉS	Cuota de AMORTIZACIÓN	Cuota TOTAL
0		129.730			
1	1	129.730	4.904	0	4.904
	2	129.730	4.904	0	4.904
	3	129.730	4.904	0	4.904
	4	129.730	4.904	0	4.904
2	5	126.316	4.904	3.414	8.318
	6	122.773	4.775	3.543	8.318
	7	119.096	4.641	3.677	8.318
	8	115.280	4.502	3.816	8.318
3	9	111.319	4.358	3.960	8.318
	10	107.209	4.208	4.110	8.318
	11	102.944	4.053	4.265	8.318
	12	98.517	3.891	4.427	8.318
4	13	93.923	3.724	4.594	8.318
	14	89.155	3.550	4.768	8.318
	15	84.207	3.370	4.948	8.318
	16	79.072	3.183	5.135	8.318
5	17	73.743	2.989	5.329	8.318
	18	68.212	2.788	5.531	8.318
	19	62.473	2.579	5.740	8.318
	20	56.516	2.362	5.957	8.318
6	21	50.334	2.136	6.182	8.318
	22	43.919	1.903	6.415	8.318
	23	37.261	1.660	6.658	8.318
	24	30.351	1.409	6.910	8.318
7	25	23.180	1.147	7.171	8.318
	26	15.738	876	7.442	8.318
	27	8.015	595	7.723	8.318
	28	0	303	8.015	8.318

Elaborado por: Los autores

La tabla 5.32 muestra la amortización del préstamo corresponde al 70% (\$129.730 dólares) de la inversión total, a un plazo de 7 años incluido una de gracia, la tabla se la ha calculado para realizar pagos trimestrales ya que en la práctica los pagos son menores a un año por lo general mensuales pero los pagos para el proyecto son anuales.

Tabla 33
Pago de intereses y amortización del préstamo

	1	2	3	4	5	6	7
Conceptos	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Préstamo a inicio de año	129.730	129.730	115.280	98.517	79.072	56.516	30.351
Amortización	0	14.451	16.763	19.445	22.556	26.165	30.351
Interés	19.616	18.822	16.510	13.828	10.717	7.108	2.922
Saldo final del préstamo	129.730	115.280	98.517	79.072	56.516	30.351	0
Monto a pagar	19.616	33.273	33.273	33.273	33.273	33.273	33.273

Pago amortizaciones constantes durante 7 años, incluyendo 1 año de gracia

Tasa de interés efectiva anual = 16,99%

Cuota total constante

En esta tabla 5.33 se refleja el total de los pagos anuales, los intereses, la amortización del principal y el saldo en cada año después del pago.

5.10 Proyecciones financieras con financiamiento

5.10.1 Estado de resultado

Tabla 34
Estado de resultado

Detalle	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	(2016)	(2017)	(2018)	(2019)	(2020)	(2021)	(2022)	(2023)	(2024)	(2025)	(2026)
Ingresos por Ventas		182.882	183.979	185.083	186.193	187.311	188.434	189.565	190.702	191.847	192.998
Ingresos Totales		182.882	183.979	185.083	186.193	187.311	188.434	189.565	190.702	191.847	192.998
Costos variables		60.981	61.347	61.715	62.085	62.458	62.832	63.209	63.589	63.970	64.354
Costos fijos (*)		39.830	39.830	39.830	39.830	39.830	39.830	39.830	39.830	39.830	39.830
Interés del préstamo		19.616	18.822	16.510	13.828	10.717	7.108	2.922			
Depreciación		5.192	5.192	5.192	5.192	5.192	3.192	3.192	3.192	3.192	3.192
Amortización Intang.		650	650	650	650	650					
Egresos Totales		126.269	125.841	123.897	121.585	118.846	112.962	109.153	106.610	106.992	107.376
Utilidad antes Imp.		56.613	58.138	61.186	64.608	68.464	75.472	80.412	84.092	84.855	85.622
Impuestos		14.153	14.535	15.297	16.152	17.116	18.868	20.103	21.023	21.214	21.405
Utilidad neta		42.460	43.604	45.890	48.456	51.348	56.604	60.309	63.069	63.641	64.216

Elaborado por: Los autores

5.10.2 Flujo de caja con financiamiento

Tabla 35
Flujo de caja del inversionista

[illegible]

Préstamo	129.730										
Amortización de deuda		0	14.451	16.763	19.445	22.556	26.165	30.351			
Valor residual											

Flujo de Caja	(55.599)	48.301	34.995	34.969	34.853	34.634	33.631	33.150	66.261	66.833	67.408
Flujo Acumulado	-55.599	-7.297	27.698	62.666	97.520	132.154	165.785	198.935	265.196	332.028	399.437

Elaborado por: Los autores

En la tabla 5.35 detalla el flujo de caja con financiamiento de un modelo de negocio proyectado para el año 2017 al 2026, el cual refleja como resultado para el año cero y el primer período contable en valores negativos, pero en el tercer período contable se puede visualizar una mejoría por lo que para el año 2018 cuenta con un valor positivo de 27.698 dólares.

5.11 Explicación y supuestos sobre los que se basan las proyecciones

La parte financiera del modelo de negocio muestra la viabilidad del modelo de negocio que se está llevando a cabo el cual se tuvo los siguientes resultados.

- La tabla de inversiones refleja que fue necesario invertir 25,000 dólares en terreno, 13,460 dólares en equipos y maquinarias, 3,458 en equipos de oficina, 10,000 en transporte y por último 30,000 dólares en edificio, dando una inversión total de 185,329 dólares en el proyecto.
- En la tabla de depreciaciones de activos fijos son equivalentes a 56,918 dólares para el primer período contable.
- Todo lo relacionado a los activos diferidos se detalló un estudio de preinversión, unos gastos de gestión, y otros de organización y constitución que dieron como un resultado de 3,250 dólares, en el cual también se determinó su depreciación el cual tuvo un valor de 650 dólares.
- La inversión en capital de trabajo en los primeros períodos contables se tienen como deducibles los sueldos y salarios por un valor de 60,090 dólares, desembolsos de materia prima 25,431 dólares y en desembolsos diversos 11,640 dólares.
- La tabla de los costos fijos en el cual detalla las amortizaciones que se tendrá dentro del primer período contable así como demás rubros teniendo un valor de \$45.022,00 dólares anuales.
- En los costos variables detalla el total de gastos en materia prima y mano de obra directa en el cual como se mencionó anteriormente se consideran 15 sueldos anuales con el propósito financiero de tener un estimado de gastos en beneficios sociales, teniendo un total de 60.981,00 dólares anuales.

- En el análisis del coste por unidad (500gr de harina de cáscara de maracuyá) es de 1.77 dólares el cual da una ventaja competitiva ya que los costos de producción no son elevados y se puede ingresar al mercado de Holanda – Ámsterdam.
- En el siguiente estudio del análisis financiero detalla los beneficios monetarios antes de considerar el financiamiento y los impuestos tributarios su beneficio asciende a 76.879 dólares con un incremento anual, todo esto se toma como base a la tabla de crecimiento poblacional y a la demanda.
- En la tabla del punto de equilibrio, las cantidades reflejadas en dólares y unidades con un valor estimado de 5.30 dólares y un número de 12.744 unidades de 500 gr de harina de cáscara de maracuyá, multiplicando ambos se tiene un total de ingresos de 67,544 dólares.
- Se puede evidenciar resultados positivos en el estado de pérdidas y ganancias del proyecto para el año 2017.
- El flujo de efectivo anual se visualiza el detalle de todos los ingresos y egresos anuales en el todo de las proyecciones, el cual tiene una pronta recuperación en cada período contable.
- Para llevar a cabo el proyecto se decide realizar un préstamo el cual del 100% de lo que se debe invertir se divide en el 30 % capital de los inversionista (55.599 dólares) y el 70% corresponde el préstamo a una entidad bancaria (129.730 dólares) a un plazo de 7 año con un otorgamiento de 1 año de gracia. El pago del préstamo se realizará en cuotas trimestrales.
- En el estado de resultados con financiamiento se detalla el pago de la amortización de la deuda, así como los intereses que genera el préstamo.

5.12 Evaluación financiera

Los indicadores financieros aplicados a los flujos de efectivo son el principal elemento para medir la capacidad de inversión de un proyecto, y si este es capaz de generar rentabilidad, es por esto que se analizan estas cifras monetarias a través de los siguientes indicadores financieros.

5.12.1 Indicadores financieros.

Con el fin de establecer una mayor seguridad hacia la inversión de un proyecto y tener la menor incertidumbre de establecer si el proyecto es rentable o no, se realiza el análisis de los indicadores financieros este es el principal propósito de una evaluación financiera de un proyecto con fines de lucro, en el cual demuestran que el modelo de negocio es capaz de generar rentabilidad.

5.12.2 Valor actual neto (VAN).

El cálculo de este indicador financiero en la implementación de un modelo de negocio es proyectar la rentabilidad esperada en valores monetarios, el cual constituye al método más aceptado en la evaluación financiera.

El VAN se obtiene al descontar la sumatoria de los flujos de efectivos descontados a la inversión inicial y es aceptado en el proyecto cuando su resultado es mayor a cero para que el inversionista considere aceptable la inversión en el proyecto, si el VAN es menor a cero el proyecto se rechaza.

A continuación se detalla la fórmula para el cálculo de la VAN.

$$VAN = F_0 + \frac{F_1}{(1+d)^1} + \frac{F_2}{(1+d)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+d)^n} = 0$$

Tabla 33

Resumen de flujo de efectivo para el cálculo del VAN sin financiamiento

Flujo de Caja	(185.329)	63.014	63.562	64.114	64.669	65.228	65.127	65.692	66.261	66.833	67.408
Flujo Acumulado	-185.329	-122.315	-58.753	5.361	70.030	135.258	200.385	266.077	332.338	399.170	466.579

Impuestos = 22% de la utilidad antes de impuestos

INDICADORES ECONÓMICOS

VAN	\$151.850,75
------------	---------------------

Elaborado por: Los autores

Como se aprecia en la tabla 5.33, los flujos de efectivo sin financiamiento en cada uno de los años son positivo y por lo tanto el VAN también lo es, es decir se tiene un VAN mayor que cero \$151.850,75 por lo que según la regla el proyecto se acepta ya que es viable.

Tabla 34 Resumen de flujo de efectivo para el cálculo del VAN con financiamiento

Flujo de Caja	(55.599)	48.301	34.995	34.969	34.853	34.634	33.631	33.150	66.261	66.833	67.408
Flujo Acumulado	-55.599	-7.297	27.698	62.666	97.520	132.154	165.785	198.935	265.196	332.028	399.437

Impuestos = 22% de la utilidad antes de impuestos

INDICADORES ECONÓMICOS

VAN	166.221,90
------------	-------------------

Tasa de descuento utilizada para calcular el VANF=Costo del capital promedio ponderado:

0,140

Elaborado por: Los autores.

Como se aprecia en la tabla 5.34, los flujos de efectivo con financiamiento en cada uno de los años son positivo y por lo tanto el VAN también lo es, es decir se tiene un VAN mayor que cero \$166.221,90 por lo que según la regla el proyecto se acepta ya que es viable.

Cabe recalcar que el VAN con financiamiento es mayor que, sin él, ya que el desembolso inicial que hacen los inversionistas es menor.

5.12.3 Tasa interna de retorno (TIR).

Este indicador revela cual podrá ser la tasa de interés más elevada que tendrá que pagar el inversionista el cuál es de la representación de la tasa de interés que iguala a la sumatoria de los flujos descontados a la inversión inicial.

El resultado de la TIR en una evaluación financiera también es un indicador que demuestra si el proyecto va a generar rentabilidad, este resultado se obtiene de las iteraciones que reflejen una tasa de interés en el que el VAN sea cero.

El proyecto será aceptable si:

Si el $TIR > TMAR$ el proyecto es rentable.

Si el $TIR < TMAR$ el proyecto se rechaza por no generar rentabilidad.

A continuación se detalla la fórmula de la TIR.

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

Donde:

Q_n = es el flujo de caja en el periodo n .

n = es el número de periodos.

I = es el valor de la inversión inicial

Tabla 35 Resumen del flujo de efectivo para el cálculo de la TIR sin financiamiento

Flujo de Caja	(185.329)	63.014	63.562	64.114	64.669	65.228	65.127	65.692	66.261	66.833	67.408
Flujo Acumulado	-185.329	-122.315	-58.753	5.361	70.030	135.258	200.385	266.077	332.338	399.170	466.579

Impuestos = 22% de la utilidad antes de impuestos

INDICADORES ECONÓMICOS

TIR 33%

Tasa de descuento utilizada para comparar la TIR = Costo de oportunidad del capital propio :	0,140
---	--------------

Como se muestra en la tabla 33, los flujos de efectivo sin financiamiento en cada uno de los años son positivo y por lo tanto la TIR 33% es mayor que la tasa de descuento 14%, por lo que según la regla el proyecto se acepta ya que es viable.

5.13 Conclusiones y Recomendaciones

5.13.1 Conclusiones.

- Se considera de suma importancia la creación de la planta para la elaboración de la harina de cáscara de maracuyá, ya que según la investigación tendría una gran demanda internacional.
- Según la investigación el producto tendrá una buena acogida por lo que será fácil penetrar y posesionarse en el mercado de Holanda-Amsterdam.
- El producto que se exportará será de buena calidad ya que la demanda y las normas europeas para este producto así lo exige.
- Según la evaluación, el proyecto es viable y rentable ya que tiene un VAN positivo de \$151,80.75 con financiamiento y \$166,221.90 sin financiamiento. Así mismo se calculó una TIR de 33% mayor al costo de capital del 14%.

5.13.2 Recomendaciones

- Por la gran demanda internacional que tiene este producto se recomienda la creación de la empresa para la elaboración de harina de cáscara de maracuyá.
- Realizar una acertada selección de los proveedores de la materia prima con el fin de abastecer a la producción nacional y realizar la entrega de los pedidos a tiempo cumpliendo así con la demanda en el mercado extranjero.
- Establecer e implementar todos parámetros de calidad que exigen las normas europeas de tal manera que pueda ingresar y con los demás productos del mercado.
- El posicionamiento se debe enfocar en el producto ya que es un producto nuevo en el mercado internacional.

6 Bibliografía

- Datosmacro. (2016). *datosmacro*. Obtenido de datosmacro:
<http://www.datosmacro.com/paises/holanda>
- Deltawerken online. (2004). *Deltawerken online*. Obtenido de Deltawerken online:
<http://www.deltawerken.com/Puertos/1578.html>
- Edurcam. (2013). *Edurcam*. Obtenido de Edurcam:
http://servicios.educarm.es/templates/portal/ficheros/websDinamicas/30/el_pallet.pdf
<http://www.businessnewsletters.com.ar/eeni-n2/comoprever.htm>. (s.f.).
<https://catalisliderazgo.wordpress.com/2013/04/28/liderazgo-eres-un-impulsor-del-cambio/>.
 (s.f.).
- La Guia. (31 de Julio de 2008). *La Guia*. Obtenido de La Guia:
<http://geografia.laguia2000.com/geografia-de-la-poblacion/paises-bajos-poblacion>
- Ministerio de Comercio Exterior. (12 de 2014). *Ministerio de Comercio Exterior*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior: <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/CARTILLA-UNION-EUROPEA-1.pdf>
- Proecuador. (2016). Guia Comercial Paises Bajos. *Guia Comercial Paises Bajos*, 9.
- Registro Civil. (19 de enero de 2015). *Registro Civil*. Obtenido de Registro Civil:
<https://www.registrocivil.gob.ec/?p=4172>
- se-todo. (26 de 08 de 2016). *se-todo*. Obtenido de se-todo: <http://e.se-todo.com/ekonomika/32007/index.html>
- WIKIPEDIA. (19 de JULIO de 2015). *es.wikipedia.org*. Obtenido de es.wikipedia.org:
https://es.wikipedia.org/wiki/Demograf%C3%ADa_de_los_Pa%C3%ADses_Bajos
- WIKIPEDIA. (28 de 08 de 2016). *WIKIPEDIA*. Obtenido de WIKIPEDIA:
<https://es.wikipedia.org/wiki/%C3%81msterdam#Demograf.C3.ADa>
- Consortio para el Derecho Socio - Ambiental. (s.f.). *Legislación Constitucional Relevante*. Obtenido de
http://www.derechoambiental.org/Derecho/Legislacion/Constitucion_Asamblea_Ecuador_4.html
- Datosmacro. (2016). *datosmacro*. Obtenido de datosmacro:
<http://www.datosmacro.com/paises/holanda>
- Deltawerken online. (2004). *Deltawerken online*. Obtenido de Deltawerken online:
<http://www.deltawerken.com/Puertos/1578.html>

Edurcam. (2013). *Edurcam*. Obtenido de Edurcam:

http://servicios.edurcam.es/templates/portal/ficheros/websDinamicas/30/el_pallet.pdf

<http://www.businessnewsletters.com.ar/eeni-n2/comoprever.htm>. (s.f.).

<https://catalisisliderazgo.wordpress.com/2013/04/28/liderazgo-eres-un-impulsor-del-cambio/>. (s.f.).

JEFATURA DEL ESTADO. (29 de 9 de 2013). *Noticias jurídicas*. Obtenido de

http://noticias.juridicas.com/base_datos/Fiscal/513755-l-14-2013-de-27-de-sep-apoyo-a-los-emprendedores-y-su-internacionalizacion.html#a3

La Guia. (31 de Julio de 2008). *La Guia*. Obtenido de La Guia:

<http://geografia.laguia2000.com/geografia-de-la-poblacion/paises-bajos-poblacion>

Ministerio de Comercio Exterior. (12 de 2014). *Ministerio de Comercio Exterior*. Obtenido de

Ministerio de Comercio Exterior: <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/CARTILLA-UNION-EUROPEA-1.pdf>

Proecuador. (2016). Guia Comercial Paises Bajos. *Guia Comercial Paises Bajos*, 9.

Registro Civil. (19 de enero de 2015). *Registro Civil*. Obtenido de Registro Civil:

<https://www.registrocivil.gob.ec/?p=4172>

Revista Emprende. (2013). Comercio exterior, en el país, tormenta o calma? *Emprende*, 14.

se-todo. (26 de 08 de 2016). *se-todo*. Obtenido de se-todo: <http://e.se-todo.com/ekonomika/32007/index.html>

WIKIPEDIA. (19 de JULIO de 2015). *es.wikipedia.org*. Obtenido de es.wikipedia.org:

https://es.wikipedia.org/wiki/Demograf%C3%ADa_de_los_Pa%C3%ADses_Bajos

WIKIPEDIA. (28 de 08 de 2016). *WIKIPEDIA*. Obtenido de WIKIPEDIA:

<https://es.wikipedia.org/wiki/%C3%81msterdam#Demograf.C3.ADa>