



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

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

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA COMERCIALIZACION NACIONAL E
INTERNACIONAL DE POLVO DE MORINGA”

AUTORES:

GARCÍA PARRALES ANDREA KATIUSKA

INTRIAGO BRITO EMILIO JOSÉ

TUTOR:

ECON. GARY ROBERTO RIVERA BARBERÁN, MAE

GUAYAQUIL, ABRIL 2017



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



REPOSITORIO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO Y SUBTÍTULO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA COMERCIALIZACION NACIONAL E INTERNACIONAL DE POLVO DE MORINGA		
AUTORES: ANDREA KATIUSKA GARCIA PARRALES EMILIO JOSE INTRIAGO BRITO		TUTOR: Econ. Gary Rivera,MAE REVISORES: LCDO. WILSON MOLINA ING. MARIO MATA
INSTITUCION: Universidad de Guayaquil		FACULTAD: Ciencias Administrativas
CARRERA: Ingeniería en Comercio Exterior		
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PAGS:
ÁREA DE TEMÁTICA: Campo: COMERCIO EXTERIOR Y FINANZAS		
PALABRAS CLAVES: Exportación, Financiero, Logística, Matriz Productiva, Estrategias, Nutrición.		
RESUMEN: El presente trabajo Estudio de factibilidad de la comercialización nacional e internacional de polvo de moringa al mercado de Chile sea factible, gracias a la posición geográfica en la que se encuentra ubicado Ecuador y a la existencia de microclimas que hacen que nuestra producción sea de excelente calidad para esto es necesario realizar un análisis que permita conocer con detalle la Moringa de tal forma que no exista impedimento al comercializarla al exterior. En este caso se ha realizado el estudio para poder comercializar aquellos productos de la moringa, entre ellos se ha escogido el polvo de moringa producido en Santa Elena y Manabí con estándares de calidad para asegurar un producto terminado al cliente de la misma forma. Además de agregarle un valor añadido extra para aprovechar el consumo de este producto y sacarle el mayor beneficio posible a nivel de salud. Se llegó a la conclusión que las ideas propuestas son factibles como viables mediante la creación de estrategias de acción, planes estratégicos para que la Moringa pueda obtener las certificaciones de calidad requeridas en la exportación del producto y la capacidad de generar nuevos ingresos para cubrir el alto valor a invertirse.		
No. DE REGISTRO(EN BASE DE DATOS)		No. DE CLASIFICACIÓN
DIRECCIÓN URL (TESIS EN LA WEB)		
ADJUNTO PDF:	☒ SI	☐ NO
CONTACTO CON AUTOR/ES: Andrea García Parrales Emilio Intriago Brito	TELÉFONO 0980953863 0982801881	E-MAIL: andreagarp@hotmail.com emilio_intri92@hotmail.com
CONTACTO DE LA INSTITUCIÓN:	NOMBRE: SECRETARIA DE LA FACULTAD	TELÉFONO: (04) 2596830
		E-mail: fca.infocomputo@ug.edu.ec

Certificado Reporte Antiplagio Urkund

The screenshot displays the Urkund web interface for a plagiarism report. The browser window shows the URL: <https://secure.unkund.com/view/25461868-908440-244553#8cExDoAgDAXQu3T+MaW00nIV42CIGgZZGI13972Xnkl1ywnZk8QqUlcxrMALYgfnfo9+9XaMdLIhSUs1hSSirG4h34>.

Documento: FACTIBILIDAD DE LA COMERCIALIZACION NACIONAL E INTERNACIONAL DE POLVO DE MORINGA.docx (D25687698)

Presentado: 2017-02-13 13:46 (-05:00)

Presentado por: emilio_intri92@hotmail.com

Recibido: wilson.molinach.ug@analysis.unkund.com

Mensaje: TESIS URKUND [Mostrar el mensaje completo](#)

3% de esta aprox. 30 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 2 fuentes.

Lista de fuentes:

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	Tesis derivados de platano UIt CORRECCION.docx
	http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-me..
Fuentes alternativas	
	EL CACAO.docx
	spray corporal masculino.docx
	TEsis.docx

Contenido:

Contenido INDICE DE TABLAS 4 INDICE DE GRÁFICOS 6 INTRODUCCIÓN 1.1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO 2.1.1 MISIÓN 2.1.2 VISIÓN 2.1.3 OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS 2.1.4 DESCRIPCIÓN DE LA LÍNEA DE PRODUCTOS 3.1.5 CADENA DE VALOR 4.1.6 ANÁLISIS FODA DEL PRODUCTO 5.1.6.1 Estrategias FO-FA-DO-DA 6 2. PLAN DE MARKETING 9 2.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO 9 2.1.1 Análisis Político 9 2.1.2 Análisis Económico 10 2.1.3 Análisis Social 11 2.1.4 Análisis Tecnológico 11 2.1.5 Análisis Del Micro Entorno 12 2.1.6 Análisis De Las Fuerzas De Porter 13 2.1.7 Evaluación Sectorial 16 2.2. MERCADO META 19 2.3. ESTRATEGIAS DE MARKETING 21 2.3.1 Producto 22 2.3.2 Precio 23 2.3.3 Plaza o Canales de Distribución 23 2.3.4 Promoción 25 2.3.4.1 Etiqueta 27 3. PLAN DE EXPORTACIÓN 28 3.1. REGISTROS 28 3.2. REQUISITOS Y PASOS PARA SER EXPORTADOR 28 3.3. PROCESO DE EXPORTACIÓN 30 3.4. REQUISITOS DE ENTRADA DE MERCANCIAS EN CHILE 32 3.5. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA 33 3.6. BARRERAS ARANCELARIAS 34 3.7. BARRERAS NO ARANCELARIAS 34 3.7.1 Requisitos para el Etiquetado en Chile 35 3.8. SELECCIÓN DE INCOTERM 37 3.9. LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN 39 3.9.1 Puerto de Chile 39 3.9.2 Naviera o empresa de carga 40 3.9.3 Logística de Transportación del Polvo de Moringa 41 4. PLAN DE ADMINISTRACIÓN Y RR.HH. 42 4.1. CANTIDAD DE PERSONAL Y PERFILES DE LOS PUESTOS CLAVE 42 4.2. ORGANIGRAMA 48 5. PLAN DE PRODUCCIÓN Y OPERACIÓN 49 5.1 MATERIALES Y MATERIAS PRIMAS 49 5.2 FUENTES DE SUMINISTROS Y PROVEEDORES 50 5.3 MÉTODO Y PROCESO DE OPERACIÓN 55 5.4 EQUIPAMIENTO 56 5.5 POSIBLES RIESGOS Y PROBLEMAS (PLAN DE CONTINGENCIA) 57 6.

ECON. GARY RIVERA BARBERAN, MAE
REGISTRO SENESCYT: #1021-12-1141389/ 1006-15-86056107

Certificación del Tutor

Habiendo sido nombrado, El **Econ. Gary Rivera Barberan, Mae** como tutor de tesis de grado como requisito para optar por el título de Ingeniero en Comercio Exterior presentado por los egresados:

Andrea Katuska García Parrales Con C.I # 0919687079

Emilio José Intriago Brito Con C.I # 0940674823

Se modifica el tema del trabajo de titulación el cual era **Factibilidad De Producción Y Comercialización Internacional De Polvo De Moringa** para una mejor realización de la investigación, por esto el tema queda como se detalla a continuación:

Tema: "**Estudio De Factibilidad De La Comercialización Nacional E Internacional De Polvo De Moringa**"

Certifico que: He revisado y aprobado en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

ECON. GARY RIVERA BARBERAN, MAE
TUTOR DE TESIS

Derechos de Autor

Nosotros, **Andrea Katiuska García Parrales** con C.I: # 0919687079 y **Emilio José Intriago Brito** con C.I: # 0940674823; declaro que el proyecto de grado denominado “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA COMERCIALIZACION NACIONAL E INTERNACIONAL DE POLVO DE MORINGA**”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, y cuyos datos se detallan de manera más completa en la bibliografía. En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Guayaquil, 15 de abril del 2017

LOS AUTORES

Andrea García Parrales

Emilio Intriago Brito

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 **Andrea Katuska García Parrales y Emilio José Intriago Brito**

Tema: “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA COMERCIALIZACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL DE POLVO DE MORINGA**”.

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

Andrea García Parrales
C.I 0919687079

Emilio Intriago Brito
C.I 0940674823

Dedicatoria

Dedico este proyecto primero que todo a Dios por darme la sabiduría y fortaleza para seguir adelante.

En segundo lugar agradezco a mis padres por tener paciencia darme consejos por su apoyo incondicional y economico para lograr esta meta tan anelada de mis padres verme profesional, tambien le dedico este proyecto a una persona muy especial que estuvo conmigo en todo momento brindandome apoyo, amistad, amor el cual es mi esposa y por brindarme la felicidad de ser padre muy pronto aunque no estes entre mis brazos todavia hija mia este proyecto es para ti.

“He aqui que el temor del Señor es la sabiduria y el apartarse del mal, la inteligencia”

Job:28:28

Emilio Intriago Brito

Dedicatoria

Dedico el siguiente trabajo de titulación en primer lugar Dios por la sabiduría infinita que me brinda y las fuerzas que me da día a día para seguir adelante y cumplir mi sueño anhelado.

En segundo lugar a mis padres por sembrar en mí la perseverancia y constancia, y el ejemplo de lucha y sacrificio que se debe tener para lograr tus metas, a mi hermanos por su apoyo incondicional tanto espiritual como económico.

Dedico el presente trabajo a mi esposo por su ayuda, sacrificio, paciencia y las compartir las mismas ganas de superación, y brindarme la gran satisfacción de ser pronto madre.

Y como último pero no menos importante dedico todo mi proceso de titulación a todas las personas que estuvieron a mí alrededor durante todo este proceso ya que con su ayuda emocional y apoyo lograron que mi carrera universitaria sea más placentera.

Andrea García Parrales

Agradecimiento

Un agradecimiento muy especial a Dios por haberme permitido llegar a donde esto en segundo lugar a mis padres por darme apoyo siempre en todo momento muchas gracias.

Agradezco a todos aquellos profesores, al Ing. Rafael Apolinario, Ing. Iván Polo, Lcdo. Wilson Molina, Econ. Eddy Astudillo, Ing. Mario Mata, Ing. Víctor Hugo Briones, Ing. Alexander Cedeño, Ing., Johnny Guevara entre otros, quienes durante todos los semestres formaron en nosotros, profesionales de ética y respeto que por medio de sus conocimientos y las obligaciones que dejaron a nuestro cargo han servido para desarrollar este proyecto y que despertaron el sentido emprendedor en nosotros muchas gracias.

En especial a nuestro Tutor el Econ. Gary Rivera Barberan quien gracias a sus conocimientos profesionales, dedicación y esmero pudimos sacar adelante este proyecto.

Emilio Intriago Brito

Agradecimiento

Agradezco a Dios por brindarme un día más de vida y poder cumplir uno de mis grandes sueños.

A mi padre Jhonny García porque sin la insistencia constante no hubiera empezado la carrera universitaria y aunque ahora ya no está más con nosotros mi agradecimiento es infinito, a mi madre Alexandra Parrales por todo su apoyo brindado día a día, a mis hermanos por el ejemplo de superación y a mi familia en general por todos sus consejos brindados.

Un agradecimiento especial a mi esposo con quien inicie y ahora culminamos el mismo anhelo convertarnos en Ingenieros, y a nuestra futura hija quien me da las fuerzas para seguir. A mi tutor de tesis el Econ. Gary Rivera Barberan por su dedicación, esfuerzo, conocimientos y experiencia brindada durante todo el proceso de titulación.

Agradezco todos mis docentes que formaron parte de mi carrera universitaria acercándome más a mi meta.

Andrea García Parrales

Resumen

El presente trabajo Estudio de factibilidad de la comercialización nacional e internacional de polvo de moringa al mercado de Chile sea factible, gracias a la posición geográfica en la que se encuentra ubicado Ecuador y a la existencia de microclimas que hacen que nuestra producción sea de excelente calidad para esto es necesario realizar un análisis que permita conocer con detalle la Moringa de tal forma que no exista impedimento al comercializarla al exterior. En este caso se ha realizado el estudio para poder comercializar aquellos productos de la moringa, entre ellos se ha escogido el polvo de moringa producido en Santa Elena y Manabí con estándares de calidad para asegurar un producto terminado al cliente de la misma forma. Además de agregarle un valor añadido extra para aprovechar el consumo de este producto y sacarle el mayor beneficio posible a nivel de salud. Se llegó a la conclusión que las ideas propuestas son factibles como viables mediante la creación de estrategias de acción, planes estratégicos para que la Moringa pueda obtener las certificaciones de calidad requeridas en la exportación del producto y la capacidad de generar nuevos ingresos para cubrir el alto valor a invertirse.

PALABRAS CLAVES: Exportación, Financiero, Logística, Matriz Productiva, Estrategias, Nutrición

Abstract

The present research aims at developing an national and international commercialization of moringa`s powder to Chile, thanks to the geographical position in which Ecuador is located and to the existence of microclimates that make our production an excellent quality that`s why is necessary to make an analysis that allows to know in detail Moringa in such a way that there is no impediment when commercializing it abroad. In this case the study show us what products are able to commercialize like the moringa powder which is produced in Santa Elena and Manabí, it has been chosen by its quality standards that ensure a finished product to the customer in the same way. In addition to incorporate an extra added value to take advantage of the consumption of this product and get the greatest possible benefit in health. It was concluded that the ideas proposed are feasible as viable through the creation of strategies of action, strategic plans so that the Moringa can obtain the certifications of quality required in the export of the product and the capacity to generate new income to cover the high Value to be invested.

KEYWORDS: Export, Financial, Logistics, Productive Matrix, Strategies, Nutrition

Índice

Repositorio Nacional de Ciencia y Tecnología	II
Certificado Reporte Antiplagio Urkund.....	III
Certificación del Tutor.....	IV
Derechos de Autor	V
Renuncia de Derechos De Autor.....	VI
Dedicatoria.....	VII
Agradecimiento.....	IX
Índice De Figuras.....	XVIII
Resumen Ejecutivo	1
Capítulo I: Descripción Del Negocio.....	2
1.1 Misión.....	2
1.2 Visión	2
1.3 Objetivos Generales Y Específicos.....	2
1.4 Descripción De La Línea De Productos.....	3
1.5 Cadena De Valor	3
1.6.1 Estrategias FO-FA-DO-DA.....	5
Capitulo II: Plan de Marketing.....	7
2.1 Análisis Del Entorno	7
2.1.1 Análisis Político.....	7
2.1.2 Análisis Económico.....	7
2.1.3 Análisis Social	8
2.1.4 Análisis Tecnológico	8
2.1.5 Análisis Del Micro Entorno.....	9
2.1.6 Análisis De Las Fuerzas De PORTER	10
2.1.7 Evaluación Sectorial	12
2.2 Mercado Meta	15
2.3 Estrategias De Marketing.....	16
Marketing Mix.....	16
2.3.1 Producto.....	17

2.3.2 Precio	17
2.3.3 Plaza o Canales de Distribución	18
2.3.4 Promoción.....	19
2.3.4.1 Etiqueta.....	21
Capítulo III: Plan de Exportación.....	22
3.1 Registros.....	22
3.2 Requisitos Y Pasos Para Exportar.....	22
3.3 Exportación: Pasos A Considerar.....	23
3.4 Aspectos Considerables Para Ingresar Productos En Chile	25
3.5 Partida Y Subpartida Arancelaria: Clasificación	26
3.6 Impuestos Aplicables En Chile	26
3.7 Trámites Y Normas Aplicables De Ingreso En Chile	27
3.7.1 Requisitos para el Etiquetado en Chile.....	27
3.8 Selección De Incoterm	28
3.9 Logística De Exportación.....	30
3.9.1 Puerto de Chile	30
3.9.2 Naviera o empresa de carga.....	31
3.9.3 Logística para la exportación del Polvo de Moringa	31
Capítulo IV: Plan De Administración Y RR HH.....	33
4.1 Cantidad De Personal Y Perfiles De Los Puestos Clave	33
4.2 Organigrama.....	37
Capítulo V: Plan de Producción y Operación.....	38
5.1 Insumos Y Materiales A Adquirir.....	38
5.2 Proveedores	38
5.3 Diseño Del Proceso Operativo	41
5.4 Maquinarias.....	42
5.5 Posibles Riesgos Y Problemas (Plan De Contingencia)	43
Capítulo VI: Plan Económico Y Financiero	46
6.1 Inversión A Requerir.....	46
6.2 Financiación De La Inversión	47
6.3 Amortización De La Deuda A Cubrir	47

6.4 Inversión De Planta, Equipos E Insumos	49
6.5 Costos Fijos Y Variables.....	52
6.5.1 Costos Permanentes del Proyecto.....	52
6.5.2 Costos Variables del Proyecto	53
6.5.3 Costo Unitario Variable.....	54
6.6 Ventas Anuales.....	55
6.7 Determinación Del Break-Even Point.....	56
6.8 Cash Flow - Estado De Proyección De Flujo De Efectivo	57
6.9 Estado De Pérdidas Y Ganancias	59
6.10 Balance General Final	60
6.11 Indicadores Financieros – Rendimiento A Accionistas	61
6.11.1 Valor Actual Neto (Van)	61
6.11.2 Tasa Interna De Retorno (Tir)	61
6.11.3 Recuperación Del Efectivo	61
6.11.4 Determinación Del Índice Costo-Utilidad	62
Referencias	66
APÉNDICE	68
Apéndice 1	69
Apéndice 2	71
Apéndice 3	72

Índice De Tablas

Tabla 1 <i>Validación de Características de Porter</i>	12
Tabla 2 <i>Subpartida Arancelaria Polvo de Moringa</i>	26
Tabla 3 <i>Inversiones en Detalle</i>	46
Tabla 4 <i>Porcentajes de Aportación</i>	47
Tabla 5 <i>Amortización de la Deuda</i>	48
Tabla 6 <i>Inversión Maquinarias</i>	49
Tabla 7 <i>Inversión Oficinas y Bodega</i>	49
Tabla 8 <i>Inversión Muebles y Enseres de Oficina</i>	50
Tabla 9 <i>Inversión Equipo de Computación</i>	50
Tabla 10 <i>Inversión Implementos y Materiales</i>	51
Tabla 11 <i>Materias Primas</i>	51
Tabla 12 <i>Inversión Operacional</i>	52
Tabla 13 <i>Costo Permanente Mensual y Anual</i>	53
Tabla 14 <i>Costo Variable Mensual</i>	53
Tabla 15 <i>Costos Adicionales de Exportación</i>	54
Tabla 16 <i>Coste por Producto</i>	54
Tabla 17 <i>Ingresos por Ventas Año 1</i>	55
Tabla 18 <i>Ingresos Anuales por Ventas</i>	55
Tabla 19 <i>Break-even Point</i>	56
Tabla 20 <i>Break-even Point</i>	57
Tabla 21 <i>Flujo Anual de Efectivo</i>	58
Tabla 22 <i>Estado de Pérdidas y Ganancias</i>	59

Tabla 23 <i>Balance General Final</i>	60
Tabla 24 <i>VAN</i>	61
Tabla 25 <i>TIR</i>	61
Tabla 26 <i>Recuperación De La Inversión A Futuro</i>	62
Tabla 27 <i>Índice Costo Utilidad</i>	62
Tabla 28 <i>Información Nutricional Moringa</i>	69
Tabla 29 <i>Información Vitaminas de Moringa</i>	70
Tabla 30 <i>Comparativa Moringa -Otros alimentos</i>	70
Tabla 31 <i>Principales competidores de moringa en ecuador</i>	71

Índice De Figuras

<i>Figura 1</i> Cadena de Valor.....	3
<i>Figura 2</i> Análisis de variables Fuerzas de Porter	14
<i>Figura 3</i> Canal de distribución Indirecto.....	18
<i>Figura 4</i> Canal de Ventas Internacional	19
<i>Figura 5</i> Etiqueta Moringa Plus	21
<i>Figura 6</i> Modelo de Etiqueta Nutricional.....	28
<i>Figura 7</i> Incoterm FOB (Libre a Bordo)	29
<i>Figura 8</i> Puerto Valparaíso.....	30
<i>Figura 9</i> Compañía de Carga Internacional.....	31
<i>Figura 10</i> Logística de Transportación Moringa.....	32
<i>Figura 11</i> Organigrama Institucional	37
<i>Figura 12</i> Hacienda "La Finca"	39
<i>Figura 13</i> Balanzas Cas	39
<i>Figura 14</i> Proceso de Operaciones en Planta	42

Resumen Ejecutivo

La creación de nuevas ideas de negocios en la actualidad resulta de gran importancia debido a múltiples factores entre ellos la falta de empleo, la carga horaria laboral al que se somete una persona, el descuido de las familias o simplemente por el hecho de surgir económicamente buscando algo propio en el cual la persona pase a ser su propio jefe sin necesidad de obedecer órdenes que implica laborar en una institución. Resulta muchas veces riesgoso la inversión que implica un modelo de negocio por lo cual no cualquier persona se atreve a llevarlo a cabo, pero es gratificante el hecho de construir algo, aunque sea de forma paulatina para en un futuro poder ayudar a la sociedad por medio de la generación de nuevas fuentes de empleo.

Es necesario que los nuevos emprendedores desarrollen nuevos productos terminados con la intención de llegar a los mercados internacionales; actualmente se cuenta con el aporte del gobierno por medio del ministerio de comercio exterior y PRO-Ecuador, siendo esta última la encargada de buscar mercados prósperos para la oferta ecuatoriana, con esto se logra un aporte al cambio del desarrollo de la matriz productiva del país que sea reconocido no solo por las exportaciones de materia prima sino con un alto grado de valor agregado nacional lo cual posteriormente genera un impacto en la entrada de divisas afectando positivamente al PIB nacional.

En el actual proyecto de negocio se puede observar el nivel de rentabilidad lo que determina su factibilidad y viabilidad puesto que una vez analizado el aspecto económico y financiero por medio de indicadores, los ingresos aumentan año a año obteniendo como resultado un VAN de \$982,365 y una TIR del 49% siendo estos valores muy beneficiosos a invertir.

Capítulo I: Descripción Del Negocio

1.1 Misión

Realizar ventas a nivel nacional e internacional de polvo de moringa ecuatoriano a quienes busquen una mejor alimentación nutritiva en todo el mundo, ofreciendo un producto de alta calidad en macro nutrientes que puede ser consumida en toda edad, con el objetivo de ser una empresa rentable y sostenible.

1.2 Visión

Ser una empresa reconocida y posesionada en el mercado nacional e internacional para el año 2022 en la industria de suplementos y complementos alimenticios, orientados en la nutrición y salud de los clientes y consumidores, otorgando un nuevo estilo de vida ante las exigencias y preferencias de la población en general.

1.3 Objetivos Generales Y Específicos

Objetivo General

Elaborar un plan de negocio para la comercialización nacional e internacional de polvo de moringa de forma viable y factible.

Objetivos específicos

- Realizar un análisis sectorial para desarrollar estrategias con el fin de comercializar suplementos de moringa.
- Aumentar las ventas en un 5% anual desde el segundo año de operaciones
- Investigar las políticas de Exportación y restricciones
- Estructurar un plan financiero para determinar el grado de inversión requerida para fines de rentabilidad.

1.4 Descripción De La Línea De Productos

Los productos desarrollados dentro de este proyecto se encuentran catalogados como suplementos y/o complementos alimenticios; ofreciendo un producto natural e innovador que sirva de alternativa saludable lleno de múltiples beneficios para diversos segmentos de mercados.

Productos a comercializar nacional e internacional

Los productos que se prevé comercializar son los siguientes:

❖ Polvo de Moringa

Todos estos productos son 100% naturales que pueden ser de ayuda en múltiples casos y consumidos de diversas formas. Dichos productos también poseen propiedades medicinales

1.5 Cadena De Valor

La cadena de valor es una manera de poder señalar e identificar aquellas actividades que son necesarias para poder operar en una compañía de forma que generen valor cuando el producto llegue al consumidor final. En el gráfico 1 se observa de forma gráfica la cadena de valor del presente proyecto.



Figura 1 Cadena de Valor

Fuente y Elaboración: Los Autores

1.6 Análisis Foda Del Producto

A continuación se detallan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) del producto de polvo de moringa

Fortalezas

- F1.- Producto innovador, nutritivo, natural y saludable
- F2.- Libre de conservantes y preservantes.
- F3.- Sin límite de edad para el consumo
- F5.- Posee propiedades curativas
- F6.- Excelente opción proteica para deportistas y desnutrición

Oportunidades

- O1.- Producto poco explotado en el Ecuador y el mundo
- O2.- Segmento de mercados disponibles
- O3.- Tendencia a consumir producto natural
- O3.- Facilidad de cultivo
- O5.- Ayuda del gobierno para impulsar las exportaciones y el control de las importaciones mejora el consumo nacional

Debilidades

- D1.- Desconocimiento de las múltiples propiedades del producto de moringa
- D2.- Poco presupuesto para promoción y publicidad
- D3.- Desconocimiento de los mercados internacionales

Amenazas

- A1.- Barreras arancelarias y no arancelarias en los mercados internacionales
- A2.- Variabilidad de factores climáticos que puedan afectar al cultivo

A3.- Competencia existente en el mercado local e internacional

A5.- Antidumping

1.6.1 Estrategias FO-FA-DO-DA

FO

F1-O1.- Aprovechar que es un producto innovador y nutritivo ya que es poco explotado en el Ecuador

F2-O2.- Ser una producto libre de conservante y preservante para ofrecer a los nichos de mercados

F5-O3.- Por su alto valor nutricional ayuda a la tendencia de consumir productos naturales

F3-O5 Implementar un programa para el consumo de toda las edades con la ayuda del gobierno que impulsa el consumo

F4-O4 Aprovechar las propiedades curativas del producto y su facilidad de cultivo

FA

F5-A5 Aprovechar el valor nutricional de nuestro producto frente a la competencia desleal con un valor agregado a nuestro producto

F2-A4.- Aprovechar la carencia de conservante y preservante ante la posible creación de nuevos productos por parte de la competencia

DO

D2-O2 Realizar capacitaciones constantes aprovechando el desconocimiento del producto en el Ecuador y el mundo

D1-O3 Informar a nuestros futuros clientes sobre las propiedades naturales con que cuenta la moringa

D3-O5 Por medio de ayuda que nos brinda el gobierno poder adecuar nuestra infraestructura para la producción de nuestro producto

DA

D3-A3 Realizar estudios previos hacia el destino a exportar y aplicación de marketing agresivo

D1-A4 Comunicar a los clientes sobre las propiedades de la moringa para contrarrestar la competencia existente

D4-A5 Capacitar al personal en temas de propiedades del producto y competencia desleal

D2-A4 Realizar campañas en sitios web gratuitos para dar a conocer nuestro producto.

Capítulo II: Plan De Marketing

2.1 Análisis Del Entorno

Entorno general

En Ecuador en la actualidad cuenta con pocas empresas que se dediquen a la comercialización de moringa y sus derivados, una de las empresas conocidas es ECUAMORINGA el cual está en crecimiento pero sin contar con un óptimo plan de marketing, es aquí que por medio de esta idea de negocio que se pretende desarrollar se quiere ingresar a diversos mercados sabiendo que varios nichos todavía faltan por abastecer.

Por otro lado la creación de productos derivados de moringa puede sustituir muchos alimentos ya existentes que son muy costosos y que no cualquier persona está en capacidad de adquirirlos, en Ecuador y en muchos países se puede observar la desnutrición infantil en diversos índices por falta de estabilidad laboral por parte de los padres, por carecimiento de recursos que permitan mantener una vida digna en cuanto a la alimentación se refiere.

2.1.1 Análisis Político

En nuestro país con respecto a las políticas de incremento de la matriz productiva, la creación del plan de negocio ayuda positivamente ya que el gobierno busca nuevas ideas en los campos de la industrialización, producción, desarrollo que ayuden al crecimiento del país y evitar las importaciones, por tal motivo ayuda con incentivos para el emprendimiento para crear valor agregados a los productos del Ecuador de manera que sean competitivos en el mercado internacional disminuyendo la salida de divisas y lograr estabilidad en la balanza comercial.

2.1.2 Análisis Económico

En el estado ecuatoriano se puede constatar que en los últimos 10 años hasta el año 2014 existe un leve incremento en cuanto al PIB per cápita, siendo así que para el 2014 se obtuvo un

valor de \$6273, en comparación con el año 2013 con \$6.051 y 2012 con \$5.702, este incremento es debido a las inversiones que se han realizado tanto en el sector público como privado, a su vez para el año 2015 se produjo un decrecimiento del PIB per cápita con \$6.248 debido al inicio de una recesión económica que hasta la actualidad se atraviesa; lo que Significa que aunque existan los problemas económicos actuales y el crecimiento podría ser leve, gran parte de los ciudadanos estaría en condiciones de adquirir el producto a nivel nacional e internacional.

(QUITO, 2015)

2.1.3 Análisis Social

El instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), estratifica a la población ecuatoriana en 5 estratos, los mismos que van desde la A hasta la D; para esta división se toma en cuenta las condiciones de vida en cuanto a vivienda, educación, características económicas, bienes y hábitos de consumo; el producto desarrollado en el presente proyecto va dirigido hacia toda la población, haciendo énfasis desde la categoría A hasta la C- que es donde se encuentran los que tienen mayor poder adquisitivo y de clase media-baja y de mayor interés en cuanto al consumo del polvo de moringa.

Cabe indicar que la estratificación no tiene relación alguna con índices de pobreza o desigualdad por lo que aquellas manejan diferentes objetivos y metodologías de clasificación.

(INEC, 2014)

2.1.4 Análisis Tecnológico

La tecnología es uno de los recursos más imprescindibles al momento de dar a conocer la marca de un producto, es por esto que gracias al internet se convierte en la vía de comunicación más rápida y eficiente pero a su vez se debe saber aprovechar la herramienta para obtener mejores resultados y así poder llegar a cualquier parte del mundo; en la actualidad se puede

observar el boom que ha tenido las redes sociales causando gran impacto tanto en ventas como en la mente de consumidores ayudando a las empresas a apalancarse por medio de dispositivos portátiles que toda persona en pleno siglo XXI cuenta con al menos uno.

2.1.5 Análisis Del Micro Entorno

Barreras de Entrada

Para poder exportar el producto a un mercado internacional, es recomendable tener un contacto en el país de destino con el que se quiere negociar, mantener contacto con distribuidores locales e internacionales que ayuden en la colocación del producto en diferentes puntos estratégicos de manera que exista una mejor confianza y seguridad en los procesos de compra-venta reduciendo posibles riesgos.

Por otro lado se cuenta con la ayuda de diversas instituciones que aportan a la internacionalización de un producto como PROECUADOR, FEDEXPORT y las Cámaras de Comercio que están en constante trabajo para ofrecer mejores oportunidades al emprendedor – empresario.

Barreras de Salida

Una de las barreras de salida al sacar al mercado el producto sería la obtención del préstamo bancario y la respectiva negociación con los propietarios del cultivo de Moringa, aunque en un principio se podría actuar de minorista con pequeñas aportaciones entre los socios con una visión de crecimiento en forma paulatina.

Por otro lado en el caso de exportaciones se deben tomar en cuenta el respectivo control como implementación de normas internacionales, seguridad, custodia, entre otros para que la mercancía no se vea involucrada con redes del narcotráfico. Dichos controles pueden incurrir en gastos adicionales que afecta directamente al costo del producto.

2.1.6 Análisis De Las Fuerzas De PORTER

Poder de Negociación de los Compradores

El mercado local de la moringa y sus derivados no es de un alto número, por lo que sólo existe una empresa de manera formal que las distribuye, además resulta de importancia saber que la mayor parte de la población no tiene conocimiento acerca de la existencia de la planta y de sus beneficios.

Realizado este análisis se puede decir que los clientes no están en condiciones para imponer el valor del producto, al no existir mucha oferta y conocimiento del producto, tomando en cuenta que tanto en Ecuador como en diversos países la preferencia por productos saludables está en crecimiento.

Poder de Negociación de los Proveedores

En el Ecuador existen pocas zonas donde se cultiva el polvo de Moringa entre ellas están en Santa Elena y Portoviejo, en el presente proyecto se cuenta con un aliado estratégico directo para la compra de la materia prima que se encuentra ubicado en la provincia de Santa Elena; por otro lado en lo que se refiere en cuanto a envases y embalajes se cuenta con varios proveedores, todos ellos ofrecen excelentes precios por la compra en grandes cantidades.

Amenazas de Nuevos Competidores

Debido a las tendencias positivas que ocurren en la actualidad con respecto al consumo de alimentos nutritivos, podrían entrar nuevas empresas que se dediquen al cultivo y comercialización de derivados de la moringa aunque no se den en gran número, a su vez puede existir la asociación de pequeños productores.

La amenaza de nuevos competidores se podría neutralizar por medio de la aplicación de estrategias dadas en una planificación estratégica, incluida la diversificación de los productos con valor agregado.

Sustitución de Productos

Dentro de la industria de la alimentación nutritiva, balanceada, existen una serie de productos de la misma línea los cuales son reemplazables el uno al otro y cada uno de ellos ofrece algún beneficio con el objetivo de cuidar la salud de las personas; muchos de estos comparten similares características, pero lo que muchos consumidores deben tener en cuenta son ciertos filtros como la calidad, origen, permisos, registros, por lo que también existen productos que no son lo que dicen ser, ni brindan los beneficios que dice contener.

El producto que se pretende comercializar en este proyecto engloba una serie de beneficios, la moringa es un súper alimento muy completo por lo que es considerado el árbol de la vida, contiene ciertas propiedades que en cantidades ninguna planta posee, se puede consumir casi el 100% de todas las partes de la misma, posee los macro- nutrientes esenciales que un alimento debe poseer para poder vivir de forma balanceada.

En acuerdo a lo expuesto, en el mercado no existe ningún producto natural tan completo que sea elaborado mediante plantas las cuales ofrece múltiples beneficios y que favorece a diversos segmentos de mercados; todas estas propiedades y más son las que se deberían de exponer y dar a conocer a posibles clientes aplicando una campaña agresiva de marketing para que así puedan recomendarse, propagándose unos a otros además de la diversificación que se puede hacer con el insumo, posicionando la marca en el mercado como el único alimento nutricional natural balanceado y completo.

Rivalidad de la Industria

La competencia en el mercado de la moringa es casi nula, visto que solo existe una empresa de manera formal que comercializa derivados de moringa llamada ECUAMORINGA, lo cual significa que el negocio con estos productos no ha sido explotado.

2.1.7 Evaluación Sectorial

Una vez planteado y analizado cada una de las fuerzas de Porter, a continuación se realiza un estudio de todas ellas con respectivas características de manera que brinde información acerca de la factibilidad y posible rentabilidad, dichas características son puntuadas del 1 al 5, siendo 5 el puntaje con mayor ventaja y 1 el puntaje con menor ventaja.

Tabla 1 Validación de Características de Porter

Amenaza de Nuevos Competidores	Puntuación
Nivel de Inversión	2.95
Facilidades de mercadeo	2.95
Variedades de presentación	2.5
Diferenciación con la competencia	3
Promedio	2.85

Clientes	Puntuación
Alto poder de decisión	5
Alto número de clientes	5
Poder de Adquisición	4
Clientes Exigentes	3.95
Promedio	4.49

Proveedores	Puntuación
Proveedores a contactar	2
Nivel de acceso a la planta moringa	4.5
Costo al que se adquiere la planta	3.8
Legada Inmediata del producto	4
Promedio	3.57

Sustitución entre Productos	Puntuación
Elección por parte de consumidores	3
Existencia en el mercado	3
Productos de bajo precio	3
Prestigio de marca	3
Promedio	3

Rivalidad de la Industria	Puntaje
Cantidad de rivales	4
Nivel de agresividad	3.5
Saturación de productos	4
Comparación entre productos	4
Promedio	3.88

Fuente y Elaboración: Los Autores

Elaborado y analizado todas las situaciones con respecto a las fuerzas de Porter, y haber asignado una puntuación en diversas características que influyen significativamente en un proyecto de negocio, se puede observar en el gráfico en donde se determina en contra cuando la fuerza se ubica más al centro de la figura, por otro lado si la misma se aleja del centro de la misma sería una mayor ventaja.

Como conclusión se puede percibir que el panorama con respecto al negocio con la moringa es bastante atractivo, al haber muchos clientes de diversos mercados dispuestos a consumir el producto, contando con proveedores en alianza. Los riesgos serían la entrada de nuevos competidores y preferencia de productos sustitutos, por lo cual una correcta planeación estratégica en conjunto con un buen plan de marketing y ventas se logra contrarrestar la amenaza externa

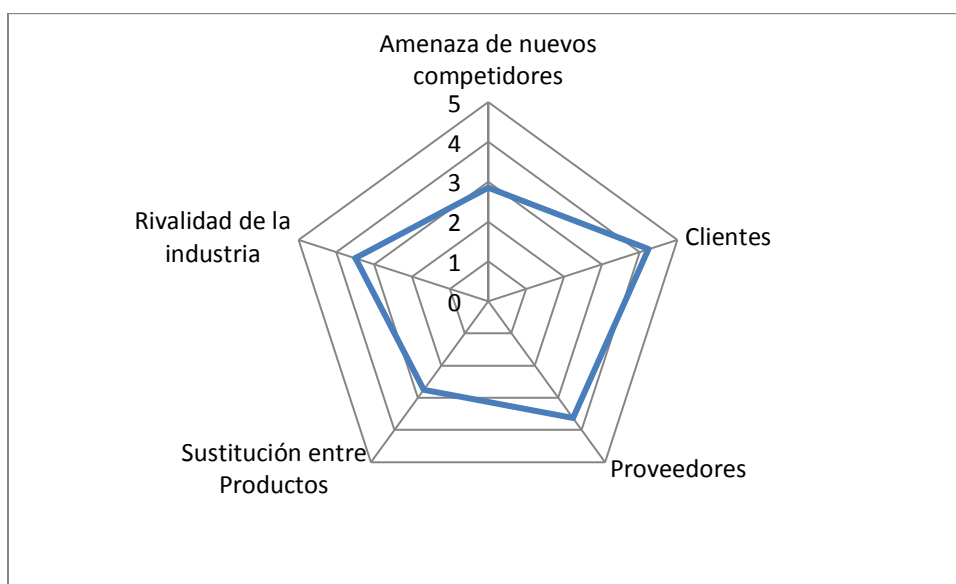


Figura 2 Análisis de variables Fuerzas de Porter
Fuente y Elaboración: Los Autores

2.2 Mercado Meta

El polvo de moringa tiene usos muy diversos el cual puede ser considerado como un suplemento y/o complemento alimenticio por lo que entra en distintos mercados dentro de los cuales tienen características comunes de similares necesidades que serán satisfechas en gran medida por medio del producto planteado en el presente proyecto. Los mercados meta son los siguientes:

- a) **Nutrición Infantil:** El producto de polvo de moringa puede emplearse dentro de la nutrición a tempranas edades desde los 2 años en adelante, cuenta con todas las vitaminas y proteínas necesarias para evitar la desnutrición, el cual puede emplearse en diversas recetas o solo por medio de bebidas.
- b) **Deportistas:** Puede ser empleado por personas que mantengan un estilo de vida fitness, ya que es la única planta que cuenta con altos niveles de proteínas y aminoácidos necesarios para el desarrollo muscular.
- c) **Vegetarianos:** La moringa puede utilizarse en la alimentación vegetariana, una porción de esta planta tiene los macronutrientes necesarios como los son los carbohidratos, aceites y proteínas que necesitan las personas que no consumen productos de origen animal, a su vez tiene alta cantidad de hierro de manera que evita la aparición de anemia.
- d) **Pacientes:** La moringa el cual es considerado el árbol de la vida, tiene la capacidad de tratar y curar alrededor de 300 enfermedades, estudios ya realizados por expertos han establecido que dicha planta tiene que estar en la alimentación humana sobre todo en la etapa adulta.
- e) **Edad avanzada:** El producto favorece a la alimentación en la edad avanzada ya que contiene poderosos nutrientes que necesitan, ya que a esta edad el organismo no absorbe

correctamente los beneficios de los alimentos; el consumo del mismo fortalece el sistema inmune, combate la osteoporosis por medio de la absorción de calcio, mejora la visión, etc.

- f) Alimentación Animal:** La moringa sirve también para alimentar animales que con el consumo humano en los cuales se han realizado pruebas en aves de corral, ganado vacuno, bovino, porcino, incluyen también los cuyes y conejos así como también animales de sectores de la pesca como la tilapia, camarón, etc.; lo que significa un ahorro en tema de balanceados entre un 40 a 50%. (Ruiz, 2012)

2.3 Estrategias De Marketing

Marketing Mix

Es necesario tomar ciertas medidas para hacer llegar el producto al mercado meta, estas medidas son elaboradas bajo un estudio de marketing y ventas, de manera que el polvo de moringa sea aceptado de la mejor manera posible, analizando previamente los hábitos de consumo, cultura, costumbres, status sociales y demás para que de esta manera sea factible su comercialización ya sea a nivel nacional y con mayor razón a nivel internacional.

Para el caso de las ventas internacionales es necesario realizar un estudio previo de las variables expuestas en el párrafo anterior al país que se quiera exportar además de la logística y canales que adopten en el país de destino; también este estudio da un mejor enfoque hacia las mejores formas de presentaciones con respecto a empaques y embalajes de forma que sea atractivo al consumidor ya que de una u otra forma representan la imagen de la compañía.

2.3.1 Producto

El producto que se pretende comercializar, al inicio de las operaciones es el polvo de moringa, el cual se puede utilizar varias presentaciones, en este caso se utilizará envases plásticos y en presentaciones de fundas laminadas, el fondo blanco del envase le da un aspecto más elegante lo que da entender de qué se trata de un producto nutritivo, en conjunto con su etiqueta en donde se brindará la información necesaria acerca del mismo.

Moringa Health es un producto que cuenta con un alto valor nutricional, rico en calcio, vitaminas, antioxidantes, proteínas; es una fuente natural de energía con bajos niveles de calorías, refuerzan el sistema inmune ayudando a combatir enfermedades y un gran aliado en la alimentación infantil, puede ser consumidos por todas las personas sean en jugos, ensaladas, sopas u otras recetas a preferencia del consumidor.

2.3.2 Precio

El precio del producto de polvo de moringa, es hallado tomando en cuenta los precios referenciales del mercado interno ecuatoriano para que el mismo pueda ser competitivo y no existan muchas diferencias a nivel de precios; Así mismo, al internacionalizar el producto también se realiza el respectivo análisis del mercado tanto en la oferta (si es que lo existe) como la demanda.

A su vez se toma en consideración los costos de exportación hacia el país de destino en caso de internacionalizarse, teniendo como resultado un precio justo y competitivo.

✓ Funda de 200 grms. \$17

2.3.3 Plaza o Canales de Distribución

De acuerdo a estudios realizados del mercado local y sus canales de distribución, para la creación y desarrollo de este proyecto el cual entra en la línea de consumo alimenticio se ha escogido el canal indirecto largo, en el cual se involucra a un mayorista en alianza estratégica con el fabricante el cual tiene plantaciones de Moringa para hacer llegar el producto al consumidor final, la distribución se dará de forma selectiva a cierto número reducido de clientes y ellos a los consumidores gracias a su cercanía con los mismos.



Figura 3 Canal de distribución Indirecto
Fuente: Google Académico

Distribución en el exterior

Para poder distribuir el producto en el exterior se realiza un previo estudio del país a exportar a fin de escoger el mejor canal de distribución que favorezca al crecimiento de la empresa; sin embargo de manera general se puede trabajar con el siguiente esquema de distribución sin perjuicio de las necesidades que se ajusten a los diferentes países.

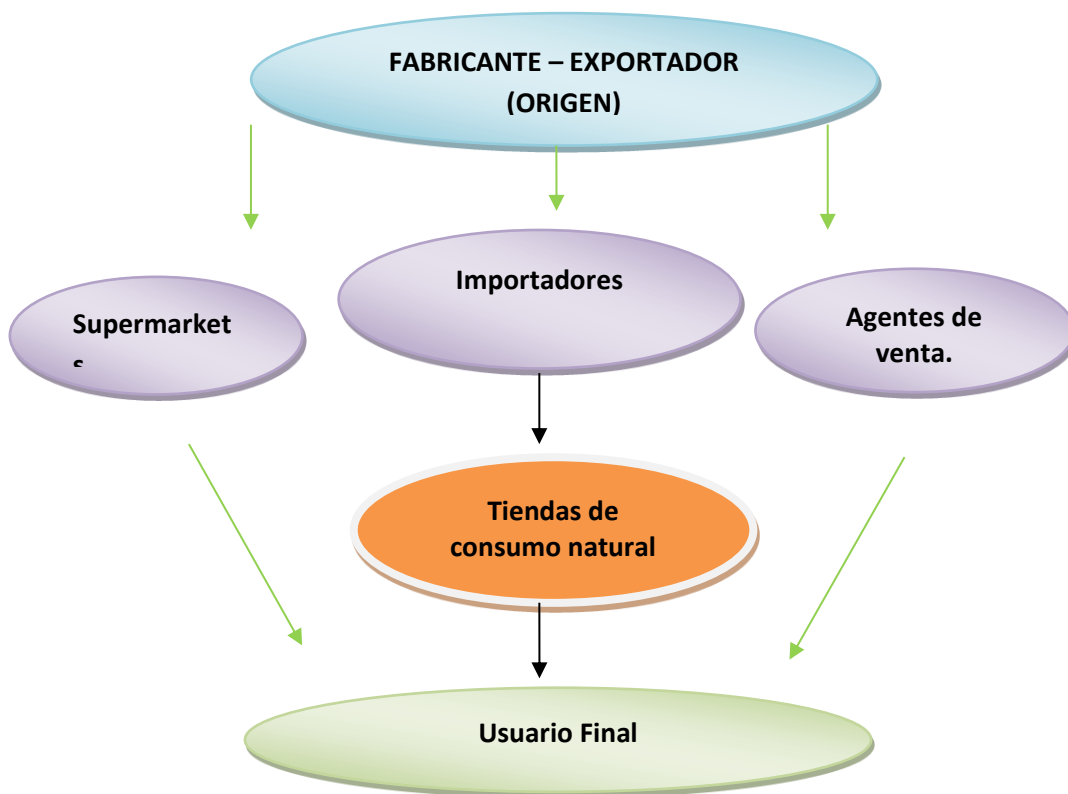


Figura 4 Canal de Ventas Internacional
 Elaborado por: Los Autores
 Fuente: PROECUADOR

2.3.4 Promoción

Dentro de un plan de marketing la promoción es uno de los factores más importantes ya que de esta manera es como se dará a conocer el producto por medio de la toma y utilización de recursos disponibles de manera que un proyecto tenga éxito.

Las características a dar a conocer al público con respecto al producto intervienen la marca, logotipo, colores, usos, beneficios que aporta al consumidor, y más de manera que sea fácilmente reconocido e identificado, diferenciado de la competencia o de productos similares a la moringa.

Al momento de promocionar el polvo de moringa es necesario estar conscientes de que las estrategias publicitarias que se han mantenido durante años ya no causan gran impacto en el

consumidor y con estos se refiere a las volantes, comerciales en televisión, vallas, cuñas radiales que aunque aún sirven a fin de promocionar, no ayudan en gran nivel.

Se decide hacer uso de medios publicitarios por medio de herramientas disponibles en la actualidad, tomando como principal recurso el internet, el cual es muy concurrido y utilizado por todas las personas y es donde se apoya a la globalización. Los medios por los cuales se dará a conocer el producto son los siguientes:

- ✓ Internet
- ✓ E-mailing
- ✓ Redes Sociales
- ✓ Material y recursos de Merchandising
- ✓ Participación en ferias de alimentos y nutricionales
- ✓ Promoción en Gimnasios y tiendas para deportistas

Cabe recalcar que gran parte de la promoción se hará por medio de internet y redes sociales que en la actualidad es donde las personas pasan la mayor cantidad de su tiempo y encuentran diferentes clases de productos y las empresas usan esta herramienta para la obtención de nuevos clientes, generando tráfico hacia la página web lo cual significa una mayor cantidad de ventas; se empleará redes sociales entre las principales Facebook e instagram las cuales tienen resultados comprobados para darse a conocer y generar ingresos ilimitados.

Además de darse a conocer la transparencia de los procesos de producción, propiedades y bondades del producto, asesorando en que horarios debería ser mejor consumido para la obtención del mayor provecho al cuerpo humano dependiendo del objetivo a lograr.

2.3.4.1 Etiqueta

MORINGA PLUS[®]

POLVO DE MORINGA

DOSIFICACIÓN
Poner una cucharada del contenido en un vaso de leche, jugos o agua aromática.
Y para diversas preparaciones cotidianas
MORINGA HEALTH

Supplement Facts
Serving Size: 15 Neapoon (1 g)
Servings Per Container: about 225

Amount Per Serving		Calories from Fat 0	
Total Fat	0g	% Daily Value	
Saturated Fat	0g		
Trans Fat	0g		
Cholesterol	0mg		
Sodium	0mg		
Total Carbohydrate	0g		
Sugars	0g		
Protein	0g		
Vitamin A	0%		
Vitamin C	0%		
Calcium	0%		
Iron	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine	0%		
Protein	0%		
Threonine	0%		
Valine	0%		
Leucine	0%		
Isoleucine	0%		
Phenylalanine	0%		
Proline	0%		
Serine	0%		
Alanine	0%		
Aspartic Acid	0%		
Glutamic Acid	0%		
Asparagine	0%		
Glutamine			

Capítulo III: Plan De Exportación

Para poder efectuar el proceso de exportación el cual servirá para el objetivo de internacionalizar el producto e incentivar su consumo, es necesario hacer un estudio de los pasos a desarrollar, así como tomar en cuenta aquellas normas, reglamentos, leyes que permitan comercializarlo al exterior sin ningún contratiempo.

3.1 Registros

- Registros de firma del exportador
- Registro en la aduana
- Registro de firma en el MIPRO (Ministerio de Industrias y Productividad)

3.2 Requisitos Y Pasos Para Exportar

Para conformarse como un exportador se necesita cumplir con ciertos requerimientos básicos que son expedidos por los entes y organismos de control dentro de lo que conforma el comercio exterior y el SENA.

También deben cumplirse ciertos requisitos que son exigidos por diversos organismos como el MAGAP, INEN, y MSP entre los más importantes, los cuales garantizan la calidad de los productos exportados.

Los pasos para ser exportador son los siguientes:

Paso 1

Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) en el Servicio de Rentas Internas (SRI), el cual servirá para efectuar cualquier actividad comercial.

Paso 2

Obtener el certificado digital para la firma electrónica, el mismo se podrá adquirir mediante las siguientes entidades previa autenticación:

- Banco Central del Ecuador
- Security Data (empresa privada)

Paso 3

Las personas naturales como jurídicas deben registrarse como exportador en el portal de ECUAPASS en el módulo de la Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE), en donde se podrá realizar la actualización de los datos, creación de un usuario y contraseña, aceptar políticas de uso.

Realizar el registro de la firma electrónica en el sistema.

Realizado el registro en el portal de Ecuapass en el módulo de la VUE, se estará listo para efectuar los trámites y todo lo que implica el proceso de la negociación internacional.

En el boletín se puede observar un video demostrativo sobre el registro en ECUAPASS.

(SENAE, 2017)

3.3 Exportación: Pasos A Considerar

Fase de Pre-embarque

- 1) El proceso inicia con la transmisión electrónica de la DAE por parte del exportador o su agente de aduana, esta podrá ser presentada en conjunto de una factura o proforma y cualquier documento con que se cuente previo al embarque. Cabe recalcar que la declaración no es una simple intención de embarque, sino que la misma crea un vínculo legal que implica obligaciones que cumplir ante el SENAE.

Los datos principales que se constarán en la DAE son las siguientes:

- Del exportador o declarante
- Información del Consignatario
- Descripción de la carga por ítem de factura
- Destino de la carga

- Peso y cantidades
 - Demás datos referente a la carga
- 2) Aceptada la DAE, la carga procede a ingresar a la zona primaria según al distrito que se pretenda embarcar, se efectuará el registro en el depósito temporal en la cual se presenta la DAE y AISV (Autorización de Ingreso y Salida de Vehículos), dicho procedimiento servirá para el almacenaje previo a la salida al exterior.
 - 3) Se realiza el acto de aforo el cual puede ser físico (intrusivo o no intrusivo), documental, electrónico o automático.

Fase de Embarque

- 1) Se notifica la salida autorizada de la carga por medio del sistema ECUAPASS.
- 2) Se embarca la mercancía y se realiza el manifiesto de carga hasta 12 horas posteriores a la salida del medio de transporte y demás documentos de transporte por parte de la naviera.

Fase de Post-embarque

- 1) Luego de generado el manifiesto, se procede a regularizar las declaraciones aduaneras de exportación (RDAE) mediante registro electrónico el cual dará por finalizado la exportación.

Cerrada la exportación se obtiene la DAE definitiva, para este proceso el exportador tiene un plazo de 30 días después de realizado del embarque, para esto se necesitará: copia de factura comercial, copia de lista de empaque, copia de certificado de origen, y copias no negociables de documentos de transporte multimodal. (PROECUADOR, PROECUADOR, 2013)

3.4 Aspectos Considerables Para Ingresar Productos En Chile

Es necesario tener en cuenta de que Chile en sus procesos de importación maneja 2 tipos de sistemas los cuales son:

- a) Para aquellas mercancías que sean ingresadas por viajeros que no son de carácter comercial pueden efectuar su importación hasta por \$1500 FOB, y aquellas que sean considerados comerciales hasta por \$1000 FOB sin necesidad de intervención de un agente de aduana en forma simplificada.

Para este caso, el importador deberá presentar a la aduana los documentos siguientes:

- Factura comercial.
 - Conocimiento de embarque.
 - En caso de que el trámite lo realice un tercero, presentar poder notarial por parte del dueño o consignatario.
 - Certificaciones o vistos buenos en casos requeridos.
- b) Para aquellas importaciones superiores a \$1000 FOB, será obligatorio la contratación de un agente de aduanas, ante el cual el importador deberá entregarle los documentos necesarios para el proceso.

Los documentos obligatorios son los siguientes:

- Declaración de Ingreso
- Conocimiento de embarque original, guía aérea o carta de porte.
- Factura comercial
- Declaración Juramentada por parte del importador con respecto a la mercancía; lo expide el agente aduanal
- Mandato que constituye el sólo endoso del original del conocimiento de embarque.

Los documentos requeridos solo para ciertos procesos de importaciones son los siguientes:

- Lista de empaque
- Certificado de origen
- Póliza de seguros
- Registro de gastos adicionales (excluidos en factura)
- Certificado sanitario- fitosanitario
- Certificado de destinación aduanera
- Autorización de uso y disposición (Chile, 2016)

3.5 Partida Y Subpartida Arancelaria: Clasificación

Con respecto a la clasificación arancelaria, dentro de la nomenclatura NANDINA, el polvo o harina de Moringa tiene la siguiente subpartida:

1404.90.90 -- Los demás

Tabla 2 *Subpartida Arancelaria Polvo de Moringa*

SECCIÓN II: PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL

(Ecuador, 2012)

Código	Descripción del Producto
14	Materias trenzables y demás productos de origen vegetal
14.04	Productos vegetales no expresados ni comprendidos en otra parte.
1404.90	- Los demás:
1404.90.90	- - Los demás

Elaborado por: Los Autores

Fuente: Arancel nacional de Importaciones

3.6 Impuestos Aplicables En Chile

Chile es un país que aplica el 6% y 0% de derechos arancelarios a todas sus partidas del sistema armonizado de la nomenclatura NALADISA, dicho porcentaje no afecta a la partida

1404.90.90 en el cual se incluye el polvo de moringa, en virtud del acuerdo de cooperación económica No. 65 (ACE 65) celebrado entre Ecuador y Chile. (Santander, 2015)

3.7 Trámites Y Normas Aplicables De Ingreso En Chile

Para productos de origen vegetal, debe presentarse ante la oficina de Servicio Agrícola y Ganadero del punto de ingreso los siguientes documentos pertinentes:

- a) **Certificado de Destinación Aduanera:** Para alimentos, el cual autoriza la salida y transporte desde los recintos aduaneros a los depósitos o bodegas acreditadas en donde se almacenarán los productos alimenticios. (ChileAtiende, 2015)
- b) **Certificado Fitosanitario:** Emitido en el país de origen por la Organización Nacional de Protección Fitosanitaria, el cual acredita que el producto cumple con los requisitos fitosanitarios para su importación.
- c) **Autorización de uso y disposición:** Para alimentos importados, el cual permite la venta, uso, consumo, cesión y disposición de alimentos importados para el consumo humano.
- d) Para el caso del uso de empaques o embalajes de madera sean pallets o cajas, estas deben cumplir con la normativa Internacional de medidas Fitosanitarias NIMF no. 15.

3.7.1 Requisitos para el Etiquetado en Chile

La información requerida para los productos alimenticios envasados y no al granel deben tomar las siguientes consideraciones:

- a) Toda la información de la etiqueta que contenga en el envase o embalaje puede ser impresa o adherida.
- b) La etiqueta debe incluir: País de origen, marca del producto, contenido neto, ingredientes, fecha de caducidad, dirección del fabricante, razón social, dosis de consumo y tipo de almacenamiento

- c) Establecer la información nutricional del producto en total y en porciones por cada 100g o 100 ml.
- d) Especificar la información nutricional en macro nutrientes como proteínas, carbohidratos, grasas sodio y niveles de energía en Kcal; así como vitaminas, fibra, colesterol, etc.
- e) Para productos con alto contenido de azúcares, grasas, sodio y calorías se requiere un rotulado especial visible al consumidor, aparte del de la tabla nutricional, en el que especifique la cantidad que contiene cada uno de los elementos mencionados.

(PROECUADOR, 2015)

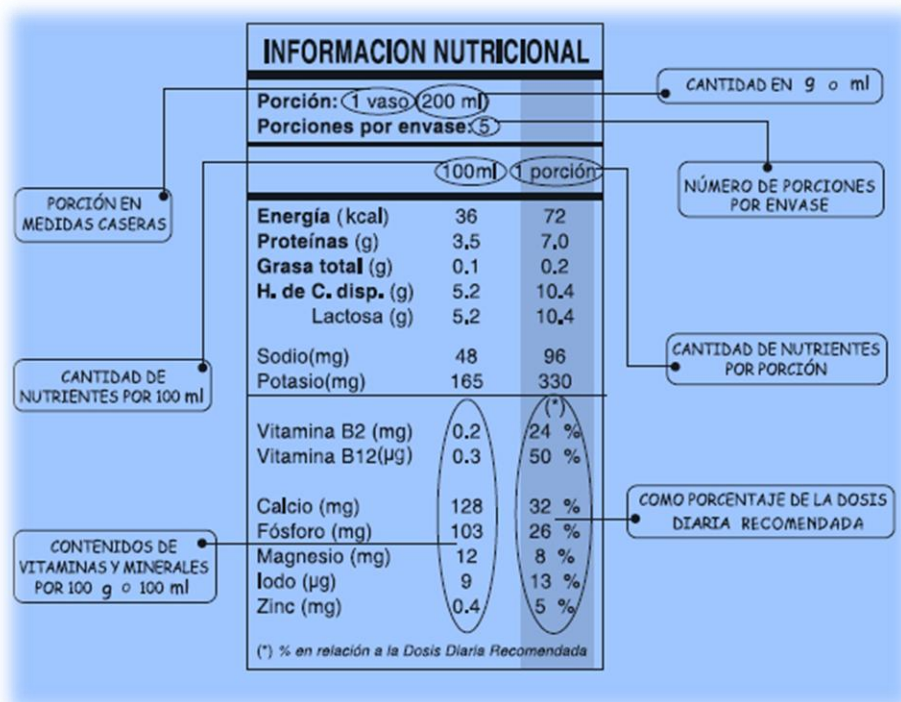


Figura 6 Modelo de Etiqueta Nutricional
Fuente: Proecuador

3.8 Selección De Incoterm

Los incoterms son términos que permiten negociar dentro del comercio internacional en las cuales se establecen las políticas de compra y venta en cuanto a deberes y responsabilidades

entre el comprador y vendedor. Se someten a revisión cada 10 años; la última reforma fue en el año 2010. (Huimber, 2012)

Para la exportación del polvo o harina de Moringa se opta por la utilización del Incoterm FOB (Free on board), ya que a nivel de exportaciones es el término común y de mejor negociación.

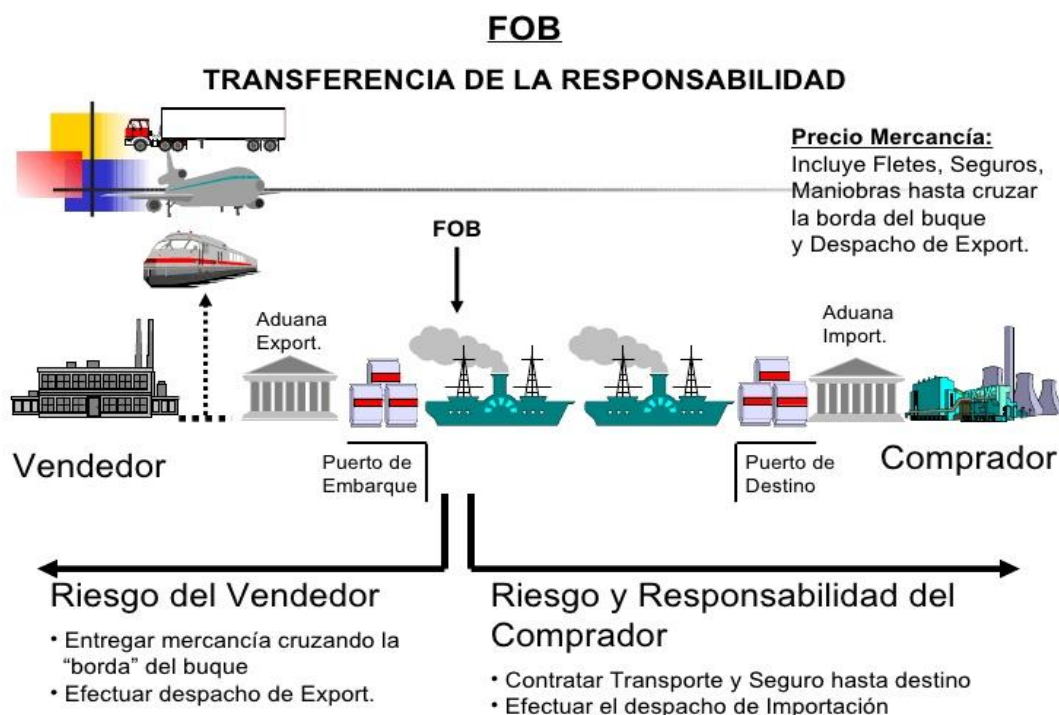


Figura 7 Incoterm FOB (Libre a Bordo)

Fuente: Google Académico

En el incoterm FOB las obligaciones y responsabilidades de las partes del comercio internacional son las siguientes:

- La logística de exportación es realizada por el vendedor y se encarga de los costes ocasionados hasta la puesta de la mercancía dentro del barco.
- El flete internacional puede ser contratado por el vendedor previo análisis de negociación en cuanto a facilidades, pero deberá ser pagado por el comprador; la responsabilidad se traspasa al comprador cuando la mercancía es puesta a bordo del barco.

- Con respecto al seguro, deberá encargarse el comprador de su contratación y pago según sea LAP, CAP o contra todo riesgo, el vendedor puede facilitar información acerca de este servicio.
- Los empaques y embalajes sean estos para el acondicionamiento y manipulación de la mercancía son cubiertos por el exportador.
- Cualquier tipo de acontecimientos ocurridos en el tránsito de la carga hasta su llegada a destino así como el retraso que perjudique al importador, será bajo responsabilidad del mismo.

3.9 Logística De Exportación

3.9.1 Puerto de Chile

Chile es un país que cuenta con alrededor de 70 puertos marítimos en toda su extensión territorial; el puerto escogido para la exportación del polvo de moringa es Valparaíso, ubicado en la ciudad del mismo nombre siendo el de mayor movimiento de contenedores en el país y uno de los que tiene mayor actividad en América Latina. (Puertos, 2013)



Figura 8 Puerto Valparaíso

Fuente: Google Imágenes

3.9.2 Naviera o empresa de carga

La empresa contratada para la logística de exportación es Star Cargo, consolidadora que cuenta con precios competitivos y buen servicio; el término de negociación es con incoterm FOB por lo cual el importador cancela el aporte del flete internacional.



Figura 9 Compañía de Carga Internacional

Fuente: Starcargo

Consolidadora de carga Internacional

3.9.3 Logística para la exportación del Polvo de Moringa

- Lugar de origen: Local de comercialización del polvo de moringa. (Guayaquil).
- Transporte interno hasta la autoridad portuaria (45 min).
- Flete marítimo hasta Valparaíso de Chile. (5 Días).
- Inland Freight en Chile: puerto de Valparaíso hasta la capital - Santiago (2:50 min).
- Arribo de mercadería a las bodegas de importadores del sector alimenticio.

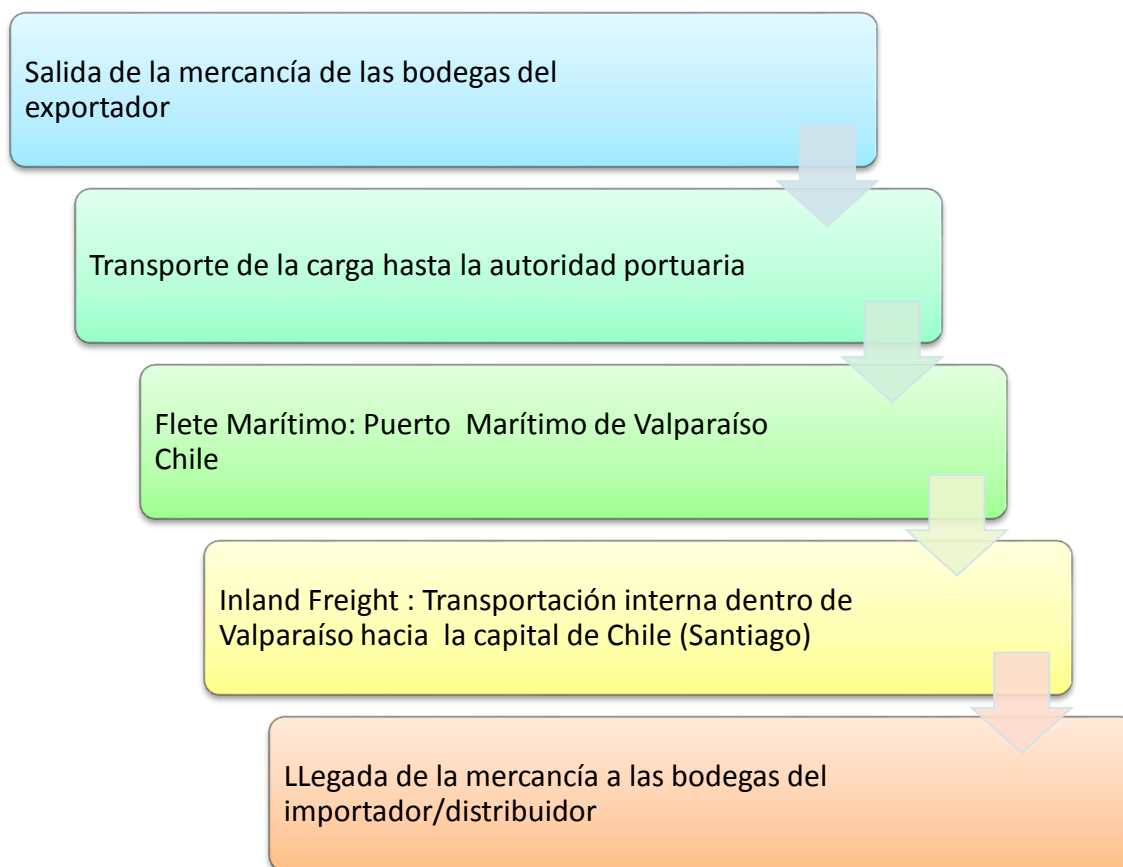


Figura 10 Logística de Transportación Moringa

Fuente y Elaboración: Los Autores

Capítulo IV: Plan De Administración Y RR HH

Para el correcto funcionamiento interno y externo de la empresa, es necesario identificar las actividades necesarias las cuales serán otorgadas al conjunto del personal requerido, a fin de poder seleccionar a los candidatos idóneos en diferentes ámbitos en donde podrán desarrollarse las destrezas, capacidades, conocimientos y actitudes por parte del postulante a fin de cumplir las tareas encomendadas en función con los objetivos de la compañía. (Gonzáles, 2011)

A continuación se presenta el recurso humano requerido con sus diversos perfiles:

4.1 Cantidad De Personal Y Perfiles De Los Puestos Clave

Se requiere el siguiente talento humano mínimo con el debido perfil a fin de poder efectuar las actividades necesarias para llevar a cabo la exportación del polvo de moringa.

a) **GERENTE GENERAL**

El gerente general como representante legal de la empresa debe realizar las siguientes funciones:

- Deberá velar por el respectivo cumplimiento de las obligaciones legales que mantenga la empresa.
- Es el responsable de ejecutar las disposiciones de la comisión directiva de la compañía.
- Disponer y ejecutar los mejores actos de administración.
- Velar y hacer cumplir el reglamento interno de la compañía, y estar alerta y al día con la contabilidad por medio de sus colaboradores.
- Ejecutar y dar opinión acerca de los planes de negocios que dispongan la directiva.
- Administrar el presupuesto de la mejor manera posible y responsable de las modificaciones cuando fuere necesario.
- Celebrar los respectivos contratos y alianzas que beneficien a la empresa.

Perfil Profesional:

Estudios superiores: Graduado en Ingeniería agrónomo, agropecuaria, administración de empresas y afines.

Preferente con maestría en administración de empresas y finanzas.

Estudios Adicionales: Finanzas, comercio exterior, contabilidad, utilitarios office, Marketing y ventas, Agronomía, Inglés Intermedio-avanzado.

Experiencia: Mínimo 3 años de experiencia en alguna de las áreas expuestas.

b) CONTADOR PÚBLICO AUTORIZADO**Funciones:**

- Las funciones del contador son las de planificar, organizar, procesar, codificar y contabilizar las cuentas contables de la empresa con respecto a los ingresos y egresos, así como también la contabilización de los activos y pasivos y de mantener actualizado los balances y sus soportes para un mejor control.
- Constatar que las facturas recibidas sean legales y con los respectivos datos fiscales con las normas requeridas.
- Cumplir con las normas internacionales financieras y demás principios de contabilidad.
- Elaboración de cheques sea para el personal o pago a proveedores.
- Llevar los libros diarios contables bien clasificados y foliados
- Cumplir con cualquier otra actividad estipulada por la Gerencia General.

Perfil Profesional

Estudios Superiores: Titulado en Contaduría Pública Autorizada.

Estudios Adicionales: Tributación, utilitarios de Windows, Excel Avanzado, Inglés intermedio, conocimientos básicos de importaciones.

Experiencia: Mínimo 1 – 2 años

c) ING. EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Funciones:

- Gestionar la logística de exportación
- Realización de Compras locales en coordinación con gerencia y bodega.
- Encontrar convenios y oportunidades comerciales en mercados internacionales.
- Fijar en conjunto con el contador el precio de venta de los productos.
- Determinar posibles riesgos que se produzcan ante la posible comercialización de los productos.
- Adecuar los productos de acuerdo al destino de exportación.
- Elaboración de la DAE y cualquier documento requerido de control
- Contacto con consolidadoras y reportar las novedades al Gerente general.

Perfil Profesional

Estudios Superiores: Titulado en Ing. en comercio exterior y/o negocios internacionales.

Estudios Adicionales: Reglamento COPCI, Utilitarios office, negociación internacional, inglés avanzado.

Experiencia: Mínimo 1 año como jefe de exportaciones.

d) Secretaria

Funciones

- Excelente ortografía y redacción.
- Brindar apoyo a los diferentes departamentos.
- Excelente relaciones interpersonales.

- Ejecutar diversas actividades planteadas por gerencia.

Perfil Profesional

Estudios Superiores: Carreras administrativas últimos semestres o egresada.

Estudios Adicionales: Manejo intermedio de utilitarios office, servicio al cliente, inglés básico.

Experiencia: mínima 3 – 6 meses como secretaria o asistente de dptos.

e) Jefe de Bodega

Funciones

- Controlar la gestión por medio de formatos de entrada y salida de bodega
- Controlar diariamente los inventarios en coordinación con sus asistentes
- Emitir y revisar los documentos de despacho y recibo de mercancías
- Coordinar el envío de documentos con el contador y el jefe de compras a fin de llevar un control
- Revisar las adecuaciones del espacio de bodega y su manipulación periódicamente.

Perfil Profesional

Estudios Superiores: Egresado o graduado Carreras administrativas y de logística

Estudios Adicionales: Manejo Intermedio de utilitarios office.

Experiencia: Mínimo 6 meses como jefe de bodega.

f) Bodeguero

Funciones

- Archivar y velar por medio de registros el ingreso y salida de la mercancía.
- Llevar registro kardex de la mercancía

- Mantener la limpieza de la bodega, libre de suciedad bichos y roedores.
- Cierre mensual del inventario, y aviso de novedades al dpto. comercio exterior.

Perfil Profesional

Estudios: Mínimo bachiller o con estudios en carreras administrativas, logística.

Estudios adicionales: Manejo intermedio de paquete de utilitarios.

Experiencia: Mínimo 1 año en el área de bodega- supervisor.

4.2 Organigrama

A continuación se presenta el siguiente organigrama funcional de la empresa con el personal requerido mínimo.

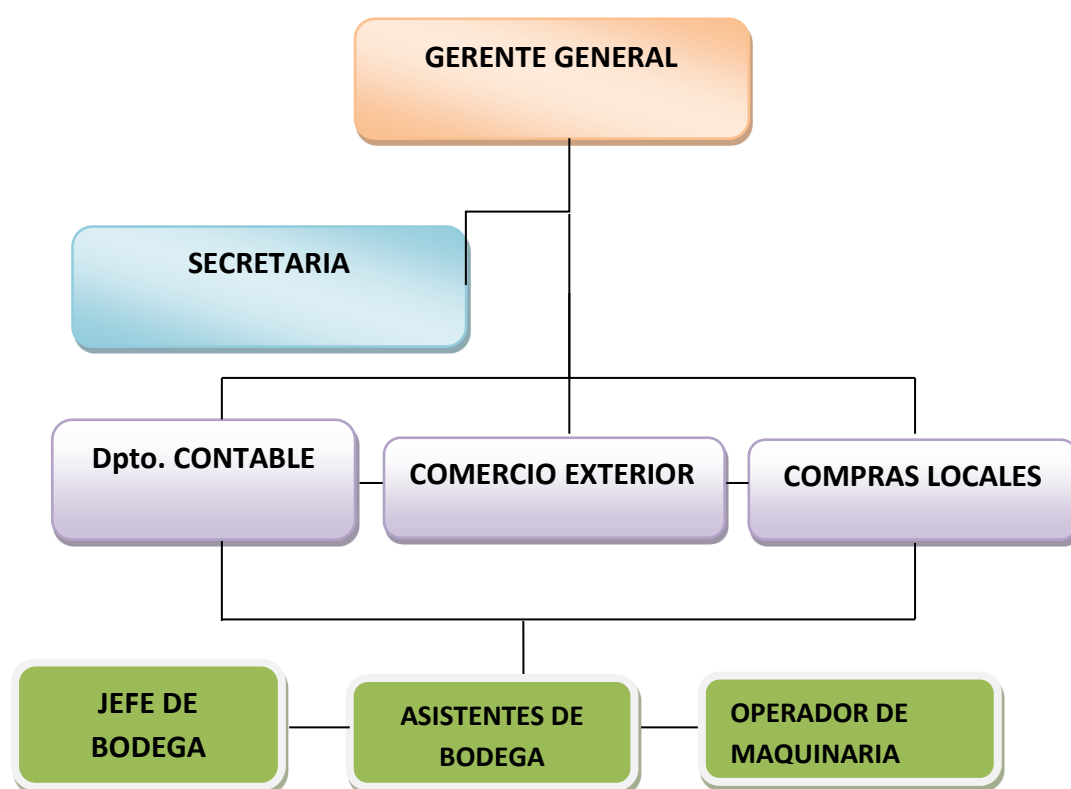


Figura 11 Organigrama Institucional
Elaborado por: Los Autores

Capítulo V: Plan De Producción Y Operación

5.1 Insumos Y Materiales A Adquirir

Para realizar la comercialización internacional del polvo de moringa se requieren los siguientes materiales y materias primas a fin de poder ofrecer un excelente producto al consumidor en óptimas condiciones.

Materiales:

- ❖ Cartones
- ❖ Fundas especiales plásticas para el polvo de moringa.
- ❖ Gorros
- ❖ Guantes
- ❖ Etiquetas
- ❖ Balanza
- ❖ Implementos de limpieza varios de bodega

Materia Prima:

- ❖ Polvo de moringa al granel.

5.2 Proveedores

Para la comercialización del polvo de moringa se requerirán de los siguientes proveedores, los cuales suministran los materiales necesarios tanto en cantidad como en calidad.

- ❖ **Hacienda “LA FINCA”**



Figura 12 Hacienda "La Finca"
Fuente: Hacienda La Finca

La hacienda “La Finca” ubicada en la provincia de Santa Elena, es el proveedor de la materia prima; el cual proporcionará el producto en polvo al granel en fundas de plástico transparente.

❖ **Balanzas Cas**



Figura 13 Balanzas Cas
Fuente: Google Imágenes

Balanzas Cas ubicado en el centro de Guayaquil es el proveedor de todo tipo de balanzas, el cual nos proporcionarán los equipos digitales para la verificación de la medición del pesado del producto final.

❖ **Plásticos del Litoral S.A – PLASTLIT**



Fuente: Google Imágenes

Plastlit S.A ubicado en el Km 11.5 vía a Daule es el productor de toda clase de plásticos, el cual provee las fundas resellables a precios asequibles, adecuadas para la conservación del polvo de moringa.

❖ **Cartonera GRUPASA**



Fuente: Google Imágenes

Grupasa S.A. Ubicado en el Km. 11.5 Vía a Daule, es productor de diferentes tipos de cartones, el cual labora con las mejores técnicas de elaboración y calidad; ofrece el tipo de cartón adecuado para el almacenamiento y exportación de productos alimenticios.

❖ W.A Etiquetas



Fuente: Google Imágenes

W.A etiquetas proveedor de toda clase de etiquetas, el cual ofrece el tipo requerido para la adhesión al empaque principal del polvo de moringa; cuenta con excelentes precios al por mayor.

5.3 Diseño Del Proceso Operativo

Para el proceso de operaciones en planta en el cual se contempla la logística de pedidos y despachos; el proceso inicia desde el pedido a nuestro proveedor del polvo de moringa al granel ubicado en Santa Elena hasta su internacionalización. El método de operaciones consiste en el siguiente esquema.

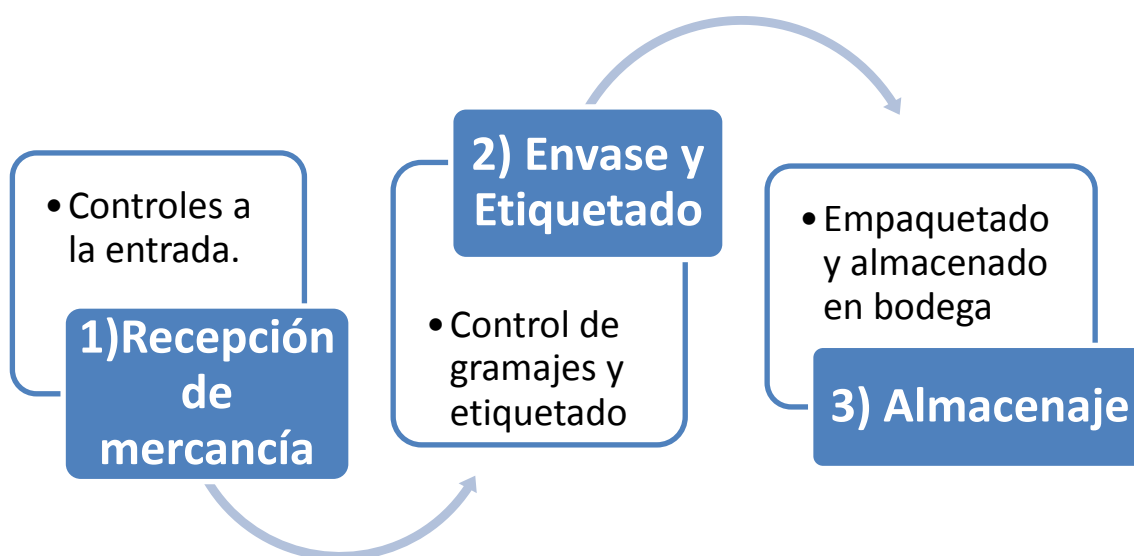


Figura 14 Proceso de Operaciones en Planta
Fuente y Elaboración: Los Autores

5.4 Maquinarias

Los equipos requeridos para la operatividad funcional de la empresa son los siguientes:

- **Envasadora y Selladora**



Fuente: Google Imágenes
*Envasadora y selladora automática

Balanza Digital



Fuente: Google Imágenes

*Balanza digital 50 lbs

5.5 Posibles Riesgos Y Problemas (Plan De Contingencia)

Riesgo Natural

Debido a sucesos o catástrofes naturales que puedan poner en riesgo tanto a la empresa como a las personas dedicadas a la plantación del polvo de moringa lo que podría ocasionar el quiebre de la empresa.

Riesgo Tecnológico

Posibles daños efectuados a los equipos tanto del área administrativa como el de la planta, así como también la creación de futuras tecnologías lo cual incurriría en costos adicionales imprevistos.

Riesgos de Costo

Posibles riesgos en cuanto al aumento de los costos de forma imprevista que pueda reducir el nivel de ventas o la calidad del producto final, para lo cual se tendrá que planear diferentes estrategias que implicarían un desgaste tanto en tiempos como del personal

Riesgos de Calendario

Pueden ocurrir ciertos retrasos en la entrega del polvo de moringa al granel por parte del proveedor; así como también en la entrega del producto final en el destino de exportación, lo cual incurriría en la demanda de diversos esfuerzos en cuanto a logística y ventas para evitar perder clientes y socios estratégicos.

Riesgos Externos

Posibles riesgos en cuanto a cambios a nivel nacional en el campo de la agricultura por problemas de plagas; y a nivel internacional por cambios en la regulación fiscal debido al aumento en impuestos y demás restricciones al comercio exterior sean arancelarios y no arancelarios.

Todos los riesgos planteados anteriormente podrían ocurrir y causar graves daños a la empresa; por lo cual deberá gestionarse una correcta planificación estratégica, analizando los puntos débiles y fuertes de la entidad, minimizando los riesgos al mínimo procurando mantener la prosperidad del negocio con ayuda de diversas herramientas y del recurso humano disponible.

Planes de Contingencia

En el caso que pudieran ocurrir problemas en la comercialización del polvo de moringa; la empresa entraría en una fase de diversificación de sus productos estableciendo nuevos socios estratégicos del área agrícola o por medio de la adquisición de nuevas maquinarias para elaborar de manera propia los productos a exportar.

Entre unas de las opciones de los productos a comercializar tenemos:

- Harina de quinua
- Harina de Amaranto
- Azúcar de coco

- Cocoa Orgánica
- Mangos en conserva
- Bebidas orgánicas multifuncionales

Capítulo VI: Plan Económico Y Financiero

6.1 Inversión A Requerir

Para llevar a cabo la operativa comercial del negocio es necesaria la inversión en recursos que servirán para el logro de objetivos tanto a corto, mediano y largo plazo; el monto requerido es de \$376,618 USD el cual se divide en activos corrientes y fijos, se cuenta con la aportación de los socios del 25% exigido por la CFN.

Tabla 3 Inversiones en Detalle

DESCRIPCIÓN	MONTO
Materia Prima	\$240,000.00
Materiales e implementos	\$5,040.00
Adecuaciones en planta	\$1,500.00
Gastos operativos	\$1,200.00
Gastos de Constitución	\$2,000.00
Gastos Adicionales	\$1,500.00
Capital Efectivo	\$15,000.00
Total Act. Corriente	\$266,240.00
Maquinarias	\$25,900.00
Equipo de Cómputo y útiles	\$4,750.00
Muebles y Enseres de oficina	\$1,928.00
Edificio-oficinas	\$78,000.00
Total Act.Fijos	\$110,578.00
TOTAL INVERSIÓN	\$376,818.00

Elaborado por: Los Autores

6.2 Financiación De La Inversión

La inversión necesaria es realizada por medio de las aportaciones de los socios y por medio de la obtención de un préstamo financiero de la CFN; previa entrega del proyecto en el formato requerido por la institución.

En la siguiente tabla se muestra el financiamiento del proyecto.

Tabla 4 Porcentajes de Aportación

Detalle	Porcent	Cantidad
Contribución de Accionistas	25%	\$94,204.50
Préstamo Financiero	75%	\$282,613.50
Inversión General	100%	\$376,818.00

Elaborado por: Los Autores

6.3 Amortización De La Deuda A Cubrir

La deuda contraída con la CFN para la destinación de inversión se obtuvo con una tasa de interés del 10% anual con dividendos trimestrales durante 5 años y 2 trimestres de gracia negociados.

A continuación se muestra la siguiente tabla:

Tabla 5 Amortización de la Deuda

MES	AMORTIZACIÓN	INTERES	PAGO TRIMESTRAL	SALDO FINAL
0	0.00	0.00	0.00	282,613.50
1	0.00	6,814.85	6,814.85	282,613.50
2	0.00	6,814.85	6,814.85	282,613.50
3	11,162.56	6,814.85	17,977.41	271,450.94
4	11,431.73	6,545.68	17,977.41	260,019.21
5	11,707.39	6,270.02	17,977.41	248,311.82
6	11,989.70	5,987.71	17,977.41	236,322.12
7	12,278.82	5,698.60	17,977.41	224,043.31
8	12,574.90	5,402.51	17,977.41	211,468.40
9	12,878.13	5,099.28	17,977.41	198,590.27
10	13,188.67	4,788.74	17,977.41	185,401.60
11	13,506.70	4,470.72	17,977.41	171,894.91
12	13,832.39	4,145.02	17,977.41	158,062.51
13	14,165.94	3,811.47	17,977.41	143,896.57
14	14,507.54	3,469.88	17,977.41	129,389.03
15	14,857.37	3,120.05	17,977.41	114,531.67
16	15,215.63	2,761.78	17,977.41	99,316.04
17	15,582.54	2,394.88	17,977.41	83,733.50
18	15,958.29	2,019.12	17,977.41	67,775.21
19	16,343.10	1,634.31	17,977.41	51,432.11
20	16,737.20	1,240.22	17,977.41	34,694.91
21	17,140.79	836.62	17,977.41	17,554.12
22	17,554.12	423.29	17,977.41	0.00
TOTAL	282,613.50	90,564.48	373,177.98	

Elaborado por: Los Autores

6.4 Inversión De Planta, Equipos E Insumos

En las siguientes tablas se muestran el detalle de la inversión perteneciente a cada rubro que se necesita para la operatividad de la empresa.

Maquinarias

Tabla 6 Inversión Maquinarias

Maquinarias			
Cant.	Máquinas	C. Unit.	C. Total
2	Envasadora y Selladora	12750	25500
2	Balanzas	200	400
TOTAL			25900

Elaborado por: Los Autores

Edificio

Se requiere la compra de un bien para oficinas de 4 o 5 ambientes con bodega para el almacenamiento del producto.

Tabla 7 Inversión Oficinas y Bodega

Edificio		
#	Detalle	Valor
1	Oficinas	78,000

Elaborado por: Los Autores

Muebles y Enseres de Oficina

En la siguiente tabla se muestran los muebles requeridos para el acondicionamiento del local con sus departamentos:

Tabla 8 Inversión Muebles y Enseres de Oficina

Muebles			
#	Detalle	V. Un.	Total
5	Escritorio	\$200.00	\$1,000.00
1	Escritorio jr	\$100.00	\$100.00
6	Asientos	\$23.00	\$138.00
3	Mueble archivo	\$130.00	\$390.00
1	Asientos visitas	\$300.00	\$300.00
	TOTAL	\$492.75	\$1,928.00

Elaborado por: Los Autores

Equipo de Cómputo y útiles

Para la correcta operatividad del plan de negocio se requieren los siguientes equipos de oficina mostrados en la siguiente tabla:

Tabla 9 Inversión Equipo de Computación

Equipo Computación			
#	Detalle	V. UN	Total
6	Ordenadores	\$450.00	\$2,700.00
5	Impresoras	\$300.00	\$1,500.00
6	Celulares	\$50.00	\$300.00
	Útiles		\$250.00
	V. total		\$4,750.00

Elaborado por: Los Autores

Materiales e Implementos

Al realizar la exportación del polvo de moringa; es indispensable obtener los insumos óptimos, la cual será objeto de uso en toda la planta. Los implementos a requerirse son los siguientes:

Tabla 10 Inversión Implementos y Materiales

Materiales			
#	Detalle	V. Un	V. total
80	Fundas x1000	25	2000
4000	Cartones	0.18	720
70000	Etiquetas	0.03	2100
100	Gorros	0.2	20
	desinfectantes/limpieza		200
TOTAL			5040

Elaborado por: Los Autores

Materias Primas

La materia prima utilizada es el polvo de moringa al granel, el cual nos la proporcionan desde las haciendas. La inversión mínima es la siguiente

Tabla 11 Materias Primas

Materia Prima			
Cant. Kgs	Descripción	C. Unit x kilo	C. Total
8000	Polvo de moringa	30	240000

Elaborado por: Los Autores

Inversión Activos Corrientes

Para poder crearse la empresa y garantizar su sostenibilidad es necesario de recursos monetarios para responder ante las eventualidades operacionales que pudieran ocurrir; en la siguiente tabla se muestran el detalle de rubros.

Tabla 12 Inversión Operacional

Activo corriente	
Descripción	Costo
Adecuaciones en planta	\$1,500.00
Gastos operativos	\$1,200.00
Gastos de Constitución	\$2,000.00
Gastos adicionales	\$1,500.00
Capital efectivo	\$15,000.00
TOTAL	\$21,200.00

Elaborado por: Los Autores

6.5 Costos Fijos Y Variables

Para establecer los niveles de ventas deseados es necesario obtener los costes aproximados de la exportación del producto; dichos costos sirven para establecer el precio de venta.

A continuación cuales se muestran los costos respectivos.

6.5.1 Costos Permanentes del Proyecto

A continuación se presentan los costos fijos del proyecto de forma mensual y anual

Tabla 13 Costo Permanente Mensual y Anual

COSTOS PERMANENTES		
Descripción	Mes	Año
Sueldos y Salarios	\$9,970.00	\$119,640.00
Serv. básicos	\$450.00	\$5,400.00
Promoción y Publicidades	\$80.00	\$960.00
Depreciación	\$687.53	\$8,250.30
Gastos de comercialización	\$300.00	\$3,600.00
TOTAL	\$11,487.53	\$137,850.30

Elaborado por: Los Autores

6.5.2 Costos Variables del Proyecto

Para poder comercializar 5600 unidades del polvo de moringa mensuales de 200 grms. Se requiere de lo siguiente.

Tabla 14 Costo Variable Mensual

Detalle	Cant./ grms	Costo x c/200Grms	Cant. Unid 200 grms	Costo Variable
Polvo Moringa	8000000.00	\$7.00	40000	\$280,000.00
Bolsas	64000	\$0.03	40000	\$1,000.00
Adhesivos	64000	\$0.03	40000	\$1,200.00
cartones	2560			\$448.00
TOTAL				\$282,648.00

Elaborado por: Los Autores

Tabla 15 Costos Adicionales de Exportación

Transporte Local	Costos Logísticos	Total	Unidades Producidas	C. Unitario
\$650.00	\$775.00	\$1,425.00	40000	\$0.04

Elaborado por: Los Autores

En la tabla 15 señala los rubros derivados de la exportación del producto vía marítima, se toma en consideración el flete local de origen, internacional, emisión de BL THC y manipuleo de la carga, dichos rubros serán de forma mensual.

6.5.3 Costo Unitario Variable

El costo unitario variable se halla tomando en cuenta la totalidad de costos de un periodo dividido para las unidades producidas dentro de ese periodo, por lo cual se ha determinado de forma mensual los siguientes rubros:

Tabla 16 Coste por Producto

Total C. Variable	Cantidad productos	Unidad Variable
\$284,073.00	40000	\$7.10

Elaborado por: Los Autores

El costo unitario variable del producto es de \$7.10 USD.

6.6 Ventas Anuales

La proyección de ventas para este proyecto se realizó en base al aumento de producción de la planta de moringa año a año generando un 5% en el incremento de las ventas y una inflación del 1% anual.

Las proyecciones estimadas se observan en las siguientes tablas:

Tabla 17 Ingresos por Ventas Año 1

Proyección De Ventas				
Producto	Cantidad Mensual	Precio Lista/Venta	Venta Mensual	1er año Ventas
Polvo de Moringa	40000	\$7.82	\$312,800.00	\$3,753,600.00

Elaborado por: Los Autores

Tabla 18 Ingresos Anuales por Ventas

Periodo	Cant. Anuales	Precio de lista de venta	Ventas Anuales
2018	480,000.00	\$7.82	\$3,753,600.00
2019	504,000.00	\$7.898	\$3,980,692.80
2020	529,200.00	\$7.977	\$4,221,524.71
2021	555,660.00	\$8.057	\$4,476,926.96
2022	583,443.00	\$8.138	\$4,747,781.04
2023	612,615.15	\$8.219	\$5,035,021.79

Elaborado por: Los Autores

6.7 Determinación Del Break-Even Point

El punto de equilibrio de este proyecto es realizado mediante una fórmula financiera el cual indica el punto exacto en donde las ventas son iguales a los costos; dicho de otra forma se refiere al punto en donde no se obtienen pérdidas ni ganancias.

La fórmula que se utiliza es la siguiente:

$$P.E = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio Venta} - \text{Costo Variable}}$$

$$P.E = \frac{11487.52}{7.82 - 7.10}$$

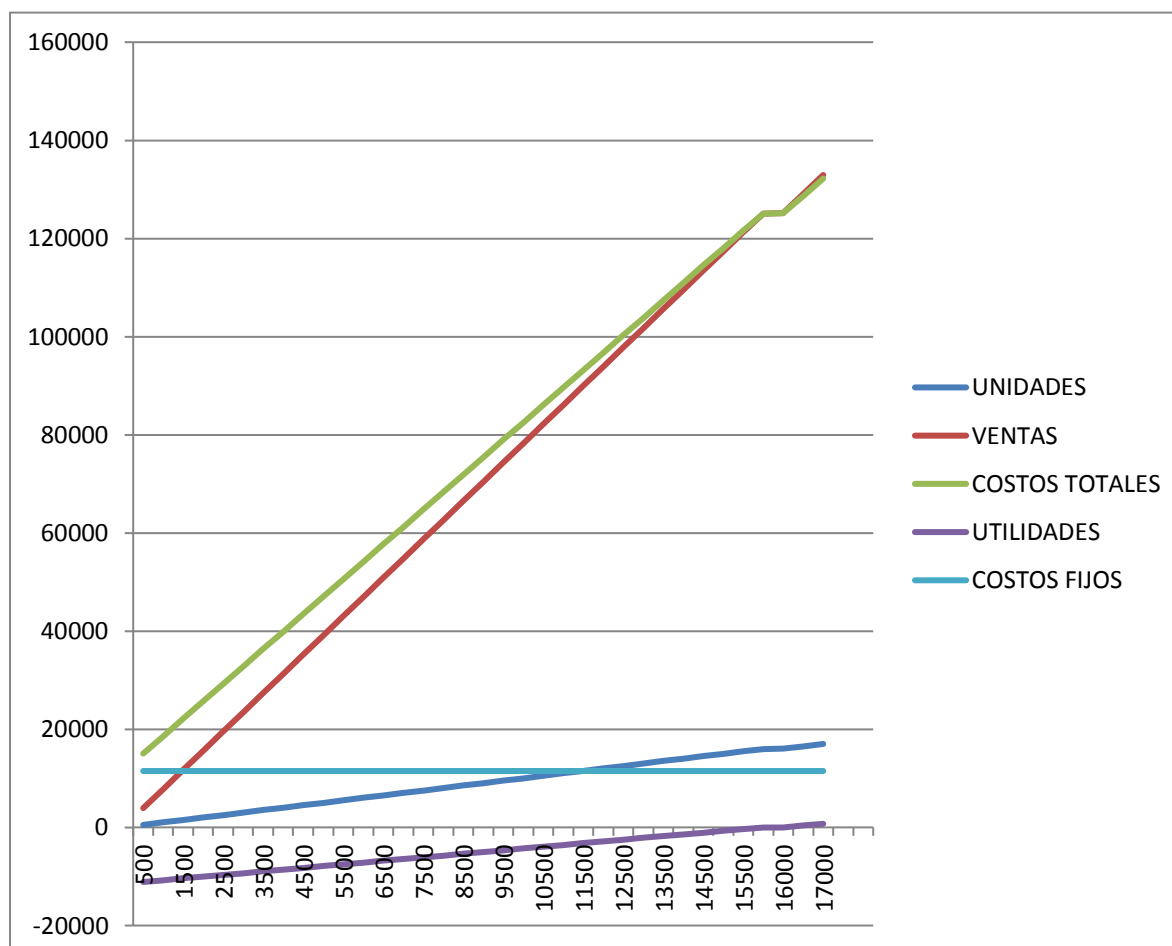
P.E= 15995 Unidades <=> \$125,084

Lo cual significa que se tienen que vender al menos 15,995 unidades equivalentes a \$125,084 para que la empresa no tenga ni pérdidas ni ganancias, es una meta que no se tiene ningún problema en conseguir ya que mensualmente se exportan alrededor de 40,000 unidades.

Tabla 19 Break-even Point

P.E. CANTIDAD	P.E. INGRESOS
15,995	\$125,084

Elaborado por: Los Autores

Tabla 20 Break-even Point

Elaborado por: Los Autores

6.8 Cash Flow - Estado De Proyección De Flujo De Efectivo

El flujo de caja sirve como un estado de situación financiera el cual refleja todas las entradas y salidas de efectivo dentro de un periodo, resulta de mucha importancia la lectura de este informe ya que muestra su nivel de solvencia para afrontar las deudas en el corto, mediano y largo plazo. (Kiziryan, 2016)

A continuación se presenta el flujo de caja del proyecto considerando el 1% de inflación y un aumento del 5% en ventas.

Tabla 21 Flujo Anual de Efectivo

FLUJO ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Dolares						
Ingresos Operacionales						
Recup. Ventas contado	\$2,627,520.00	\$2,786,484.96	\$2,955,067.30	\$3,133,848.87	\$3,323,446.73	\$3,524,515.26
Recup ventas credito	\$924,324.00	\$1,182,001.60	\$1,253,512.70	\$1,329,350.22	\$1,409,775.91	\$1,495,067.35
Total ingreso operacional	\$3,551,844.00	\$3,968,486.56	\$4,208,580.00	\$4,463,199.09	\$4,733,222.63	\$5,019,582.60
Egresos Operacionales						
Pago proveedores						
Al contado	\$2,386,213.20	\$2,530,579.10	\$2,683,679.13	\$2,846,041.72	\$3,018,227.25	\$3,200,829.99
A credito	\$937,440.90	\$1,079,377.97	\$1,144,680.34	\$1,213,933.50	\$1,287,376.48	\$1,365,262.76
Total pago proveedores	\$3,323,654.10	\$3,609,957.07	\$3,828,359.48	\$4,059,975.22	\$4,305,603.73	\$4,566,092.75
Sueldos y beneficios	\$119,640.00	\$124,425.60	\$129,402.62	\$134,578.73	\$139,961.88	\$145,560.35
Servicios Basicos	\$5,400.00	\$5,562.00	\$5,728.86	\$5,900.73	\$6,077.75	\$6,320.86
Creacion Pagina web	\$750.00	\$65.00	\$70.00	\$72.00	\$75.00	\$78.00
Sist. Informatico	\$2,150.00	\$83.00	\$87.00	\$91.00	\$96.00	\$100.00
Gastos de comercialización	\$2,400.00	\$2,496.00	\$2,595.84	\$2,699.67	\$2,807.66	\$2,919.97
Implementos y materiales	\$50.00	\$120.00	\$68.00	\$70.00	\$75.00	\$80.00
Publicidad	\$960.00	\$998.40	\$1,038.34	\$1,079.87	\$1,123.06	\$1,167.99
fletes	\$2,400.00	\$2,496.00	\$2,595.84	\$2,699.67	\$2,807.66	\$2,919.97
Gastos de operación e imprevistos	\$2,400.00	\$2,568.00	\$2,747.76	\$2,940.10	\$3,145.91	\$3,366.12
Mantenimiento y adecuaciones	\$150.00	\$250.00	\$300.00	\$300.00	\$400.00	\$600.00
Total gasto Operacional	\$136,300.00	\$139,064.00	\$144,634.26	\$150,431.77	\$156,569.92	\$163,113.26
Total egreso Operacional	\$3,459,954.10	\$3,749,021.07	\$3,972,993.74	\$4,210,407.00	\$4,462,173.65	\$4,729,206.01
TOTAL FLUJO OPERACIONAL	\$91,889.90	\$219,465.49	\$235,586.26	\$252,792.09	\$271,048.99	\$290,376.60
Ingreso no Operacional						
Prestamos recibidos	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Total ingreso no operacional	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Egreso no Operacional						
Pago prestamos recibidos (k)	\$22,594.29	\$48,550.81	\$53,405.89	\$58,746.48	\$64,621.13	\$34,694.91
Pago prestamos recibidos (i)	\$26,990.25	\$23,358.85	\$18,503.76	\$13,163.18	\$7,288.53	\$1,259.92
Pago de impto a la renta	\$32,385.31	\$36,447.54	\$40,449.79	\$44,750.56	\$49,352.87	\$54,189.62
Total egresos NO Operacionales	\$81,969.84	\$108,357.20	\$112,359.45	\$116,660.22	\$121,262.52	\$90,144.44
FLUJO NO OPERACIONAL	-\$81,969.84	-\$108,357.20	-\$112,359.45	-\$116,660.22	-\$121,262.52	-\$90,144.44
FLUJO NETO GENERADO	\$9,920.06	\$111,108.29	\$123,226.82	\$136,131.87	\$149,786.47	\$200,232.15
Saldo Inicial de Caja	\$15,000.00	\$24,920.06	\$136,028.35	\$259,255.17	\$395,387.04	\$545,173.51
Saldo Final de Caja	\$24,920.06	\$136,028.35	\$259,255.17	\$395,387.04	\$545,173.51	\$745,405.66

Elaborado por: Los Autores

6.9 Estado De Pérdidas Y Ganancias

Llamado también estado de resultados es uno de los estados con mayor relevancia de información contable y financiera de una empresa; el mismo muestra cuanto ganó y perdió en un periodo determinado. El resultado final demuestra si las estrategias internas de la entidad han dado los beneficios esperados o no. (Navarro, 2016)

El estado de resultados se muestra a continuación con datos muy favorables obteniendo al primer año una utilidad neta de \$109,079 aumentando dicha cifra en un 40% para el sexto periodo.

Tabla 22 Estado de Pérdidas y Ganancias

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
VENTAS	\$3,753,600.00	\$3,980,692.80	\$4,221,524.71	\$4,476,926.96	\$4,747,781.04	\$5,035,021.79
COSTO DE VENTAS	\$3,408,876.00	\$3,615,113.00	\$3,833,827.33	\$4,065,773.89	\$4,311,753.21	\$4,572,614.28
UTILIDAD BRUTA	\$344,724.00	\$365,579.80	\$387,697.38	\$411,153.07	\$436,027.83	\$462,407.52
(-) GASTOS OPERACIONALES						
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$127,190.00	\$130,070.60	\$135,218.48	\$140,570.45	\$146,135.63	\$151,981.21
Sueldos y salarios	\$119,640.00	\$124,425.60	\$129,402.62	\$134,578.73	\$139,961.88	\$145,560.35
Servicios Básicos	\$5,400.00	\$5,562.00	\$5,728.86	\$5,900.73	\$6,077.75	\$6,320.86
Sistema Informático	\$2,150.00	\$83.00	\$87.00	\$91.00	\$96.00	\$100.00
GASTOS DE VENTAS	\$6,510.00	\$6,055.40	\$6,300.02	\$6,551.22	\$6,813.39	\$7,085.92
Sitio Web	\$750.00	\$65.00	\$70.00	\$72.00	\$75.00	\$78.00
Gastos de comercialización	\$2,400.00	\$2,496.00	\$2,595.84	\$2,699.67	\$2,807.66	\$2,919.97
Publicidad	\$960.00	\$998.40	\$1,038.34	\$1,079.87	\$1,123.06	\$1,167.99
Fletes	\$2,400.00	\$2,496.00	\$2,595.84	\$2,699.67	\$2,807.66	\$2,919.97
OTROS GASTOS	\$10,850.30	\$11,188.30	\$11,366.06	\$11,560.40	\$11,871.21	\$12,296.42
Implementos y materiales	\$50.00	\$120.00	\$68.00	\$70.00	\$75.00	\$80.00
Imprevistos	\$2,400.00	\$2,568.00	\$2,747.76	\$2,940.10	\$3,145.91	\$3,366.12
Depreciación	\$8,250.30	\$8,250.30	\$8,250.30	\$8,250.30	\$8,250.30	\$8,250.30
Mantenimiento y adecuaciones	\$150.00	\$250.00	\$300.00	\$300.00	\$400.00	\$600.00
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	\$144,550.30	\$147,314.30	\$152,884.56	\$158,682.07	\$164,820.22	\$171,363.56
UTILIDAD OPERACIONAL	\$200,173.70	\$218,265.50	\$234,812.82	\$252,471.00	\$271,207.61	\$291,043.96
(-)GASTOS FINANCIEROS						
Intereses	\$26,990.25	\$23,358.85	\$18,503.76	\$13,163.18	\$7,288.53	\$1,259.92
TOTAL GASTO FINANCIERO	\$26,990.25	\$23,358.85	\$18,503.76	\$13,163.18	\$7,288.53	\$1,259.92
UTILIDAD BRUTA	\$173,183.45	\$194,906.66	\$216,309.06	\$239,307.82	\$263,919.08	\$289,784.04
15% part. Trabajadores	\$25,977.52	\$29,236.00	\$32,446.36	\$35,896.17	\$39,587.86	\$43,467.61
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$147,205.94	\$165,670.66	\$183,862.70	\$203,411.65	\$224,331.22	\$246,316.44
IMPUESTO A LA RENTA 22%	\$32,385.31	\$36,447.54	\$40,449.79	\$44,750.56	\$49,352.87	\$54,189.62
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO	\$114,820.63	\$129,223.11	\$143,412.90	\$158,661.09	\$174,978.35	\$192,126.82
5% Reserva Legal	\$5,741.03	\$6,461.16	\$7,170.65	\$7,933.05	\$8,748.92	\$9,606.34
UTILIDAD NETA	\$109,079.60	\$122,761.96	\$136,242.26	\$150,728.03	\$166,229.43	\$182,520.48

Elaborado por: Los Autores

6.10 Balance General Final

También conocido como balance general o estado de activos y pasivos de mucha importancia al igual que el estado de resultados; considera los activos, pasivos y patrimonio mostrando la situación financiera en un periodo dado.

En el estado de situación de situación financiera del presente proyecto se puede observar la extinción de la deuda al año 5 adquirida por las inversiones realizadas, un patrimonio al sexto periodo aproximadamente de \$806,481 lo cual determina la solvencia del negocio.

Tabla 23 Balance General Final

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
ACTIVOS						
Activos Corrientes	24,920.06	136,028.35	259,255.17	395,387.04	545,173.51	745,405.66
Caja-Bancos	\$9,920.06	\$121,028.35	\$244,255.17	\$380,387.04	\$530,173.51	\$730,405.66
Inventario	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00
Activos Fijos Netos	\$102,327.70	\$94,077.40	\$85,827.10	\$77,576.80	\$69,326.50	\$61,076.20
Activos Fijos	\$110,578.00	\$110,578.00	\$110,578.00	\$110,578.00	\$110,578.00	\$110,578.00
Dep. Acumulada	-\$8,250.30	-\$16,500.60	-\$24,750.90	-\$33,001.20	-\$41,251.50	-\$49,501.80
TOTAL ACTIVOS	\$127,247.76	\$230,105.75	\$345,082.27	\$472,963.84	\$614,500.01	\$806,481.86
PASIVOS	\$236,322.12	\$185,401.60	\$129,389.03	\$67,775.21	\$0.00	\$0.00
PATRIMONIO	-\$109,074.36	\$44,704.15	\$215,693.23	\$405,188.63	\$614,500.01	\$806,481.86
PASIVO + PATRIMONIO	\$127,247.76	\$230,105.75	\$345,082.27	\$472,963.84	\$614,500.01	\$806,481.86

Elaborado por: Los Autores

6.11 Indicadores Financieros – Rendimiento A Accionistas

6.11.1 Valor Actual Neto (Van)

El van es un indicador financiero el cual valora las inversiones de un proyecto, resulta de la diferencia del valor actual de los cobros y de los pagos realizados por la inversión determinando el nivel de rentabilidad si en VAN es mayor o igual que 0. (Rodríguez, 2014)

EL VAN del actual proyecto da un resultado positivo determinando su rentabilidad

Tabla 24 VAN

VAN	\$982,365.55
------------	---------------------

Elaborado por: Los Autores

6.11.2 Tasa Interna De Retorno (Tir)

La TIR mide la rentabilidad de los pagos y cobros futuros al valor presente; valora las inversiones, cuanto mayor es el TIR mayor es la conveniencia de inversión. Dicho de otro modo es la tasa de descuento en el que el VAN es igual a 0 (Campo, 2015)

La TIR del proyecto de inversión da un buen resultado siendo el mismo muy rentable.

Tabla 25 TIR

TIR	49%
------------	------------

Elaborado por: Los Autores

6.11.3 Recuperación Del Efectivo

El análisis de la recuperación del efectivo permite identificar el periodo aproximado en el que se puede recuperar lo invertido.

Tabla 26 Recuperación De La Inversión A Futuro

Inversión Inicial		\$376,818.00
Año 1	\$24,920.06	-\$351,897.94
Año 2	\$136,028.35	-\$215,869.59
Año 3	\$259,255.17	\$43,385.58
Año 4	\$395,387.04	\$438,772.62
Año 5	\$545,173.51	\$983,946.12
Año 6	\$745,405.66	\$1,729,351.78

Elaborado por: Los Autores

Se puede observar que en este proyecto dicho monto se recupera en el tercer periodo.

6.11.4 Determinación Del Índice Costo-Utilidad

Al realizar un proyecto de inversión es necesario aplicar los diferentes métodos que permitan evaluar de forma financiera el mismo; el análisis costo-beneficio permite conocer si es factible invertir en diferentes recursos si la utilidad generada a un determinado periodo es mayor.

Tabla 27 Índice Costo Utilidad

Rendimiento Anual final	\$ 182,520.48
Costo anual total	\$ 4,572,614.28
ICU	\$0.04

Elaborado por: Los Autores

Lo que determina que la rentabilidad del negocio es factible.

Conclusiones

- El presente trabajo de exportación de polvo de moringa contribuye con la tendencia actual del gobierno en curso el cual impulsa el desarrollo de la transformación de la matriz productiva y de la generación del buen vivir en el cual se benefician a aquellos agricultores por medio de un trabajo digno y bien remunerado.
- Sirve como aporte a la creación de nuevos productos terminados lo cual el país requiere para industrializarse y generar un mayor ingreso de divisas por medio de las exportaciones mejorando la economía, a su vez de llegar esta clase de productos de calidad a los mercados internacionales para que el Ecuador sea reconocido por lo que produce y se incremente el número de clientes así como la frecuencia de exportaciones para poder estar en constante avance en las vías de desarrollo.
- El proyecto es desarrollado en base a un recurso agrícola natural que aportan muchos beneficios a la salud, la moringa es una planta que cuenta con los macro- nutrientes necesarios que todas las personas necesitan, razón por la cual resulta beneficioso la creación de este trabajo que involucra muchas áreas y ciencias; engloba todas las actividades de carácter administrativo, logístico, comercio exterior lo que determina su completo desarrollo de forma profesional.
- Este plan de negocio con proyección internacional demuestra que puede ser muy bien recibido por la mayoría de países ya que todos necesitan las mejores formas de alimentación; se prueba mediante el análisis financiero su alta rentabilidad sea su comercialización interna y/o externa aplicando diversas estrategias de comercialización y marketing para que garantice la aceptación en el mercado.

- Realizando un plan bien estructurado para la comercialización nacional e internacional podemos determinar si el proyecto es viable y factible

Recomendaciones

- Resulta necesario que el gobierno actual y entrantes desarrollen propuestas para impulsar la comercialización de nuevos productos terminados en cuanto a recursos agrícolas se refiere, ya que el petróleo no será una fuente de ingresos eterna, se requiere el vínculo del estado con las universidades para cultivar emprendimientos y crear medios para facilitar la obtención de recursos y equipos que permitan llevar a cabo los diferentes planes de negocio para que de esta manera el país sea reconocido internacionalmente y aumentar la calidad de vida a nivel nacional.
- Es conveniente hacer el estudio previo de la cadena de negocio a la pretensión de comercializar, más aún la intención de exportar, ya que ocurren ciertos riesgos que implicarían pérdidas al emprendedor incluso multas, infracciones y delitos que por falta de información muchos exportadores han pagado pena de cárcel por motivo del narcotráfico sea estos culpables o no.
- Se recomienda a los lectores despertar el sentido emprendedor que llevan dentro, que desarrollen su creatividad y estar en constante aprendizaje y búsqueda de diferentes oportunidades que permitan independizarse, a estar atentos a las propuestas y ayuda por parte del gobierno ya que de esta forma podrán crear un desarrollo personal, social y económico.
- Se recomienda a los lectores a expandir sus horizontes y buscar nichos de mercado internacional y poder agrandar sus negocios, y con ello aportar a la economía del país, aplicando varias estrategias de comercialización.
- Mediante la elaboración correcta de un plan de negocios podemos determinar que es viable y factible implementar un proyecto.

Referencias

Campo, J. I. (20 de 04 de 2015). *Expansión*. Obtenido de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/valor-actualizado-neto-van.html>

Chile, A. d. (05 de 02 de 2016). *Aduanas Chile*. Obtenido de https://www.aduana.cl/importaciones-de-productos/aduana/2007-02-28/161116.html#vtxt_cuerpo_T0

ChileAtiende. (06 de Agosto de 2015). *ChileAtiende Pymes*. Obtenido de <https://www.chileatiende.gob.cl/fichas/ver/181>

Ecuador, A. d. (01 de 10 de 2012). *Aduana del Ecuador*. Obtenido de https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2013/ARANCEL_FINAL_1_DE_ENERO_R93.pdf

González, F. (20 de 08 de 2011). Obtenido de http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/43176559/recursos_humanos.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1493687845&Signature=7nTsqbpk5VLASh0LRJR7n9nYrPE%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3Drecursos_humanos.pdf

Huimber, L. R. (12 de 04 de 2012). *Procomer*. Obtenido de <http://www.procomer.com/downloads/quiero/INCOTERM-2010-IC.pdf>

INEC. (NOVIEMBRE de 2014). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-estratificacion-del-nivel-socioeconomico/>

Kiziryan, M. (10 de 08 de 2016). *Economipedia*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>

Navarro, J. D. (23 de 11 de 2016). *ABCfinanzas*. Obtenido de <http://www.abcfianzas.com/administracion-financiera/estados-financieros/estado-de-resultados>

PROECUADOR. (Septiembre de 2013). *PROECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/11/GuiaExportador.pdf>

PROECUADOR. (05 de 09 de 2015). Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/PROEC_PPM2013_CACAOYDERIVADOS_CHILE_II1.pdf

Puertos, A. (12 de 11 de 2013). *ABC Puertos*. Obtenido de <http://www.abcpuertos.cl/index.php>

COPCI. Obtenido de: http://www.aduana.gob.ec/pro/reglamento_copci.action

QUITO, O. E. (SEPTIEMBRE de 2015). *ICEX*. Obtenido de <http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2015497531.html?idPais=EC>

Rodríguez, P. (2014). *Matemáticas Financieras*. México D.F: Grupo Patria.

Ruiz, R. B. (5 de 10 de 2012). *Scielo Medisan*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1029-30192012001000014

Santander. (15 de 11 de 2015). *Trade Portal Santander*. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/chile/tramites-aduaneros-importacion>

ACUERDO ECONOMICO. Obtenido de

<http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2014/GuiaExportador.pdf>

SENAE. (01 de 04 de 2017). *Aduana del Ecuador*. Obtenido de https://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action

APÉNDICE

Apéndice 1

Análisis De La Composición Nutricional Del Polvo De Moringa

Tabla 28 Información Nutricional Moringa

ANALISIS NUTRICIONAL	VAINAS	HOJAS FRESCAS	POLVO DE HOJAS
Humedad (%)	86.9	75	7.5
Calorías	26	92	205
Proteínas (g)	2.5	16.7	27.1
Grasa (g)	0.1	1.7	2.3
Carbohidratos (g)	3.7	13.4	38.2
Fibra (g)	4.8	0.9	19.2
Minerales (g)	2	2.3	-
Calcio (mg)	30	440	2,003.00
Magnesio (mg)	24	24	368
Fósforo (mg)	110	70	204
Potasio (mg)	259	259	1,324.00
Cobre (mg)	3.1	1.1	0.6
Hierro (mg)	5.3	0.7	28.2
Acido Oxálico (mg)	10	101	1.60%
Sulfuro (mg)	137	137	870

Elaborado por: Los Autores

Tabla 29 Información Vitaminas de Moringa

CONTENIDO DE VITAMINAS	VAINAS	HOJAS FRESCAS	POLVO DE HOJAS
Vitamina A - B caroteno (mg)	0.1	6.8	16.3
Vitamina B - cholina (mg)	423	423	-
Vitamina B1 (mg)	0.05	0.21	2.6
Vitamina B2 (mg)	0.07	0.05	20.5
Vitamina B3 - ácido nicotínico (mg)	0.2	0.8	8.2
Vitamina C - ácido ascórbico (mg)	120	220	17.3
Vitamina E - (mg)	-	-	113

Elaborado por: Los Autores

Tabla 30 Comparativa Moringa -Otros alimentos

Nutriente	Moringa Oleífera	Otros alimentos
Vitamina A (mg)	1,130	Zanahorias: 315
Vitamina C (mg)	220	Naranjas: 30
Calcio (mg)	440	Leche de vaca: 120
Potasio(mg)	259	Plátanos: 88
Proteínas(mg)	9,700	Yogurt: 1,200

Elaborado por: Los Autores

Apéndice 2

PRINCIPALES EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE MORINGA EN ECUADOR

Tabla 31 PRINCIPALES COMPETIDORES DE MORINGA EN ECUADOR

EMPRESAS
PARUSIA Laboratorio Naturista
Ecoaldea Bocas de la Madre
Ecuamoringa
B.M Industria Naturista
Natural Farms

Elaborado por: Los Autores

Apéndice 3

Plan De Diversificación Del Negocio

Con la infraestructura obtenida para la comercialización de productos de origen natural, a futuro se puede llegar a diversificar la oferta exportable por medio de nuevas alianzas estratégicas con productores de otros insumos de origen agrícola o a su vez obtener maquinarias para realizar elaborados o semi-elaborados, convirtiendo a la empresa además de exportadora también productora.

Los productos que se comercializarían en otros periodos son los siguientes:

- Hojas de Moringa
- Tallos de Moringa
- Harina de Quinoa
- Harina de Amaranto
- Harina de Coco
- Azúcar de Coco
- Cocoa Orgánica
- Mangos en conserva
- Bebidas orgánicas multifuncionales