

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

**Plan de negocio de la exportadora de cacao “CACAO
ECUATORIANO CALIEXPORT” para la vinculación de jóvenes en el
cantón El Triunfo”.**

PROYECTO INTEGRADOR

Previo a la obtención del Título de:

INGENIERÍA COMERCIAL Y EMPRESARIAL

Presentado por:

LOOR PINARGOTE STEFANIA CAROLINA

SALTOS CRESPO LILIANA ELIZABETH

Guayaquil-Ecuador

2017

RESUMEN

El presente proyecto nace de un problema social existente en el Cantón El Triunfo, en el que hay una alta cantidad de jóvenes desempleados, se encuentran inmersos en diferentes vicios, motivo por el cual se ha diseñado un plan de negocio que consiste en la creación de una exportadora de cacao ecuatoriano "CALIEXPORT", este fruto se lo cultiva bastante en los sectores aledaños de este cantón.

Caliexport destinara su exportación al mercado de la ciudad de México, ya que, según el estudio demográfico realizado en esta ciudad, cuenta con el mayor número de habitantes. Además, su economía es muy activa y el cacao es un producto muy apetecido para la elaboración de diferentes productos terminados. Por este motivo se ha contactado a la Empresa Internacional ECOM, que será quien reciba el cacao para la elaboración de chocolates y otros productos que son elaborados a base del cacao ecuatoriano.

Por otra parte, se realizó el análisis financiero con una proyección de 5 años, el cual arrojó saldos positivos con una TIR mayor a la Tasa de descuento que refleja que el proyecto es rentable.

Por último, se presenta las debidas conclusiones y recomendaciones para el proyecto.

ABSTRACT

The present Project takes origin from a social problem that occurs in “El Triunfo”, where there is a high amount of unemployed teens who are immersed in many bad habits. This is the main reason why we designed a business plan about the creation of a ecuadorian’s cocoa exporter called “CALIEXPORT”. This fruit is grown massively in the near fields of this population.

Caliexport will send its exportation to Mexico City, being that, according to demographic researches in that city, this location has the biggest amount of habitants, also, its economy is very active and the cocoa is a very wanted product for the production of many final products. For that reason, a contact was made to the international enterprise ECOM, who will be the cocoa’s receptor to chocolate elaboration and other products in Mexico.

In other way, there was made a financial analysis with a 5 years projection, the same that showed positive results with a TIR higher than the discount’s rate that shows that this project is rentabl

DEDICATORIA

Se lo dedico a Dios por su infinito amor y haberme dado salud, para haber llegado a cumplir mis objetivos.

A mis Amados padres María Crespo y Genaro Saltos por ser mis pilares fundamentales en mi vida, por su apoyo incondicional en cada momento, por sus sabios consejos y ejemplos de superación, mi hermana Carolina Saltos por siempre brindarme su ayuda, a mis hermanos por su apoyo moral.

A Kevin Hurtado por su paciencia, y por haber estado conmigo en todo momento apoyándome y recordándome que con esfuerzo todo se logra.

A mi mejor amiga Carolina Loor por ser mi mano derecha en todo este tiempo, y por todos los bellos momentos compartidos, a todos mis amigos que formaron parte de mi etapa universitaria especialmente Luis Giler, Bryan Alarcón, José Falcones, Carmen Asqui, Marlyn Vargas y Brigitte Muguera por apoyarnos mutuamente en nuestra vida profesional y haber compartido experiencias inolvidables los quiero.

Liliana Saltos Crespo

Dedico este logro a Dios, por permitirme alcanzar esta meta.

A mis padres, Janine y René, especialmente a mi madre por ser el motor fundamental de mi vida, por siempre confiar en mí y por enseñarme que con esfuerzo todo se puede lograr, a mis hermanos, Cristina y Cristhian por apoyarme y acompañarme a lo largo de la carrera. A mi tía, Patricia Cedeño por estar en cada momento de mi vida.

A Liliana Saltos mi mejor amiga y compañera de tesis, por estar siempre a mi lado, sin ella mi vida universitaria no hubiera sido la misma, a mis amigos, Luis Giler, Bryan Alarcón, José Falcones, Carmen Asqui, Marlyn Vargas y Brigitte Muguera por todos los momentos y experiencias compartidas.

Carolina Loor Pinargote

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la vida, y haberme ayudado a finalizar mi etapa universitaria, a mis padres y hermanos por ayudarme a cumplir este objetivo.

A la Escuela Superior Politécnica del Litoral por haberme formado como una profesional, A mi tutor académico Msc. Omar Zurita por su paciencia y ser nuestra guía en nuestro proyecto.

A mi compañera de tesis y mejor amiga por apoyarnos mutuamente en este proyecto.

A mis amigos (Don Fricson, Don Jorgito, Don Julito, David) por brindarnos su ayuda desinteresada en toda esta etapa universitaria.

A mis familiares y amigos que siempre estuvieron apoyándome en cada momento, y recordándome que cuando uno se propone algo lo logra.

Liliana Saltos Crespo

Agradezco a Dios por brindarme salud, sabiduría y amor a lo largo de mi vida y por permitirme culminar esta etapa universitaria con éxito de la mano de mi mejor amiga, a mis padres, hermanos y familia por siempre estar conmigo y apoyarme en todo momento.

A la Escuela Superior Politécnica del Litoral por los conocimientos inculcados y experiencias vividas con mis amigos. Al Msc. Omar Zurita, tutor académico, por guiarnos en el proceso del proyecto integrador.

A mis amigos (Don Fricson, Don Jorgito, Don Julito, David y Carolina) por ofrecerme su ayuda desinteresada en toda esta etapa de mi vida.

Carolina Loor Pinargote

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad y la autoría del contenido de este Trabajo de Titulación nos corresponden exclusivamente; y damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual.

Liliana Saltos Crespo

Carolina Loor Pinargote

CONTENIDO

RESUMEN	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARACIÓN EXPRESA	iv
CONTENIDO	v
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN	ix
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Objetivos del Proyecto	8
1.2.1 Objetivo General	8
1.2.2 Objetivos Específicos	8
1.3 Justificación	8
1.4 Alcance y delimitación del proyecto	9
2. ANALISIS SITUACIONAL (MICRO Y MACRO ENTORNO)	10
2.1 Análisis de la situación	10
2.1.1 Análisis del macro entorno	10
2.1.2 Análisis del micro entorno	15
2.2 Cadena de valor	17
2.2.1 La empresa	17
2.3 Matriz FODA	19
2.4 Matriz AIDA	20
3. METODOLOGÍA Y ANALISIS	21
3.1 Preguntas de Investigación	21
3.2 Metodología de la Investigación	22

3.2.1	Enfoque de la investigación	22
3.2.2	Tipo de investigación	22
3.2.3	Población y muestra	23
3.2.4	Procedimiento para la recolección de datos	23
3.3	Exportaciones Ecuatorianas de Cacao	24
3.3.1	Evolución de las Exportaciones Ecuatorianas de Cacao.....	25
3.3.2	Volumen y Países de destino del cacao ecuatoriano.....	26
3.3.3	Relaciones comerciales entre Ecuador y México.....	27
3.3.4	Principales exportadores de Cacao en Ecuador	30
3.4	Análisis de datos	31
4.	ESTRATEGIA DE MARKETING.....	35
4.1	Segmentación del Mercado.....	38
4.2	Diferenciación y Posicionamiento.	41
4.4	Estrategia de fijación de precio.	43
4.5	Estrategias de logística.....	44
4.5.1	Empaque comercial.....	44
4.5.2	Rotulo.....	45
4.5.3	Condiciones de almacenamiento.....	45
4.5.4	Embalaje para el transporte.....	46
4.5.5	Tipo de arancel.....	47
4.5.6	Requisitos para la exportación de cacao en grano	48
4.6	Estrategias promocionales.....	51
	Guadalajara (México)	52
4.7	Estrategias de marketing online	54
5.	ANÁLISIS FINANCIERO.....	55
5.1	Inversión	55

5.1.1	Capital de trabajo	56
5.1.2	Inversión	58
5.2	Proyección de ingresos	59
5.3	Proyección de costos y gastos.....	59
5.4	Financiamiento.....	63
5.5	Estado de resultados.....	65
5.6	Estado de Situación Inicial	66
5.7	Flujo de caja proyectado	67
5.8	Periodo de recuperación de la inversión	68
5.9	CAPM	68
5.10	VAN Y TIR.....	69
6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	70
6.1	Conclusiones	70
6.2	Recomendaciones	71
	BIBLIOGRAFÍA	72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: ESTRATOS SOCIOECONOMICO	11
Tabla 2: CAPÍTULO 18 "CACAO Y SUS DERIVADOS"	24
Tabla 3: PAÍSES PRINCIPALES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE CACAO Y SUS ELABORADOS	26
Tabla 4: PRODUCTOS ECUATORIANOS CON POTENCIAL PARA EXPORTAR A MÉXICO.....	29
Tabla 5: SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE CONSUMO	39
Tabla 6: REQUISITOS DE LAS CALIDADES DEL CACAO A EXPORTAR.....	50
Tabla 7: INVERSIÓN FIJA.....	55
Tabla 8: ACTIVOS FIJOS	55
Tabla 9: COSTOS DIRECTOS	56
Tabla 10: GASTOS GENERALES Y ADMINISTRATIVOS.....	57
Tabla 11: SUELDOS Y SALARIOS	57
Tabla 12: GASTOS DE VENTA.....	58
Tabla 13: CAPITAL DE TRABAJO ANUAL	58
Tabla 14: INVERSIÓN INICIAL.....	58
Tabla 15: INGRESOS PROYECTADOS.....	59
Tabla 16: PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS MENSUALES DEL PRIMER AÑO	60
Tabla 17: PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS ANUALES	62
Tabla 18: ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO	63
Tabla 19: DATOS DE CRÉDITO	63
Tabla 20: AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA.....	63
Tabla 21: ESTADO DE RESULTADOS	65
Tabla 22: ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.....	66
Tabla 23: FLUJO DE CAJA PROYECTADO	67

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1:PIRAMIDE POBLACIÓN	3
Ilustración 3: MAPA DE EMPATÍA AL CLIENTE.....	6
Ilustración 4: MAPA DE EMPATÍA DEL GAD	7
Ilustración 5: PRODUCTO INTERNO BRUTO PIB.....	14
Ilustración 6: FUERZAS DE PORTER.....	15
Ilustración 7: MATRIZ FODA	19
Ilustración 8: MODELO AIDA	20
Ilustración 9: EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES NO PETROLERAS POR SECTOR	25
Ilustración 10: DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE CACAO Y SUS ELABORADOS.....	27
Ilustración 11: EVOLUCIÓN DE LA EXPORTACIONES ECUATORIANAS A MÉXICO.....	28
Ilustración 12: BALANZA COMERCIAL ENTRE ECUADOR Y MÉXICO	30
Ilustración 13: EXPORTACIÓN DEL CACAO EN GRANO	36
Ilustración 14: EXPORTACIONES DE ECUADOR AL MUNDO DE CACAO	36
Ilustración 15: EXPORTACIONES DE CACAO DE ECUADOR A MÉXICO.....	37
Ilustración 16: POBLACIÓN – DISTRIBUCION POR EDADES DEL DF.....	40
Ilustración 17: DIRECCIÓN DE LA EMPRESA COMPRADORA DE CACAO	40
Ilustración 18: COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS DEL CACAO EN DIFERENTES MODELOS 2012 – 2015.....	43
Ilustración 19: CACAO EN SACOS DE YUTE	44
Ilustración 20: CONTENEDOR DE 20 PIES.....	46
Ilustración 21: CONTENEDOR DE 40 PIES.....	47
Ilustración 22: CALENDARIO DE FERIAS	52
Ilustración 23: DISTRIBUCIÓN DEL GASTO PARA LAS FERIAS INTERNACIONALES	52

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Antecedentes

La juventud no es el futuro del país sino más bien, el presente. Mucho de lo que ellos puedan lograr hacer por el país cuando sean adultos depende de lo que piensen, sientan y hagan hoy.

La juventud es una parte fundamental para el desarrollo productivo de la sociedad, que requiere una atención adecuada para su correcta formación y para enfrentar las diferentes situaciones de la vida cotidiana.

Además, se puede decir que los jóvenes están llenos de interrogantes fundamentales, por tanto, es un desafío que cuenten con un proyecto de vida personal, que oriente y dé sentido a su vida, que le posibilite realizarse como persona para que lleguen a ser actores productivos y solidarios del Cantón El Triunfo, Provincia del Guayas. Gran parte de los jóvenes triúnfenses poseen una capacidad dinámica para responder ante los cambios y requerimientos de la situación en la que se vive actualmente.

Así mismo en su mayoría han sufrido los impactos negativos del desempleo y la informalidad, no solamente los jóvenes que por diferentes causas no ha podido acceder a una educación, sino que la actual crisis de empleo ha alcanzado a jóvenes con nivel educativo universitario, incluso los de postgrado, es decir, la crisis de empleo ha impactado en igual proporción tanto a jóvenes con y sin educación universitaria.

En el presente capítulo se analiza a dos de los ejes de estudio de esta investigación. En primer lugar, se aborda el tema de juventud para dejar en claro cómo se define y utiliza en este estudio. En segunda instancia se recuperan algunas de las

causas que han ocasionado la crisis de empleo de los jóvenes del Cantón El Triunfo, así como los indicadores de desempleo e informalidad en torno a la población juvenil, con la intención de identificar los impactos diferenciados que se presentan en la Población Económicamente Activa (PEA). La revisión de estos elementos evidencia procesos de ruptura y de imposibilidad de creación de trayectorias de vida exitosas en los jóvenes.

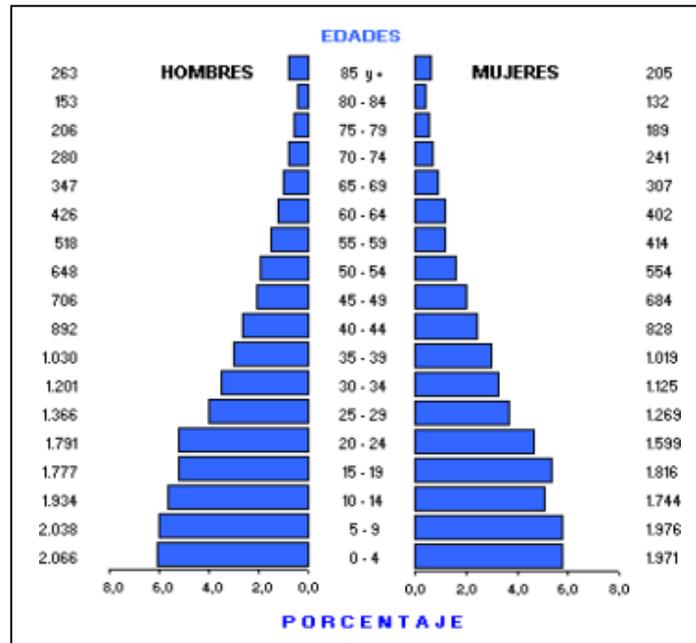
Por tanto, una opción que se presenta como posibilidad para afrontar la crisis de empleo juvenil, es desarrollar tipos de negocios adecuados para incentivar a los jóvenes del Cantón El Triunfo a vincularse a una actividad económica, como la exportación del cacao ecuatoriano, con el fin de que estas se vuelvan actores fundamentales para el desarrollo del Cantón el Triunfo.

1.2 Definición del Problema

El Triunfo es un cantón de la provincia del Guayas, con 34 años de fundación y su cabecera cantonal es El Triunfo. Su territorio posee una extensión de 405 km² y su población es de 34.863 habitantes. Considerado uno de los eslabones más importantes de la economía de la provincia del Guayas, gracias a su extraordinario desarrollo agrícola, comercial, industrial y ganadero, la fertilización de sus suelos favorece la agricultura, donde se destaca la mayor producción de banano, caña de azúcar y cacao, además de la cría de ganado vacuno, caballo, porcino y pesca en sus ríos.

La población del Cantón EL TRIUNFO, según el Censo del 2001 representa el 1,0 % del total de la Provincia del Guayas, el cual ha crecido en el último período intercensal 1990-2010 a un ritmo del 3,0 % promedio anual. El 27,6 % de su población reside en el Área Rural y se caracteriza por ser una población joven ya que, el 44,9 % son menores de 20 años, según se puede observar en la Pirámide de Población por edades y sexo. (INEC, 2016)

Ilustración 1:PIRAMIDE POBLACIÓN



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Como se puede notar que en este Cantón existen muchos jóvenes, por lo cual resulta necesario ir enmendando los problemas que actualmente se vive en el Cantón El Triunfo tales como la falta de: valores, ideales, modelo a seguir, interés en la actualidad, interés en los problemas del país, de interés en las soluciones de dichos problemas, de interés en la historia y de Educación.

Uno de los problemas que más se puede presenciar en el cantón El Triunfo es el desempleo, en la cual existe un índice muy alto de delincuencia, jóvenes de muy corta edad sumergidos en los vicios tales como alcohol y drogadicción, que perjudica negativamente a la sociedad. En los últimos 4 años la delincuencia ha tomado más fuerza y por lo general los autores de este hecho repugnante están entre los 17 años y 26 años.

Por otro lado, también tenemos otros factores que afectan a los jóvenes los cuales son la falta de amor y comprensión en el hogar, la separación de los padres, padres que sobreprotegen demasiado a sus hijos y el uso de mucha tecnología el cual

pasan mucho tiempo sumergidos en ella que dejan de ser productivos y buscan a obtener todo de la forma más rápida y fácil sin esfuerzo alguno.

Para determinar a profundidad el problema que El Cantón El Triunfo enfrenta, utilizamos una herramienta llamada *Design Thinking*.

1.2.1 Modelo para el planteamiento del problema: *Design Thinking*

Design thinking es de gran ayuda ya que nos permite innovar dentro del problema que vamos a resolver de una manera eficaz y exitosa. Al momento de ser utilizada logramos obtener beneficios logrando soluciones al problema que enfrenta dicha empresa o problema a resolver.

Por este motivo es que, el planteamiento del problema se obtuvo en base a la aplicación de dicha herramienta, y así determinar las diferentes necesidades de los jóvenes del cantón El Triunfo.

Design Thinking tiene diferentes etapas de proceso en la cual el objetivo es lograr obtener un resultado exitoso del problema que se está tratando de resolver. Esto involucro consultar a diferentes habitantes del Cantón y a miembros del GAD Municipal para así obtener más información sobre el área de interés a través de la observación, la aportación de las personas fue de gran ayuda para así descubrir sus opiniones y experiencias, así como sumergirse en el entorno físico para tener una comprensión personal más profunda de los problemas involucrados.

Durante esta etapa se llevó a cabo entrevistas a 5 personas del GAD Municipal del Triunfo, 3 Ingenieros, y 17 personas que frecuentemente trabajan con Jóvenes. Estas fueron unas de las entrevistas que se realizó:

1. Arq. Daniel Hurtado

Los jóvenes están llenos de curiosidad y de muchos sueños de llegar muy lejos, pero necesitan mucha formación especialmente en el hogar porque en el mundo actual hay cosas que los tientan y los hacen que olviden sus sueños la cual los conlleva a ir por mal camino. Aquí en el cantón existen jóvenes productivos, pero también existe jóvenes que se le ha cerrado la puerta en la educación, y se siente frustrados y esto los lleva a involucrarse a los vicios y no logran ser productivos, por eso los padres en los hogares deben de inculcarles buenos valores y corregirlos al momento que ellos estén actuando de una manera equivocada.

2. Lcdo. Miguel Crespo

La juventud del Cantón El Triunfo esta esclavizada por el internet y los videos juegos y se olvidan de los esencial que es la familia y por eso ellos tienen una ideología distinta y actualmente tienen un pensamiento malo que todo lo que ellos piden quieren que lo hagan, actualmente el joven no es productivo por falta de atención y afecto de los padres eso los lleva a involucrarse en vicios.

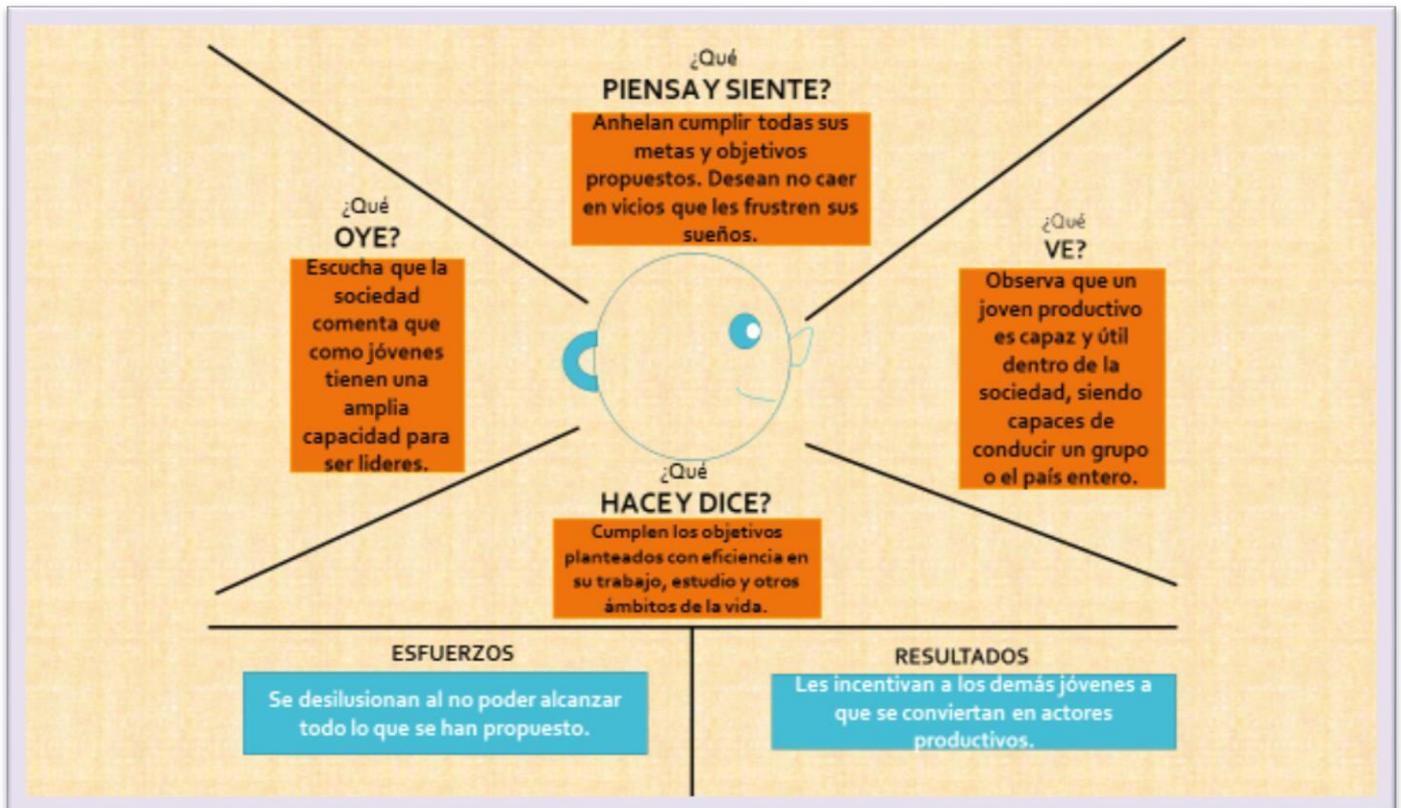
3. Abg. Daniela Engracia

Los jóvenes están viviendo una vida muy apresurada en la cual no se plantean metas por llegar a cumplirlas si no que viven por vivir, aquí en nuestro cantón muchos de los jóvenes se involucran en vicios, porque al culminar el colegio rinden un examen y si no lo aprueban no pueden ingresar a la universidad se dedican a una vida mala, ya que en nuestro cantón no existe fuentes de trabajo donde ellos puedan generar ingresos.

4. Ing. Víctor Banchon

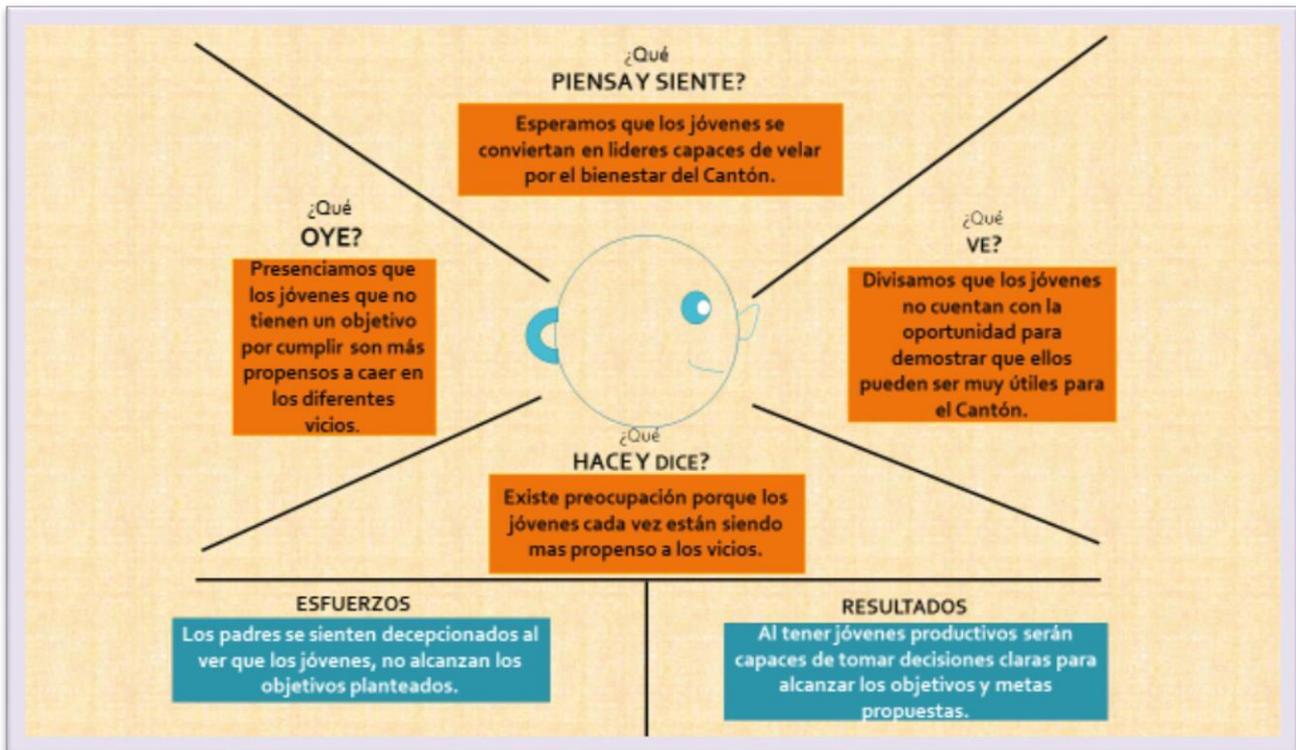
Una parte de la juventud de este cantón tiene un pensamiento mediocre ya que eso no les permite avanzar a desarrollarse como profesionales o personas de bien, si no que buscan los vicios como el mejor refugio para su vida.

Ilustración 2: MAPA DE EMPATÍA AL CLIENTE



Elaborado por: Carolina Loor y Liliana Saltos

Ilustración 3: MAPA DE EMPATÍA DEL GAD



Elaborado por: Carolina Loor y Liliana Saltos

Se realizó un mapa de empatía, mapa de experiencias de un Joven y con esta información se pudo observar los distintos *insight* como:

- Control inadecuado de la tecnología limita la creatividad y absorbe el tiempo.
- Comportamiento del joven en la actualidad frente a los problemas que enfrenta la sociedad.
- Falta de productividad en la juventud.
- Ausencia de las buenas costumbres que eran parte de la formación de los jóvenes.
- Llevar una vida desorientada con ningún objetivo ni meta que cumplir.

Durante la etapa Definir, se reunió la información que se ha recopilado durante la etapa de empatía, con esto analizó las observaciones y nos ayudará para definir los problemas centrales que se identificaron hasta este punto.

El problema que se planteó en un comienzo fue “¿Cómo hacer que los jóvenes del Cantón El Triunfo se conviertan en actores productivos y solidarios?”, luego de realizar las entrevistas a personas del GAD Municipal y unos habitantes del Cantón “¿Qué opina del Joven del Cantón el Triunfo en la actualidad y si son productivos? Al culminar el proceso del modelo *Design thinking* obtuvimos distintas soluciones en la cual la ganadora fue “Desarrollo de tipos de negocios adecuados para incentivar a los jóvenes del Cantón El Triunfo a vincularse a una actividad económica”.

1.2 Objetivos del Proyecto

1.2.1 Objetivo General

Analizar la viabilidad de la exportadora de cacao “CACAO ECUATORIANO CALIEXPORT”, para generar fuentes de trabajo dirigidos a los jóvenes del Cantón El Triunfo.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Plan de negocio para la exportadora CALIEXPORT.
- Desarrollar un análisis macro del país.
- Hacer un Análisis competitivo.
- Generar una investigación de mercado para hacerla viable

1.3 Justificación

En la actualidad hablar sobre la juventud es un tema importante, debido a que ellos están expuesto a malos hábitos, lo que los conduce a vicios existentes en el medio.

Los jóvenes diariamente no cuentan con los recursos básicos para poder satisfacer sus necesidades. Debido a esto, existe un índice muy alto de adolescentes que no son útiles para la sociedad sino más bien se han convertido en un problema.

Este proyecto elaborará un plan de negocio, que consiste en la exportación de cacao en el cantón El Triunfo, con el propósito de generar fuentes de empleo, logrando así disminuir el problema que más afecta a este lugar en consecuencia, estos se convertirán en actores productivos vinculándose a las actividades económicas y mejorarán su condición de vida.

1.4 Alcance y delimitación del proyecto

El objetivo de este proyecto es desarrollar un plan de negocio exportador de cacao denominado “Cacao Ecuatoriano Caliexport” con el propósito de generar fuentes de empleos en el Cantón El Triunfo. Para llevar a cabo el desarrollo de este se utilizará información primaria tal como encuestas y entrevistas, dirigidas a expertos sobre el tema y a las personas del medio para conocer los diversos puntos de vistas, logrando así cumplir con los objetivos planteados.

Delimitación del Proyecto

ESPACIO: Cantón el Triunfo, Guayas.

TIEMPO: septiembre 2017 – febrero 2018

CIRCUNSTANCIAS: Plan de trabajo elaborado por las estudiantes, Carolina Loor y Liliana Saltos.

2. ANALISIS SITUACIONAL (MICRO Y MACRO ENTORNO)

2.1 Análisis de la situación

2.1.1 Análisis del macro entorno

El macro entorno está compuesto por factores que afectan al entorno de la empresa, son fuerzas externas y no son controlables por la misma. Los factores son demográfico, político-legal, medioambiental, económico, tecnológico y social-cultural.

- **Factor demográfico**

Es un estudio estadístico donde se involucra a todas las personas que constituyen los mercados para saber los cambios en las familias, ocupación, el crecimiento en la población mundial, cambios geográficos en la población humana y otros datos.

Según el último censo que se realizó en el año 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), el país tenía un aproximado de 14'483 499 habitantes, en la actualidad se han incrementado esta cifra a 16'526 175 personas.

El país cuenta con cinco grupos de estratos socioeconómicos con diferentes características y margen porcentual como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 1: ESTRATOS SOCIOECONOMICO

<p>A 1,9%</p>	<ul style="list-style-type: none"> •El jefe de hogar tiene un alcance de instrucción superior o estudios de post grado y se desempeñan como grandes profesionales del personal directivo de la administración pública o privada de las empresas. •El 95% de estos hogares están afiliados por el IESS, ISSFA o ISSPOL; el 79% de estos hogares tienen seguros de salud privada. •Estos miembros compran su vestimenta en centros comerciales, todos los hogares de este extracto utilizan internet, el 99% utiliza correo electrónico personal, el 76% de estos hogares ha leído diferentes libros en los últimos tres meses. •Los materiales de los pisos de estas viviendas son de parquet, tablón o piso flotante, tienen dos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.
<p>B 11,2%</p>	<ul style="list-style-type: none"> •El jefe de hogar tiene un alcance de instrucción superior •El 92% de estos hogares están afiliados por el IESS, ISSFA o ISSPOL; el 47% de estos hogares tienen seguros de salud privada. •Estos miembros compran su vestimenta en centros comerciales, el 98% de los hogares de este extracto utilizan internet, el 90% utiliza correo electrónico personal, el 69% de estos hogares ha leído diferentes libros en los últimos tres meses. •La mayoría de estos hogares cuentan con una computadora de escritorio o portátil, un promedio de tres celulares en el hogar y tienen hasta un vehículo de uso exclusivo para el hogar. •El 46% de estos hogares, los materiales de los pisos de estas viviendas son de parquet, tablón o piso flotante, tienen dos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.
<p>C+ 22,8%</p>	<ul style="list-style-type: none"> •El jefe de hogar tiene un alcance de secundaria completa •El 77% de estos hogares están afiliados por el IESS, ISSFA o ISSPOL; el 20% de estos hogares tienen seguros de salud privada. •El 38% de los hogares compran su vestimenta en centros comerciales, el 90% de los hogares de este extracto utilizan internet, el 77% utiliza correo electrónico personal, el 46% de estos hogares ha leído diferentes libros en los últimos tres meses. •La mayoría de estos hogares cuentan con una computadora de escritorio o portátil, un promedio de tres celulares en el hogar. •Los materiales de los pisos de estas viviendas son de cerámica, baldosa, vinil tiene un cuarto de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.
<p>C- 49,3%</p>	<ul style="list-style-type: none"> •El jefe de hogar tiene un alcance de primaria completa •El 48% de estos hogares están afiliados por el IESS, ISSFA o ISSPOL; el 6% de estos hogares tienen seguros de salud privada. •El 14% de los hogares compran su vestimenta en centros comerciales, el 43% de los hogares de este extracto utilizan internet, el 25% utiliza correo electrónico personal, el 22% de estos hogares ha leído diferentes libros en los últimos tres meses. •El 11% de estos hogares cuentan con una computadora de escritorio o portátil, un promedio de dos celulares en el hogar. •Los materiales de los pisos de estas viviendas son cemento o ladrillo tiene un cuarto de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.
<p>D 14,9%</p>	<ul style="list-style-type: none"> •El jefe de hogar tiene un alcance de primaria completa •El 11% de estos hogares están afiliados por el IESS, ISSFA o ISSPOL. •El 9% de los hogares de este extracto utilizan internet, el 9% de estos hogares ha leído diferentes libros en los últimos tres meses. •Cuentan con un celular en el hogar. •Los materiales de los pisos de estas viviendas son cemento o ladrillo, tabla sin tratar o tierra, el 31% de estos hogares tiene un cuarto de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.

Elaborado por: Carolina Loor y Liliana Saltos

- **Factor político-legal**

Está formado por las leyes que ejerce el estado y los grupos de presión, que influyen a una sociedad determinada ya sean que estos contribuyan o limiten a las empresas.

Las principales políticas comerciales en el país son las políticas para el desarrollo de los regímenes especiales, normas comerciales y política arancelaria.

- **Arancel:** El Ecuador tiene como base cuatro tipos de aranceles, 5%, 10%, 15% y el 20% esta tasa se impondrá según el grado de elaboración del producto a exportar, mientras más sea el valor agregado en el producto, mayor será el nivel arancelario. Según el ministerio de comercio exterior la tasa de arancel para la exportación de cacao a nivel mundial es del 5%. El 23 de noviembre del año 2012, según el artículo 12 emitido por la Secretaria de Economía de México a partir del 1 de enero de 2016, el cacao ecuatoriano entrará a territorio mexicano con una tasa de arancel del 0%.
- **Regímenes especiales:** De acuerdo a la ley de Aduanas existen algunos regímenes especiales, tales como transito aduanero, deposito aduanero, almacenes libres y especiales, exportación temporal con reimportación de la misma exportación temporal para perfeccionamiento pasivo, Régimen de maquila entre otros.
- **Normas comerciales:** Como parte de la política comercial el Ecuador dispones de la Resolución No 052 del COMEXI por medio de la cual se aplican medidas para prevenir el comercio desleal de mercancías, así como normas para la aplicación de medidas de salvaguardia.

- **Factor medioambiental**

Este es el grado de concientización ecológica de la sociedad, incluyen recursos naturales y estos pueden afectar a las actividades de marketing de la empresa tales como incremento en los niveles de contaminación, escasez de materias primas, incremento en costos de energía.

La producción de cacao en el país es fundamental para su economía ya que, es el tercer producto agrícola más exportado por el Ecuador, esto incurre en impactos ambientales ya sean en el suelo, aire y agua, estos se pueden evitar con un cultivo apropiado, una correcta fumigación y prevenir la contaminación en las fuentes de agua cercanas por medio del riego.

- **Factor económico**

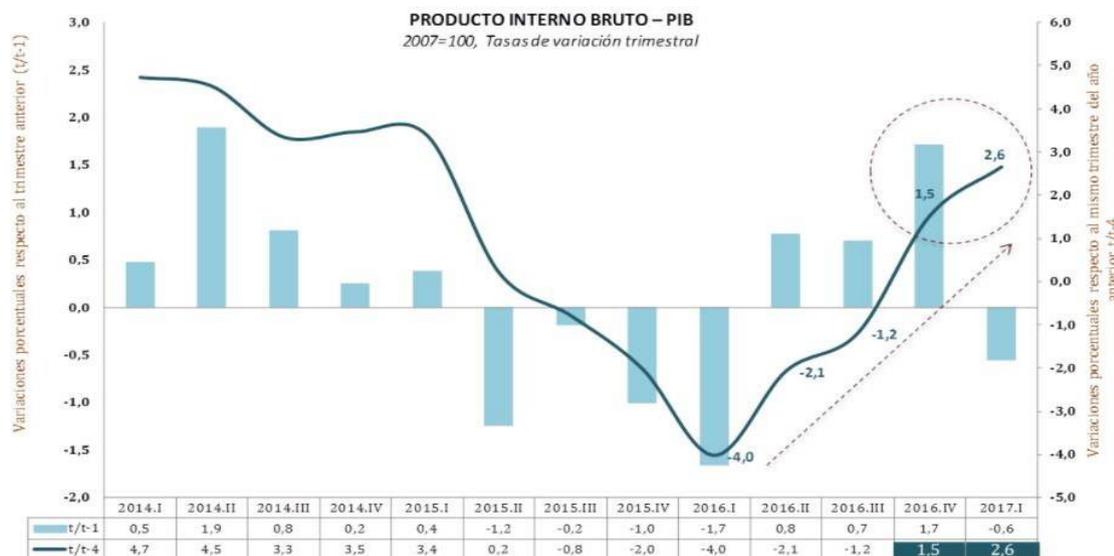
Son las tendencias generales de la economía más relevantes para la industria, estos influyen en el poder de compra y gastos de los consumidores tales como los cambios en los ingresos, el desempleo, entre otros.

En el Ecuador las exportaciones son de \$16,8 miles de dólares anuales, la tasa de exportación de granos de cacao es de 3.7% con un valor de \$622 millones de dólares anuales. En el año 2010 la exportación de cacao fue de \$350 millones de dólares y su mayor comprador fue la Unión Europea.

El Fondo Monetario Internacional (FMI) afirma que el Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador crecerá para el 2017 un 0.2% y en el 2018 un 0.6%, se espera que esta tendencia de crecimiento se mantenga hasta el 2021 para el país. La variación inter anual de las exportaciones de bienes y servicios, según el Banco Central del Ecuador

(BCE), corresponde un 2.7% del PIB. Como se muestra en la siguiente ilustración del BCE, la variación interanual con respecto al primer trimestre del 2016 fue de (t/t-4).

Ilustración 4: PRODUCTO INTERNO BRUTO PIB



El valor agregado bruto no petrolero del país obtuvo un crecimiento a una tasa del 2.4% interanual, mientras que el valor agregado bruto petrolero decreció a -4.3%, esto fue causado por la caída de la producción del petróleo crudo.

La balanza comercial no petrolera en millones de USD fue favorable para Rusia, Francia, Holanda e Italia, y desfavorable para Colombia, México, China y Brasil, en los primeros diez meses del 2017, para la balanza comercial petrolera en millones de USD fue favorable para Chile, China, Perú y Estados Unidos, y desfavorable para Reino Unido, España, Holanda y Panamá, en los primeros diez meses del 2017.

De acuerdo con al Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) del país, en diciembre del 2017 la tasa de desempleo fue de 64.4% esto significa que más del 50% de la población en edad laboral se encuentra trabajando.

- **Factor tecnológico**

Son elementos de cambio que generan nuevas tecnologías más rápidas que crean oportunidades ilimitadas, incremento del presupuesto para innovación y nuevos desarrollos.

El país en la actualidad implementa políticas públicas para obtener acceso a las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación), estas políticas desean terminar con el analfabetismo digital en sus habitantes. En el Ecuador según el censo del año 2010, el 42.5% de sus habitantes cuentan con internet en sus domicilios.

La Estación Experimental Central de la Amazonía del INIAP desarrolló una tecnología dirigida al cacao, consiste en la aplicación de técnicas ya sean este control biológico, resistencia, prácticas culturales.

2.1.2 Análisis del micro entorno

El micro entorno de la empresa está constituido por las fuerzas de Porter que permiten obtener un análisis de la industria y el desarrollo de la estrategia de negocio que se va a utilizar. Las fuerzas de Porter son las siguientes como se muestra en el gráfico:

Ilustración 5: FUERZAS DE PORTER



- **Amenaza de los nuevos competidores**

Según Porter se refiere a las barreras de entradas existentes en el mercado donde opera la empresa, entre mayor sea esta barrera, menor será la amenaza de nuevos competidores y mayor será la dificultad de imitar el producto ya que requiere un monto alto de inversión.

Esta no es una amenaza para la empresa, ya que la inversión que requiere este tipo de negocio es alta. Una amenaza para la empresa será la presencia de plagas y diversas enfermedades que atacan al cacao, perjudicando la producción del cacao y su calidad.

Posicionar la marca en el mercado es algo difícil, tomara mucho esfuerzo debido a que las marcas de la competencia ya están bien posicionadas.

- **Poder de negociación de los proveedores**

Es una relación entre la empresa y los proveedores, si existen muchos proveedores de un mismo insumo y la empresa tiene varias opciones para elegir, entonces el poder de negociación con ellos será bajo porque la empresa establecerá las condiciones de compra.

El cultivo del cacao tendrá una baja productividad, se necesitará comprarles a los proveedores, se debe tener varios proveedores para el mismo insumo o materia prima, para que el poder de negociación sea bajo y así la empresa establecerá las condiciones de compra.

- **Amenaza de productos y servicios sustitutos**

Se trata de productos que no constituyen una competencia directa, pero sí un producto que satisface una necesidad similar.

Esta amenaza no se tendrá en la empresa, porque la materia prima a exportar es el cacao ecuatoriano y este es muy apetecido en el DF, México.

- **Poder de negociación de los clientes**

Es la capacidad de negociación que tienen los clientes y la posibilidad que tienen los compradores de reemplazar el producto que ofrece la empresa.

El cacao ecuatoriano tiene un alto nivel de aceptación a nivel internacional por su calidad, la tasa de arancel es de 0% para exportaciones de cacao, esto hace que el poder de negociación con los clientes es alto.

- **Rivalidad entre los competidores existentes**

Es el nivel de saturación del mercado, del número de competidores en un mismo mercado, y de los factores diferenciados de oferta que perciben los consumidores.

2.2 Cadena de valor

2.2.1 La empresa

Cacao ecuatoriano Caliexport, es una exportadora de cacao. Nace con la finalidad de cubrir una necesidad social, dando trabajo digno a 120 jóvenes del cantón el Triunfo. La empresa capacita y forma a su equipo de trabajo, proporcionando aprendizajes para la mejora productiva y sostenible.

Misión

Ofrecer productos certificados de calidad, competir en mercados internacionales en todos los niveles de producción del cacao ecuatoriano.

Visión

Ser una exportadora de cacao ecuatoriano líder en mercados internacionales, ofertando productos de calidad con mejoras tecnológicas.

Valores

- ✓ Calidad: Determinar estándares que aseguren la eficiencia en todos los procesos de cosecha, producción y entrega del producto al cliente.
- ✓ Confianza: Desarrollar la tranquilidad en los clientes de que se entregara un cacao de calidad en el tiempo establecido por las partes.
- ✓ Compromiso: ofrecer productos de calidad, garantizando el cuidado del medio ambiente.
- ✓ Trabajo en equipo: al unir capacidades, recursos y fuerzas en un equipo, se logra obtener los resultados esperados.

Objetivos

- ✓ Formar en la empresa una cultura de trabajo en equipo.
- ✓ Promover la calidad, sabor y olor del cacao fino de aroma ecuatoriano, en los mercados internacionales.

Organigrama



Funciones

Gerente: Se encargará de la parte estratégica de la empresa, gestionará negociaciones directamente con los clientes y proveedores.

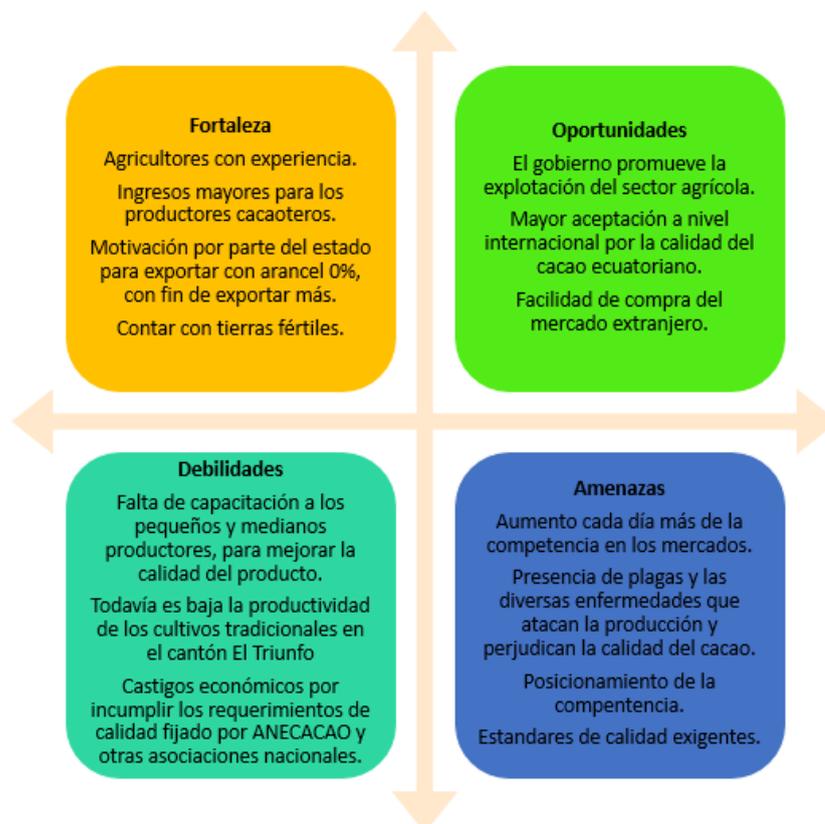
Administrador: Se encargará de la parte operativa de la empresa, será líder y jefe de plantación.

Trabajadores: Se dedicarán al cultivo, recolección, secado y procesos de producción del cacao.

2.3 Matriz FODA

Según Roberto Espinoza (2013), la matriz de análisis FODA que una herramienta que analiza la situación de la empresa, cuyo objetivo principal es brindar un diagnóstico preciso para tomar las mejores decisiones identificando las tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa.

Ilustración 6: MATRIZ FODA



Elaborado por: Carolina Loor y Liliana Saltos

De acuerdo con el FODA elaborado, se puede concluir que una de las debilidades es la falta de capacitación a los pequeños y medianos productores, para mejorar la calidad del producto que les permita obtener cosechas abundantes para que puedan obtener mayor producción para posicionarse en el mercado y convertirse en una de las exportadoras de cacao más grande.

2.4 Matriz AIDA

Esta matriz proporciona fases que sigue el cliente cuando debe tomar una decisión de compra. Sus siglas son de Atención; interés por el producto, deseo, y acción.

Ilustración 7: MODELO AIDA



Elaborado por: Carolina Loor y Liliana Saltos

La atención brindada por la empresa y el interés debe impactar al cliente por su calidad y olor. Caliexport desea alcanzar un nivel de estatus diferenciado y por acción, desea adquirir el mejor producto de los mercados.

3. METODOLOGÍA Y ANALISIS

3.1 Preguntas de Investigación

Preguntas realizadas a los jóvenes de Cantón El Triunfo, que son la razón por la cual hemos diseñado este plan de negocio.

- ✓ ¿Qué intervalo de salario está dispuesto a ganar, sin horas extras?
- ✓ ¿Realizaría horas extras, si la empresa lo requiriera?
- ✓ ¿Tiene disponibilidad para trabajar los fines de semana, si la empresa lo requiriera?
- ✓ ¿Tiene disponibilidad para trabajar en días festivos o feriados, si la empresa lo requiriera?
- ✓ ¿Estaría dispuesto a realizar capacitaciones o cursos en la empresa para incrementar su rendimiento laboral?

Preguntas para llevar a cabo el desarrollo del plan de negocio.

- ✓ ¿Cuáles son los requisitos necesarios para exportar cacao de Ecuador a México?
- ✓ ¿Cuál es la actual situación que hay en el mercado del Cacao entre Ecuador y el mundo?
- ✓ ¿Cuál es la cantidad proyectada de demanda para la exportación de productos agrícola al mercado mexicano?
- ✓ ¿Cuál es la proyección de costos y gastos para ejecutar el presente proyecto?
- ✓ ¿Resulta factible en lo económico este proyecto?

3.2 Metodología de la Investigación

3.2.1 Enfoque de la investigación

La investigación tiene un enfoque cuantitativo, ya que permite recopilar y analizar datos obtenidos de diversas fuentes, usando herramientas informáticas, estadísticas y matemáticas que serán de suma importancia para analizar las variables y obtener los resultados deseados.

Según Hernández Sampieri, (2006) la recolección de los datos se fundamenta en la medición donde se miden variables o conceptos contenidos en las hipótesis. Esta recolección o medición se lleva a cabo al utilizar procedimientos estandarizados y aceptados por una comunidad científica. Para que una investigación sea creíble y aceptada por otros investigadores, debe demostrarse que se siguieron tales procedimientos.

El presente estudio analiza diversos gráficos estadísticos obtenidos de páginas institucionales tales como: Banco Central del Ecuador, Pro Ecuador, entre otras, para conocer los valores de exportación del Cacao de Ecuador con el mundo y siendo más específicos con el mercado mexicano para de esta manera poder hacer un estudio de mercado en base de los factores externos, también se elaboran estados financieros, proyecciones haciendo un análisis de los mismos para establecer la viabilidad económica.

3.2.2 Tipo de investigación

Los tipos de investigación que emplea este análisis son la investigación documental, descriptiva y explicativa. La investigación documental “consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento

respecto al tema objeto de estudio” (Bernal, 2010, p. 111). Los estudios de mercado realizados por Pro Ecuador utilizan este tipo de investigación, además la información legal y tributaria se la obtiene a través de documentos publicados a través del internet.

La investigación descriptiva es básicamente aquella que busca y especifica propiedades y características significativas de cualquier situación que se esté analizando. Su meta no está limitada a la recolección de datos si no la predicción e identificación de las relaciones existentes entre dos o más variables.

La investigación explicativa va mucho más allá de la descripción de conceptos, su interés se basa en demostrar por qué ocurre un fenómeno y en que circunstancia puede ser dado este o porque están relacionadas dos o más variables. Su aporte de esta investigación en el presente trabajo es precisar de forma inmejorable los diferentes contextos presentados en la investigación, especificando la razón por las que se pueda dar las exportaciones del cacao entre Ecuador y México.

3.2.3 Población y muestra

Principalmente la investigación se basa en la información de instituciones y a la investigación en campo. En el área de El Triunfo se localizó a un productor de cacao, a quien se le realizó una entrevista no estructurada con el fin de saber cómo funciona la producción del cacao en el país. La población son todos los productores de Cacao y los jóvenes triúnfense que son la iniciativa para emprender este negocio, sin embargo, resultado imposible conseguir este dato, por lo que la muestra para la entrevista fue de un productor que tiene la capacidad para el nivel de exportación a realizar.

3.2.4 Procedimiento para la recolección de datos

Para la recolección de datos se utilizará la técnica documental en donde se obtendrán los datos del análisis de mercado; para definir los costos fijos se utilizó la

observación en locales de compra y venta de cacao del Cantón El Triunfo, los costos y tratamiento del cacao fueron definidos en base a las entrevistas realizadas al productor.

3.3 Exportaciones Ecuatorianas de Cacao

El cacao se encuentra ubicado en el capítulo 18 “Cacao y sus derivados” del Banco Central del Ecuador, a continuación, se observa el Arancel Nacional:

Tabla 2: CAPÍTULO 18 "CACAO Y SUS DERIVADOS"

1801.00.00.00	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado
	Crudo
1801.00.11.00	Para siembra
1801.00.19.00	Los demás
1801.00.20.00	Tostado
1802.00.00.00	Cáscara, películas y demás residuos de cacao
1803.00.00.00	Pasta de cacao, incluso desgrasada
1803.10.00.00	Sin desgrasar
1803.20.00.00	Desgrasado total o parcialmente
1804.00.00.00	Manteca, grasa y aceite de cacao
	Manteca de cacao
1804.00.11.00	Con un índice de acidez expresado en ácido oleico inferior o igual a 1%
1804.00.12.00	Con un índice de acidez expresado en ácido oleico superior a 1% pero inferior o igual a 1.65%
1804.00.13.00	Con un índice de acidez expresado en ácido oleico superior a 1.65%
1804.00.20.00	Grasa y aceite de cacao
1805.00.00.00	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante
1806.00.00.00	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao
1806.10.00.00	Cacao en polvo con adición de azúcar u otro edulcorante
1806.20.00.00	Las demás preparaciones, bien en bloques o barras con peso superior a 2 kg
1806.20.10.00	Sin adición de azúcar, ni otros edulcorantes
1806.20.90.00	Los demás
	Los demás, en bloques, tabletas o barras:
1806.31.00.00	Rellenos
1806.31.10.00	Sin adición de azúcar, ni otros edulcorantes
1806.31.90.00	Los demás
1806.32.00.00	Sin rellenar
1806.90.00.00	Los demás

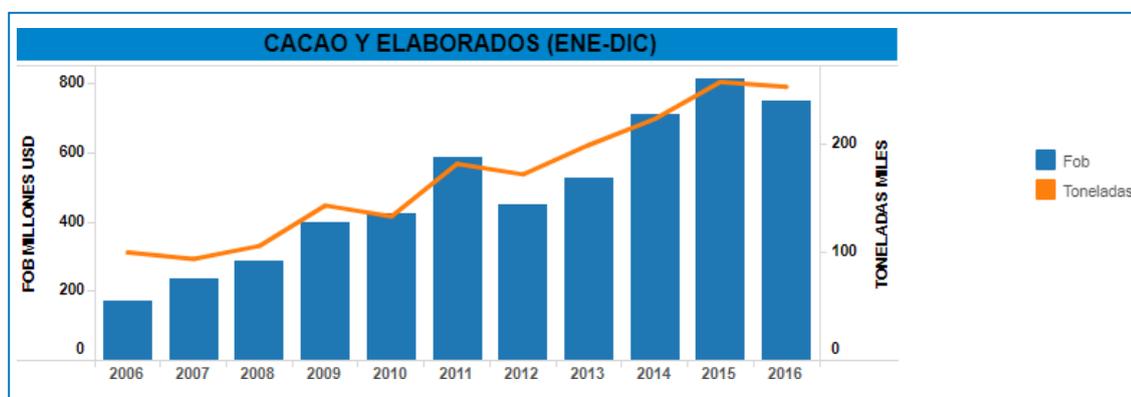
Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Elaborado por: Carolina Loor y Liliana Saltos

3.3.1 Evolución de las Exportaciones Ecuatorianas de Cacao

Sin duda alguna la producción y exportación de cacao en el Ecuador han sido muy significativas para el desarrollo de la economía, este producto ha generado ingresos que han activado el desarrollo económico. Para llevar a cabo el presente proyecto es necesario realizar un análisis actual para observar el comportamiento de este producto, a continuación, se revisará y analizará la información estadística de este sector en los últimos cinco años.

Ilustración 8: EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES NO PETROLERAS POR SECTOR



VARIACIONES CACAO Y ELABORADOS (ENE - DIC)

	2006 - 2007	2007 - 2008	2008 - 2009	2009 - 2010	2010 - 2011	2011 - 2012	2012 - 2013	2013 - 2014	2014 - 2015	2015 - 2016	TCPA
FOB%	38,91%	21,38%	38,88%	5,72%	38,29%	-22,80%	16,38%	35,05%	14,40%	-7,68%	15,94%
TON%	-6,04%	12,79%	35,34%	-7,15%	36,66%	-5,39%	15,86%	12,05%	15,38%	-1,82%	9,74%

Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Elaborado por: Carolina Loor y Liliana Saltos

En el gráfico se puede observar la evolución de las exportaciones de Cacao desde el 2006 hasta el 2016, notablemente se aprecia una línea de tendencia creciente, por tanto, se puede decir que este sector ha venido incrementando sus exportaciones tanto en el flujo de efectivo FOB como en unidades de producción (TM).

A pesar de que la línea de tendencia ha ido creciendo año a año se observa que en el año 2012 y 2016 existe una caída significativa, esto se debe a la caída del precio del cacao y a las diferentes plagas que se han presentado en las plantaciones de este periodo.

3.3.2 Volumen y Países de destino del cacao ecuatoriano

Los principales países de destino de las exportaciones de cacao y sus elaborados son: Estados Unidos con una participación del 30 % durante el periodo de estudio 2012 – 2016, Holanda con 12.52% de participación, siendo México el tercer país con una participación del 8,30% con una tasa de crecimiento de 8.83%, Malasia con una participación de 7.43%, Alemania con participación del 6.13%, Colombia con una participación de 3.17%, Brasil con 2.92%, y los demás países con participaciones inferiores a las de Brasil.

A continuación, se presente una tabla con los países principales de destino de las exportaciones de cacao y sus elaborados:

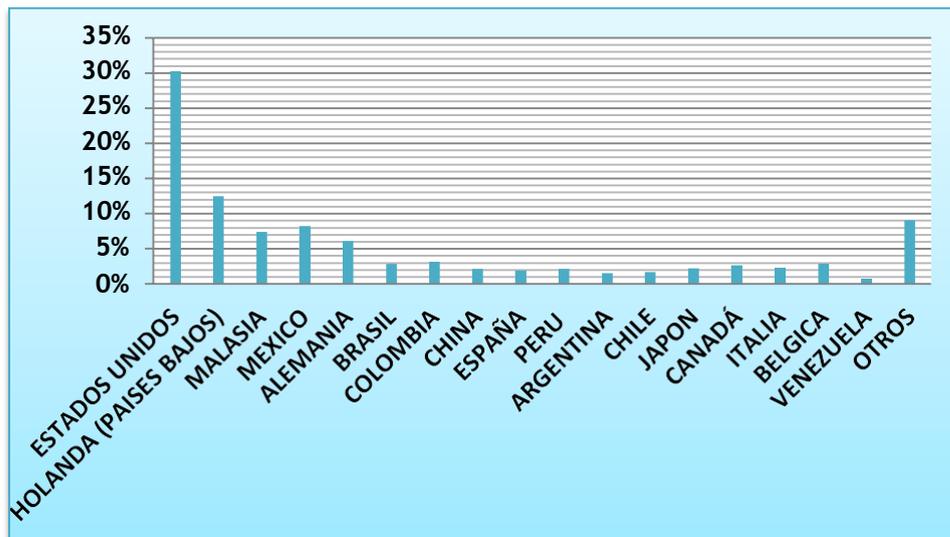
Tabla 3: PAÍSES PRINCIPALES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE CACAO Y SUS ELABORADOS

PRINCIPALES PAISES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE CACAO Y ELABORADOS							
Miles USD FOB							
PAIS	2012	2013	2014	2015	2016	TOTAL	%
ESTADOS UNIDOS	129.936	52.625	257.755	279.840	181.526	901.682	30,32%
HOLANDA	47.867	20.321	91.233	115.843	96.960	372.224	12,52%
MEXICO	40.762	18.699	63.294	57.857	66.243	246.855	8,30%
MALASIA	42.197	27.916	20.060	62.264	68.655	221.092	7,43%
ALEMANIA	37.445	21.120	34.191	40.255	49.318	182.329	6,13%
BRASIL	33.449	14.618	19.805	11.351	7.755	86.978	2,92%
COLOMBIA	22.604	6.084	29.405	15.459	20.613	94.165	3,17%
CHINA	15.971	2.288	7.402	18.512	18.614	62.787	2,11%
ESPAÑA	15.339	3.219	13.777	13.132	10.890	56.357	1,90%
PERU	14.689	4.239	14.118	11.898	17.574	62.518	2,10%
ARGENTINA	14.647	3.334	7.465	10.278	10.218	45.942	1,54%
CHILE	13.937	4.704	14.587	10.432	7.430	51.090	1,72%
JAPON	12.237	3.523	12.649	18.531	19.503	66.443	2,23%
CANADÁ	9.397	7.605	12.696	35.103	14.387	79.188	2,66%
ITALIA	9.352	5.270	15.179	14.848	20.421	65.070	2,19%
BELGICA	7.474	3.302	25.584	31.895	18.755	87.010	2,93%
VENEZUELA	7.310	1.100	8.083	2.266	1.641	20.400	0,69%
OTROS	22.013	10.732	60.854	60.603	117.511	271.713	9,14%
TOTAL	498.638	212.712	710.151	812.382	750.030	2.973.843	100%

Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Elaborado por: Carolina Loor y Liliana Saltos

Ilustración 9: DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE CACAO Y SUS ELABORADOS



Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Elaborado por: Carolina Loor y Liliana Saltos

3.3.3 Relaciones comerciales entre Ecuador y México

El comercio internacional es una herramienta que impulsa el crecimiento económico de un país, por este motivo se convierte en una necesidad política, la cual trata a conseguir las mejores relaciones de intercambio comercial y dinamizar la economía de tal forma que resulte estratégica.

Entre Ecuador y México existe un dinamismo económico, el cual está siendo muy bien aprovechado, así como las reformas estructurales que se han emprendido en México para fortalecer la competitividad y perspectivas de crecimiento. Si bien en la última década el comercio bilateral se quintuplicó, registrando un valor de US\$1.032 millones en 2016.

La tendencia de crecimiento continua aun estable hasta el periodo 2016. Las exportaciones de Ecuador hacia México se incrementaron en un 8% con respecto a valor en Miles USD FOB de las exportaciones del 2015.

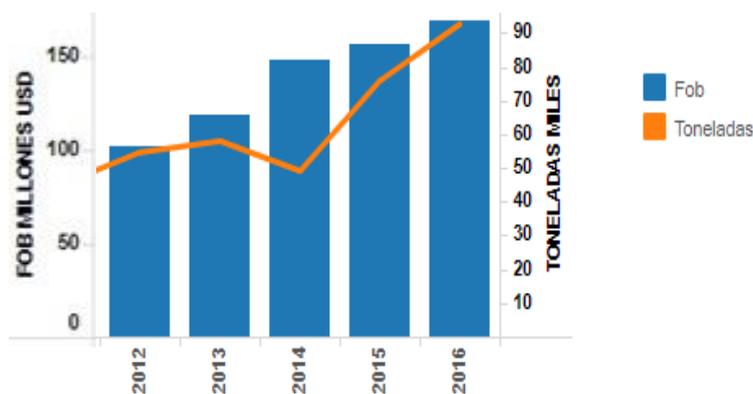


Ilustración 10: EVOLUCIÓN DE LA EXPORTACIONES ECUATORIANAS A MÉXICO

Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Actualmente Ecuador exporta a México principalmente productos agrícolas como el cacao, además de productos del mar sardina en lata y aceite de palma y derivados. Ecuador es el principal proveedor para México de cacao y sardina en lata. Se debe destacar que, debido a una restricción impuesta por la autoridad sanitaria de

VARIACIONES MÉXICO (ENE-DIC)											
	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	TCPA
FOB%	13,92%	17,78%	-9,76%	23,59%	12,71%	2,62%	16,25%	25,29%	5,38%	8,20%	11,14%
TON%	-0,37%	-15,40%	14,16%	-31,53%	18,80%	21,58%	5,99%	-15,30%	54,41%	22,03%	4,87%

México en el año 2015, la presencia de camarón ecuatoriano en el mercado mexicano fue prácticamente nula en comparación con el año 2014.

En el año 2014 la Oficina Comercial del Ecuador en México, realizó el estudio "Complementariedad comercial Ecuador - México, identificación de productos potenciales para la exportación al mercado mexicano", este estudio, incluye una revisión del comercio exterior total y bilateral entre Ecuador y México, analiza los índices de complementariedad comercial, especialización de comercio, ventajas comparativas reveladas de ambos países y también incluye un análisis de mercado residual - potencial y otros criterios como la situación arancelaria actual que aplica México a determinados productos ecuatorianos.

Como resultado de este estudio se obtuvo una canasta de 50 subpartidas arancelarias a 6 dígitos con potencial de exportación desde Ecuador hacia México y se la puede resumir en los siguientes productos, por sección arancelaria:

Tabla 4: PRODUCTOS ECUATORIANOS CON POTENCIAL PARA EXPORTAR A MÉXICO

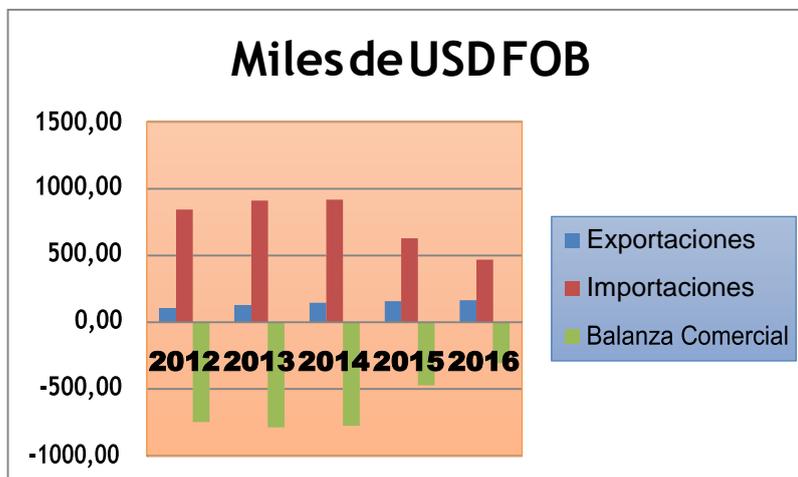
SECCIÓN	PRODUCTOS
Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	Atún/Sardina Conservas de Pescado Conservas de frutas Alcohol Etilico
Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias elaboradas; ceras de origen animal o vegetal	Aceite de Palma
Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera; corcho y sus manufacturas; manufacturas de espartería o cestería	Madera Contrachapada (Tableros)
Pasta de madera o de las demás materias fibrosas celulósicas; papel o cartón para reciclar (desperdicios y desechos); papel o cartón y sus aplicaciones	Papel para acanalar Papel Testliner
Materias textiles y sus manufacturas	Fibras textiles vegetales Hilo acrílico Tela de polipropileno Panty medias
Productos de las industrias químicas o de las industrias conexas	Gelatina
Calzado, sombreros y demás tocados, paraguas, quitasoles, bastones, látigos, fustas y sus partes; plumas preparadas y artículos de plumas; flores artificiales;	Cascos para sombreros Calzado Plástico (Botas)
Animales vivos y productos del reino animal	Filetes de Pescado
Mercancías y productos diversos	Tagua (Botones)
Productos del reino vegetal	Arroz
Metales comunes y manufacturas de esos metales	Tubos (eléctricos, cañería, estructurales)
Piel, cueros, peletería y manufacturas de estas materias; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa	Cuero y Piel Curtido (Plena flor - Wet Blue)
Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaqué) y manufacturas de estas materias; bisutería; monedas.	Metal precioso (desperdicios y desechos)

Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Por otra parte, haciendo un análisis en lo que corresponde la balanza Comercial de Ecuador con México, se observa una Balanza Deficitaria, a pesar de que las exportaciones cada año van en aumento las importaciones siguen siendo mayores, Por tal

motivo es de vital importancia que el gobierno haga un esfuerzo por a establecer un acuerdo que resulte ventajoso para lograr exportar más productos.

Ilustración 11: BALANZA COMERCIAL ENTRE ECUADOR Y MÉXICO



Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Elaborado por: Carolina Loor y Liliana Saltos.

3.3.4 Principales exportadores de Cacao en Ecuador

Entre las principales empresas que se dedican a la exportación del cacao ecuatoriano tenemos:

- ✓ Asociación Nacional Exportadores de Cacao, ANECACAO.
- ✓ La Nueva Casa del Cacao S.A., CASACAO
- ✓ Asociación de Productores de Cacao Fino y de Aroma, APROCAFA
- ✓ Aromatic Cocoa Export S.A., AROMAEXCO.
- ✓ ECO-KAKAO.

3.4 Análisis de datos

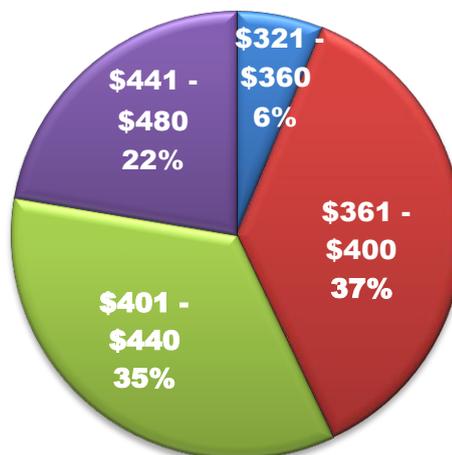
Resultados de la encuesta

1. **Estaría dispuesto a trabajar en una exportadora de cacao (si su respuesta es NO pase a la pregunta 7)**



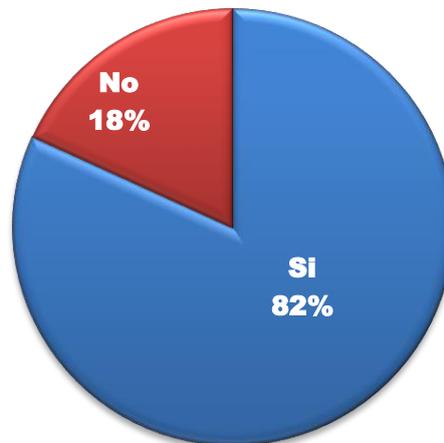
De 250 encuestados, 242 de ellos están dispuestos a trabajar en CaliExport, mientras que los 8 restantes nos supieron indicar que ellos prefieren trabajos de oficinas.

2. **Elija una opción, ¿Qué intervalo de salario está dispuesto a ganar, sin horas extras?**



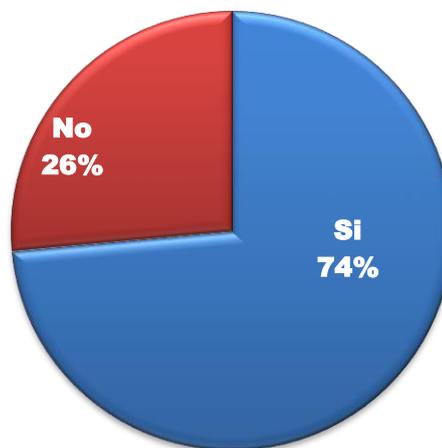
Para 89 encuestados el sueldo más atractivo es el básico, ya que 89 personas lo seleccionaron, seguido por el rango de \$401 a \$440 con 84 selecciones, siendo el menos marcado de \$321 a \$360 con un total de 15 individuos.

3. Elija una opción, ¿Realizaría horas extras, si la empresa lo requiriera?



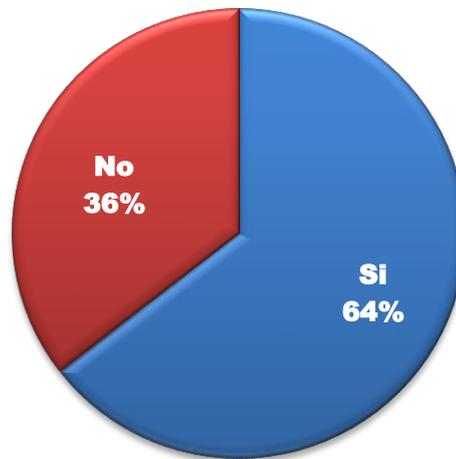
198 personas de un total de 242 encuestados tienen la disposición para trabajar horas extras en la empresa.

4. Elija una opción, ¿Tiene disponibilidad para trabajar los fines de semana, si la empresa lo requiriera?



Según el grafico se puede divisar que 178 personas están dispuestas a trabajar fines de semana en caso de que la empresa requiera.

5. Elija una opción, ¿Tiene disponibilidad para trabajar en días festivos o feriados, si la empresa lo requiriera?



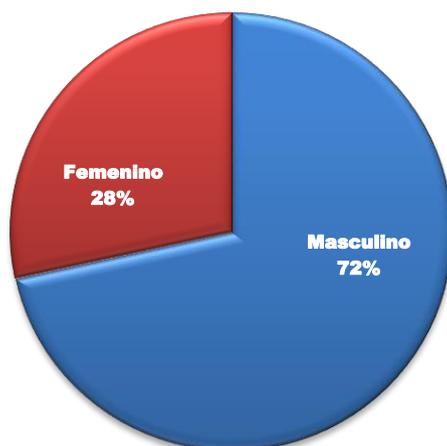
Tan solo 86 personas de un total de 242 encuestados contestaron que no están dispuestos a trabajar los feriados, mientras que los 156 jóvenes cuentan con toda la predisposición si la empresa lo requiere.

6. Elija una opción, ¿Estaría dispuesto a realizar capacitaciones o cursos en la empresa para incrementar su rendimiento laboral?



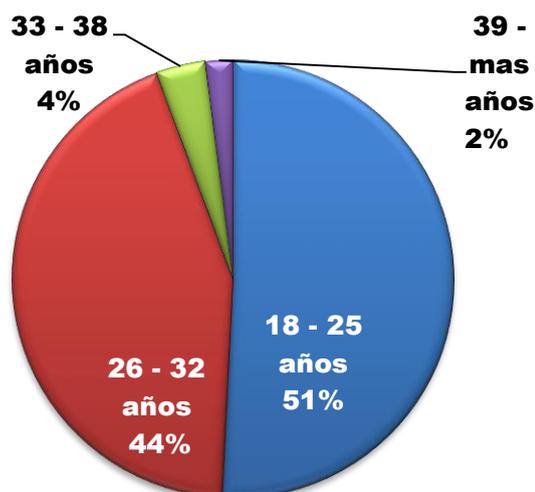
Según el grafico se observa que a 232 jóvenes les agradaría asistir a capacitaciones o cursos en el cual ellos incrementen su rendimiento laboral y puedan ser más eficientes en las labores encomendadas dentro de la empresa.

7. Genero



Del total de personas encuestadas 179 fueron hombres y el restante de 71 fue de mujeres.

8. Edad



127 jóvenes de los que participaron en la encuesta tenían de 18 a 25 años, seguido por el rango de edad de 26 a 32 años con un total de 109 personas, tan solo 9 y 5 de los encuestados tenían entre 33 - 38 años y 39 – más años respectivamente.

4. ESTRATEGIA DE MARKETING

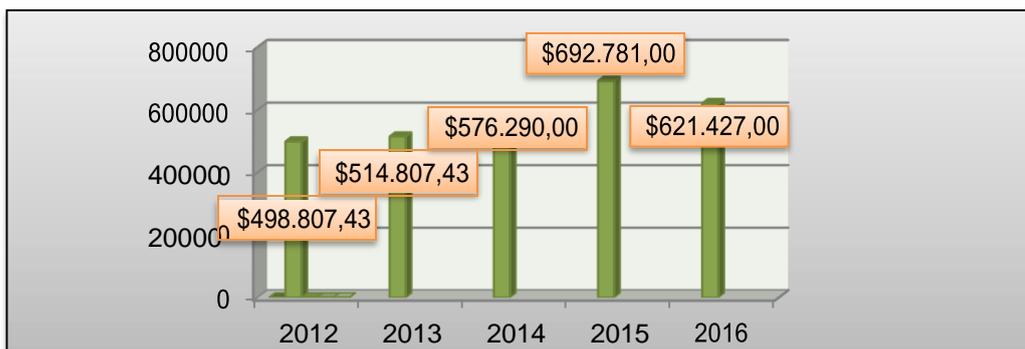
Estudio de Mercado

El cacao es una fruta tropical, que dependiendo de su tipo puede ser de color blanco, verde, amarillo o rojo. Se comercializa de tres formas distintas:

- ✓ *Granos de cacao*: son la materia prima y se encuentran en el interior de la mazorca, sirve para la elaboración de todo tipo de chocolate.
- ✓ *Semi-elaborados*: el cacao en esta etapa se encuentra en la fase de industrialización, por la cual se agrupan en fases sólidas y líquidas, con esto se consiguen productos que forman parte de la fabricación de chocolates y derivados (licor, manteca, torta y polvo).
- ✓ *Producto terminado*: el cacao pasa por un proceso de elaboración industrial o artesanal, después de esta etapa quedará listo para su consumo.

En Ecuador se cultivan dos tipos de cacao: CCN-51 (Colección Castro Naranjal) que por lo general su color es rojo y el cacao fino de aroma que es característico de color amarillo, siendo este tipo de cacao el más apetecido en los mercados internacionales, motivo por el cual el país está entre los cinco mayores cultivadores de la fruta a escala mundial. En particular la mayor producción de cacao se realiza en las provincias de Manabí, Guayas, Sucumbíos y Los Ríos

Visto esto, CaliExport va a exportar el cacao de aroma fino en grano, entero o partido, crudo o tostado ya que cuenta con las herramientas necesarias para poner en marcha este proyecto.

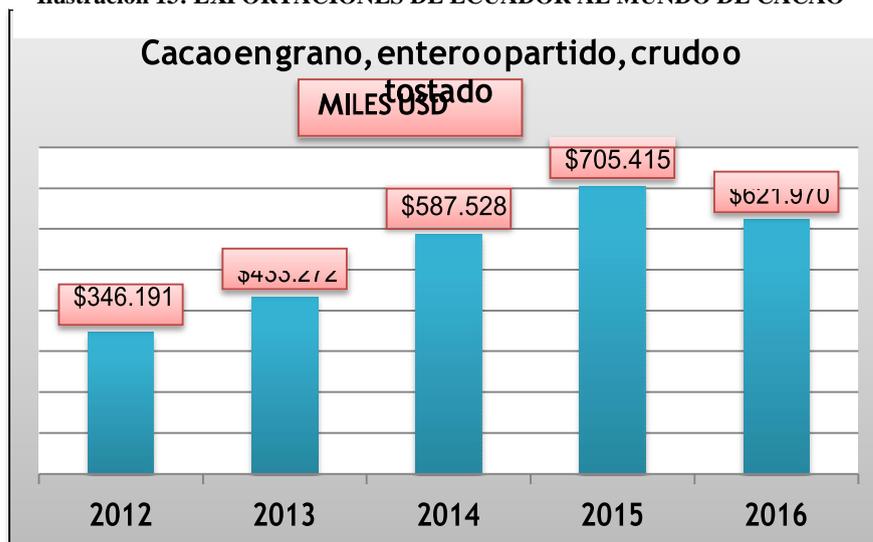
Ilustración 12: EXPORTACIÓN DEL CACAO EN GRANO

Fuente: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Elaborado por: CAROLINA LOOR Y LILIANA SALTOS

En la ilustración 12 se puede observar que las exportaciones del cacao en grano tuvieron un crecimiento anual desde el año 2012 hasta el 2015, no siendo el caso para el 2016 ya que se registra una disminución, debido a que las plagas dañaron la producción y no se tomaron las medidas necesarias para combatir las.

Con respecto a las exportaciones del cacao en grano de Ecuador al mundo la ilustración 13 detalla que en el año 2015 el volumen de exportaciones fue mayor con respecto a los años anteriores, siendo Estados Unidos el principal comprador seguido por Malasia, México, y Países bajos como Holanda.

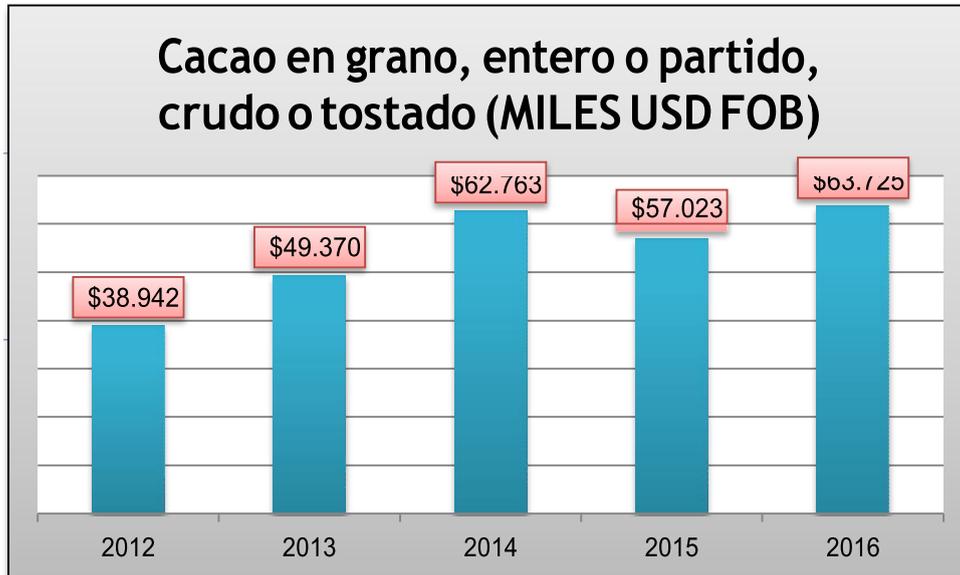
Ilustración 13: EXPORTACIONES DE ECUADOR AL MUNDO DE CACAO

Fuente: TRADE MAP

Elaborado por: CAROLINA LOOR Y LILIANA SALTOS

Por otra parte, México es uno de los más grandes importadores de cacao ecuatoriano en miles y miles de dólares.

Ilustración 14: EXPORTACIONES DE CACAO DE ECUADOR A MÉXICO



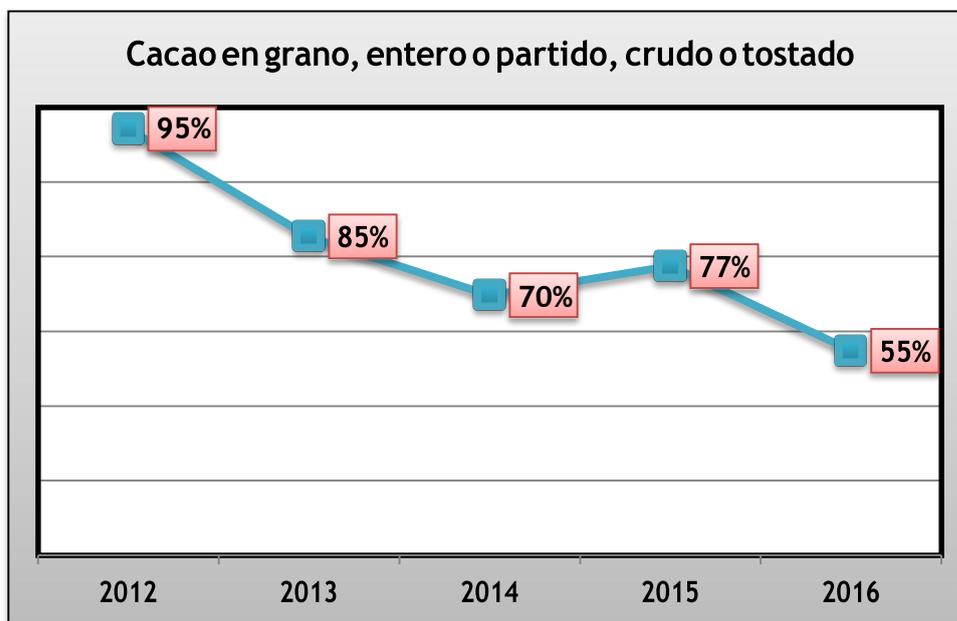
Fuente: TRADE MAP

Elaborado por: CAROLINA LOOR Y LILIANA SALTOS

Por otro lado, México le compra a Ecuador miles de USD en cacao. En la ilustración 14 se puede divisar el valor de importaciones provenientes de Ecuador, n el

2012 fue de un 95%, en el 2013 con un 85%, en el año 2014 el mercado fue de un 70%, en el siguiente año de 77%, seguido por el 55% en el año 2016.

Ilustración 15: PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE ECUADOR EN LAS IMPORTACIONES DE MÉXICO



Fuente: TRADE MAP

Elaborado por: CAROLINA LOOR Y LILIANA SALTOS

4.1 Segmentación del Mercado

Un mercado está compuesto por grupos o subgrupos de individuos, que poseen diferentes características, sean estas: preferencias de compra, ubicación, personalidad, capacidad de compra, etc.

Debido a esta variedad de características, existen dos razones fundamentales porque la empresa no puede implementar un plan estratégico de marketing que vaya dirigido a todo el mercado, las razones son las siguientes:

1. Alto costo de implementación.
2. No se obtendría el resultado deseado como para que sea rentable.

Por estos motivos, la empresa tiene la necesidad de dividir el mercado en grupos con características semejantes, esto les permitirá diseñar e implementar una mezcla de mercadotecnia dirigido a estos grupos, esto da resultados más eficientes y con menores costos, a esto se lo denomina *Segmentación del mercado*.

Charles W. L. Hill y Gareth Jones definen la segmentación del mercado como "la manera en que una compañía decide agrupar a los clientes, con base en diferencias importantes de sus necesidades o preferencias, con el propósito de lograr una ventaja competitiva"

Según Kotler y Armstrong (2013) la segmentación de mercado para el consumo de productos agrícolas está dividida de la siguiente manera:

Tabla 5: SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE CONSUMO

Variables de segmentación	Ejemplos
Geográfica	Naciones, regiones, estados, municipios, ciudades, vecindarios; densidad de población (urbana, suburbana, rural), clima.
Demográfica	Edad, etapa del ciclo de vida, género, ingresos, ocupación, educación, religión, origen étnico y generación.
Psicográfica	Clase social, estilo de vida, personalidad
Conductual	Ocasiones, beneficios, estatus de usuario, tasa de utilización, estatus de lealtad.

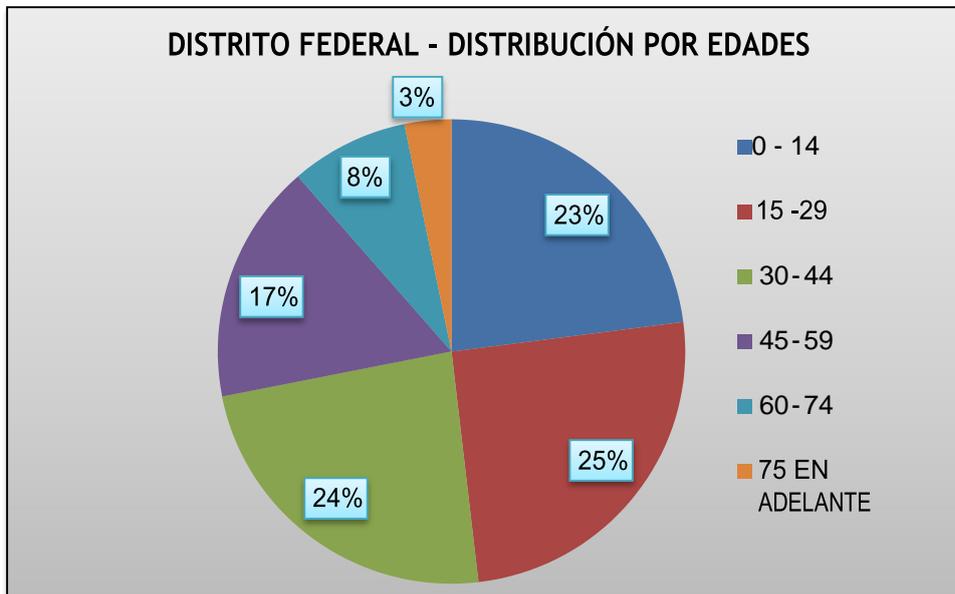
Fuente: (Kotler & Armstrong, 2013, p. 165)

Elaborado por: CAROLINA LOOR Y LILIANA SALTOS

El cacao será exportado al DF (Distrito Federal), que es la ciudad más grande de México con una población de 8'918.653 de habitantes, de acuerdo al censo realizado en el 2015.

Además, una de las grandes oportunidades que existe en el DF es el crecimiento económico, ya que en el 2016 obtuvo un crecimiento económico de 4.1%, según la Secretaría de Economía de la capital, cifra que está sobre el 2.8% del promedio nacional con respecto al mismo período del año.

Ilustración 15: POBLACIÓN – DISTRIBUCION POR EDADES DEL DF



Fuente: CONAPO, 2015

Elaborado por: CAROLINA LOOR Y LILIANA SALTOS

La empresa que recibirá nuestro producto será ECOM Agroindustrial Corp. Ltd., líder mundial en comercialización de productos básicos y gestión de la cadena de suministro sostenible. ECOM se centra principalmente en la comercialización del café, algodón, cacao, y participa en otros mercados de productos agrícolas seleccionados.

Ilustración 16: DIRECCIÓN DE LA EMPRESA COMPRADORA DE CACAO



Fuente: AGROINDUSTRIAS UNIDAS DE MEXICO

Elaborado por: CAROLINA LOOR Y LILIANA SALTOS

El cacao de fino aroma es de mayor interés en los productores de chocolate, mantequilla de cacao, cocoa, bombones y demás productos elaborados a base de esta materia prima.

Según el artículo publicado por CAPITAL, MEXICO, 2017 el Comité de Producto Cacao Nacional considera que el 80% de la producción mundial de frutos se concentra en el cacao.

Los principales productores son Ghana, Camerún, Brasil, Costa de Marfil y Ghana, estos países representan el 90% de la producción mundial del cacao.

4.2 Diferenciación y Posicionamiento.

Debido a las mejoras de los procesos de producción, al cacao ecuatoriano se lo diferencia por su calidad, gracias a esto, es el preferido por los compradores. El posicionamiento de este producto en la mente del comprador es una diferenciación grande ya que es reconocido por su sabor y aroma. Pro Ecuador , (2015) indicó que:

La importancia del cacao en el mercado mexicano es considerado como uno de los productos agrícolas más relevantes en la producción ya que se utiliza como materia prima para la obtención de diversos productos de la industria de alimentos el residuo pulverizado, que también se llama cacao, es la materia prima a partir de la cual se fabrica el chocolate (confitería, bebidas) y la grasa (manteca de cacao), que las semillas contienen en gran cantidad, se utiliza en la fabricación de medicamentos, cosméticos, la farmacéutica y jabones.

Las industrias licoreras y alimenticias usan este grano licorero, Ciudad de México (DF) es una de las industrias que usa el cacao en grano, es decir etc. Al ser un insumo o producto no terminado, se demanda en estados intermedios para luego continuar su proceso. Los estados del proceso industrial que se demandan en México son: en grano crudo o tostado, manteca de cacao y cacao en polvo; con el fin de obtener productos finales como: chocolates, chocolates rellenos, confites con chocolate, licores, etc.

El consumidor mexicano tiene diferentes gustos de sabores según estudio

realizado por el INEGI (Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía):

Consumidores	Sabores	
	Dulces	Amargos
Con mayores ingresos	50%	25%
Con ingresos medios	70%	10%

Este estudio demuestra que el sabor es una característica principal del cacao. El paladar mexicano tiene un gusto más dulce comparado con el de los extranjeros y eso influye ampliamente.

4.4 Estrategia de fijación de precio.

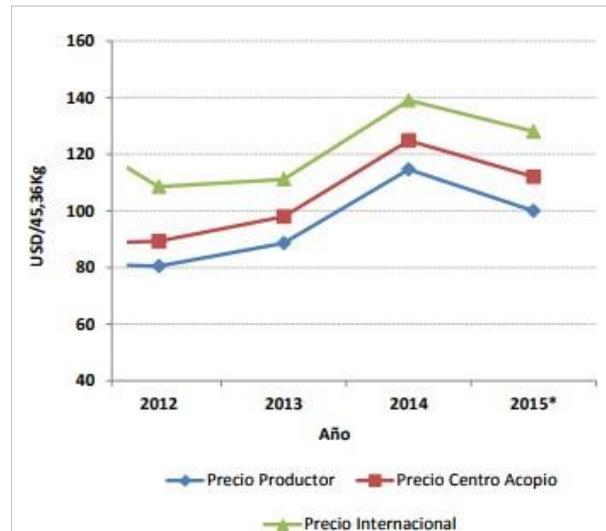
El precio de venta del cacao se mueve de acuerdo a la oferta y la demanda.

Está determinado por los precios esenciales del mercado mundial.

En el año 2014 el productor recibió hasta \$2.300 por tonelada, lo que es un equivalente al valor de \$105 por quintal. En el 2015, los productores percibieron un precio aceptable, \$125 por el quintal, los precios del quintal oscilaban entre \$135 y \$140 para el 2016. “Los precios mínimos de sustentación se dan sólo cuando hay descomposiciones en los mercados”, esto sucedió el año pasado ya que el valor del quintal disminuyó considerablemente entre \$40 y \$50 en el mes de marzo, lo que ocasionó desmotivación al agricultor en cultivar cacao porque en algunos el valor no compensaba a los costos.

La estrategia se basa en:

- ✓ Reducir precios con respecto a los de la competencia con el fin de ganar mercado.
- ✓ Otorgar descuentos por pronto pago, volumen o la temporada.



Fuente: SINAGAP, 2016

4.5 Estrategias de logística

La logística comercial del producto como el cacao abarca todas las etapas del proceso exportación, desde la siembra hasta su entrega al consumidor final, es decir hasta el mercado de la ciudad de México.

La transacción que se realizará será con ECOM una empresa que se dedica a operaciones que están involucradas en la comercialización, procesamiento, envío y entrega de productos de cacao, así como el financiamiento de agricultores locales, y participan en todos los niveles de la industria, por tanto, la presentación final y branding dependerá de la forma en que se maneja la empresa.

Según Kloter y Armstrong (p.201), la calidad afecta el rendimiento del producto o servicio; por lo tanto, está estrechamente vinculada con la satisfacción y el valor para el cliente.

El cacao será recogido de su plantación por los jóvenes del Cantón El Triunfo, quienes lo seleccionarán según su estado de madurez y calidad colocando en recipientes, luego pasará por un proceso de secado para cumplir con los requerimientos establecidos para su exportación.

4.5.1 Empaque comercial

El cacao será exportado en sacos de yute entre 64 a 69 kilos, el cacao no debe contener insectos y contar con los estándares de calidad según el contexto internacional.

Ilustración 18: CACAO EN SACOS DE YUTE



Fuente: ANECACAO

4.5.2 Rotulo

En el rotulo se podrá encontrar la siguiente información:

- ✓ Identificación del productor como: nombre del exportador, envasador o expedidor.
- ✓ Naturaleza del producto es decir el nombre del producto y la variedad.
- ✓ Origen del producto: país, región y fecha del empaque.
- ✓ Características comerciales; a que categoría pertenece, calibre, número de frutos y el peso neto.
- ✓ Simbología que señale la manipulación correcta del producto. Toda información técnica debe ser profesionalmente traducida al importador de México.
- ✓ El producto a exporta deben estar etiquetados el lugar de destino.

4.5.3 Condiciones de almacenamiento

- ✓ Utilizar pallets plásticos para que el producto no tenga contacto directo con el suelo.
- ✓ Almacenamiento en lugares secos con ventilación.
- ✓ Realizar inspecciones frecuentes y regulares con el fin de verificar los niveles de humedad, hongos, insectos, etc.
- ✓ No almacenar con otros productos.
- ✓ Prevenir niveles de condensación de humedad durante el transporte.
- ✓ Temperatura recomendada. 15 a 18 °C
- ✓ Humedad relativa, 50% ambiente seco.

El embalaje es importante para el proceso de exportación, esto ayudara a mantener la calidad de la materia prima en el trayecto del transporte y luego en la comercialización.

4.5.4 Embalaje para el transporte.

- ✓ El contenedor que utilizan es de 20 pies el cual tiene una capacidad de 181 sacos, de 40 pies en el cual caben 360 sacos de cacao.
- ✓ Palletizado.
- ✓ Uso de estibas con dimensiones de 120 x 100m.
- ✓ La altura del apilado de las paletas que se transporta en el contenedor no debe superar la medida de 2 metros, incluyendo las medidas del pallet.
- ✓ El Transporte se lo realiza via marítimo en grandes contenedores.
- ✓ Algunos países productores suelen cargar sus sacos en los contenedores, para poder tener mayor espacio disponible dentro del mismo, incrementando los costos de cargue y descargue.

Ilustración 19: CONTENEDOR DE 20 PIES



Ilustración 20: CONTENEDOR DE 40 PIES



MEDIDAS	EXTERNA		INTERNA		PUERTA ABIERTA	
	Metros	Pies	Metros	Pies	Metros	Pies
LARGO	12.19	40'	12.03	39'6"		
ANCHO	2.43	8'	2.34	7'8"	2.33	7'8"
ALTO	2.59	8'6"	2.40	8'6"	2.29	7'6"

4.5.5 Tipo de arancel

Un arancel es el impuesto o gravamen que se debe pagar por concepto de la importación o exportación de mercancías. (PRO ECUADOR , 2015)

Los dos tipos de aranceles son los siguientes:

- ✓ Ad Valorem: Es un porcentaje cobrado al valor de los bienes.

- ✓ Específico: Es un valor determinado por unidad de peso o volumen.

Según el artículo 12 del Decreto del 23 de noviembre del año 2012, emitido por la Secretaría de Economía de México a partir del 1 de enero de 2016, el cacao, pasta de cacao, manteca y aceite de Cacao entrarán a territorio mexicano exento de arancel (hasta diciembre 2015 el arancel era de 5%).

El cacao es el principal producto de exportación de Ecuador a México y a la vez, el país es el principal proveedor de este producto agrícola en México; por lo cual representa una gran oportunidad para incrementar los flujos comerciales hacia este país.

4.5.6 Requisitos para la exportación de cacao en grano

Para exportar el cacao en grano se debe seguir los siguientes pasos:

- ✓ ***Verificar Estatus Fitosanitario***

Verificar si el país de destino ha levantado las restricciones sanitarias de acceso a los productos de origen vegetal ecuatorianos a través del Estatus Fitosanitario. ¿Qué es un Estatus Fitosanitario? Consiste en la información que detalla la situación sanitaria y fitosanitaria del cacao en el Ecuador para revisión y aprobación del país de destino (análisis de riesgo de plagas, métodos de cultivo, etc.) (PROECUADOR, 2017)

- ✓ ***Registrarse en Agrocalidad***

Solicitar el Registro de Operador en la página web de Agrocalidad, se deberá ingresar la información de los sitios de operación (lugar de producción, centro de acopio, centro de procesamiento, etc.) y la información de los proveedores. (PROECUADOR, 2017)

✓ *Inspección y certificado de calidad*

El exportador debe solicitar la inspección del lote o lotes por exportar a Agrocalidad, 72 horas previas a la exportación. Luego ellos designarán a una verificadora externa a realizar la inspección. La Misma que emitirá un informe, el cual es analizado por técnicos de Agrocalidad. Si los parámetros están acordes con las normas del tipo de cacao, se emite el Certificado de Calidad previo el pago de 0,25 % del valor FOB en las cuentas de Agrocalidad en el Banco Nacional de Fomento (BNF), Banco del Pacífico o Banco de Guayaquil. Una vez aprobado el reporte, se emite al usuario un certificado y un código, los cuales conforman el registro de operador en Agrocalidad (reconocidos internacionalmente). (PROECUADOR, 2017)

✓ *Solicitar certificado fitosanitario*

El certificado fitosanitario se lo requiere por cada exportación y se lo debe solicitar máximo dos días antes del despacho de esta. Se solicita una inspección o pre-inspección (si el lugar de acopio o cultivo es fuera del lugar de salida de la carga), esto se realiza en el punto de control (aeropuertos, puertos marítimos, pasos fronterizos) o en las coordinaciones provinciales de Agrocalidad en el caso de una pre-inspección. (PROECUADOR, 2017)

✓ *Documentos requeridos*

Registro de operador, copia del certificado de embarque, factura u otro documento que indique información del envío.

4.5.7 Requisitos para exportar el producto.

Se detallan a continuación los requisitos a cumplir:

Requisitos específicos:

- El cacao a exportar debe cumplir con los requisitos que se describen en la tabla 7.
- El porcentaje de humedad del cacao será de 7%, el que será determinado o ensayado de acuerdo a lo establecido en la NTE INEN 173
- El cacao no debe tener plagas.
- Dentro del porcentaje de defectuosos el cacao beneficiado no deberá exceder del 1% de granos partidos
- El cacao beneficiado deberá estar libre de: olores a moho, ácido butírico (podrido), agroquímicos, o cualquier otro que pueda considerarse objetable.
- El cacao beneficiado, deberá sujetarse a las normas establecidas por la
- FAO/OMS, en cuanto tiene que ver con los límites de recomendación de aflatoxinas, plaguicidas y metales pesados hasta tanto se elaboren las regulaciones ecuatorianas correspondientes.
- El cacao beneficiado deberá estar libre de impurezas.

Tabla 6: REQUISITOS DE LAS CALIDADES DEL CACAO A EXPORTAR

REQUISITOS	UNIDAD	CACAO ARRIBA					CCN-51
		ASSPS	ASSS	ASS	ASN	ASE	
Cien granos pesan	g	135-140	130-135	120-125	110-115	105-110	135-140
Buena fermentación (mínimo)	%	75	65	60	44	26	65***
Ligera fermentación* (mínimo)	%	10	10	5	10	27	11
Total fermentado (mínimo)	%	85	75	65	54	53	76
Violeta (máximo)	%	10	15	21	25	25	18
Pizarroso/pastoso (máximo)	%	4	9	12	18	18	5
Moho (máximo)	%	1	1	2	3	4	1
Totales (análisis sobre 100 pepas)	%	100	100	100	100	100	100
Defectuoso (máximo) (análisis sobre 500 gramos)	%	0	0	1	3	4**	1

ASSPS	Arriba Superior Summer Plantación Selecta
ASSS	Arriba Superior Summer Selecto
ASS	Arriba Superior Selecto
ASN	Arriba Superior Navidad
ASE	Arriba Superior Época

* Colocación marrón violeta

** Se permite la presencia de granza solamente para el tipo ASE.

*** La coloración varía de marrón violeta

Fuente: ANECACAO

Requisitos complementarios:

- La bodega de almacenamiento deberá presentarse limpia y desinfectada, tanto interna como externamente, protegida contra el ataque de roedores.
- Cuando se aplique plaguicidas, se deberán utilizar los permitidos por la Ley para formulación, importación, comercialización y empleo de plaguicidas y productos afines de uso agrícola (Ley No 73).
- No se deberá almacenar junto al cacao beneficiado otros productos que puedan transmitirle olores o sabores extraños.
- Los envases conteniendo el cacao beneficiado deberán estar almacenados sobre pallets (estibas). (ANECACAO)

4.6 Estrategias promocionales

La estrategia promocional es la comunicación usada por los mercadólogos para dar a conocer el producto a los compradores potenciales.

Caliexport promocionará el cacao en:

- ✓ En ferias internacionales.

- ✓ Invitaciones a compradores potenciales, para que acudan al stand.
- ✓ Empresas que promocionen el producto.
- ✓ Ruedas de negocios.

Ilustración 21: CALENDARIO DE FERIAS

Calendario de ferias			
Mes	Días	Lugar	Feria
Abril	25 al 27	Guadalajara (México)	Expo Agrícola Jalisco
Octubre	21 al 23	Ciudad de México (México)	Festival Artesanal de Cacao y Chocolate
Octubre	24 al 26	Guadalajara (México)	FIGAP Guadalajara

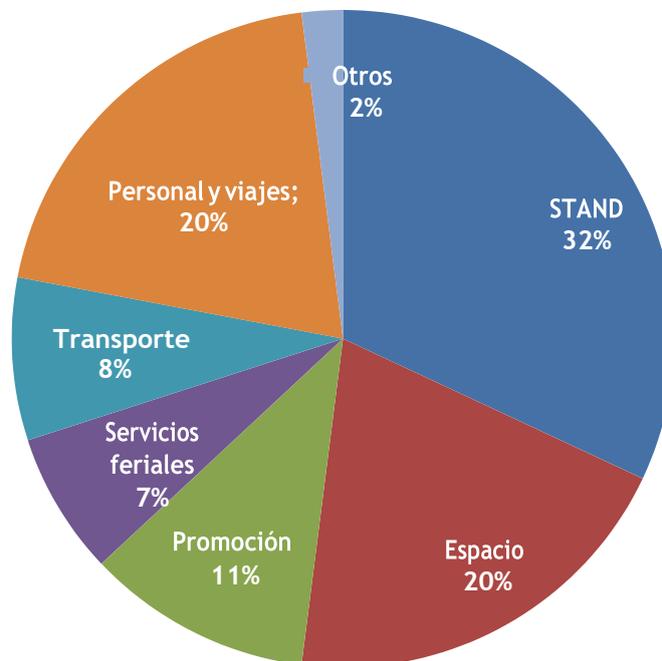
Fuente: EXPO MEXICO

Elaborado por: CAROLINA LOOR Y LILIANA SALTOS

En la ilustración 21 se visualizan las ferias en las cuales Caliexport asistirá, para dar a conocer su materia prima e incrementar su cartera de clientes.

Detalle de la publicidad para las ferias

Ilustración 22: DISTRIBUCIÓN DEL GASTO PARA LAS FERIAS INTERNACIONALES



Elaborado por: CAROLINA LOOR Y LILIANA SALTOS

Dado que la inversión total es cinco veces el coste del suelo entonces el alquiler del espacio supondrá un 20% de nuestro presupuesto.

El stand está valorado en un 32% en lo cual está incluido, el diseño del stand, la construcción de todos sus elementos, el montaje y desmontaje de este, la gráfica o el alquiler del mobiliario. Las tasas de montaje y desmontaje, el alquiler de maquinaria para carga y descarga también están considerados dentro del coste del stand ya que son conceptos que normalmente nos incluye la misma empresa que nos hace el stand.

El transporte aproximadamente el 9% de nuestro presupuesto. Esto es el transporte de los productos o piezas que vamos a exponer y que enviamos directamente desde Caliexport, así como las tasas, pagos de aduana, seguros o cualquier otro envío de mercancía que hagamos a la feria. Dentro del transporte se considera el transporte del stand y también el almacenamiento de embalajes durante la feria.

El 20% esta designado al personal y los viajes. El personal que va a atender el stand ya sea personal de CaliExport o personas externas que subcontratamos como azafatas o intérpretes. Los gastos de alojamiento, viajes y cualquier otro gasto que generen. La formación y vestimenta del personal también se incluye.

Los servicios feriales suponen un 7% del total. Esto son los servicios que contratamos directamente a la feria, como la electricidad, agua, puntos de cuelgue, Wifi, lectores de tarjetas, limpieza, o seguridad.

El 11% se llevará la promoción que se realice. Contemplamos aquí las acciones de comunicación y publicidad que llevamos a cabo. Invitaciones, anuncios en las redes sociales, promociones, material gráfico, traducciones, campañas, patrocinadores, etc.

El restante son otros gastos que pueden presentarse durante el evento. Pases extra, pases de parking, asistencia a conferencias, entradas a alguna cena o evento paralelo a la feria y cualquier gasto extra no incluido en los conceptos anteriores.

4.7 Estrategias de marketing online

En la actualidad una parte indispensable del marketing es posicionar la marca en internet, en el caso de las exportaciones se pública la información referente a la calidad del cacao ecuatoriano.

Por tal motivo se propone crear una página web en la cual se muestre paso a paso el cultivo, la cosecha y las características distintivas del cacao que lo hacen único en el mundo. Se debe mostrar el lado humano del cuidado de la recolección por parte de los productores, para tocar la parte emocional de los potenciales compradores. Se debe promocionar esta página web a la empresa ECOM que es la distribuidora en México para que promocióne y genere un valor agregado. Debido a las estacionalidades de la fruta, el distribuidor importa de distintos países dependiendo de la fecha, sin embargo, es importante darle a notar la diferencia en la calidad de la fruta.

5. ANÁLISIS FINANCIERO

5.1 Inversión

La inversión está compuesta por la inversión fija que incluye los permisos de funcionamiento, el alquiler de la oficina y la implementación de la página web con un total de \$1.435 y por los activos fijos que se adquieran para el funcionamiento de la empresa, se comprará 1 escritorio, 2 sillas giratorias, 1 archivador, 4 sillas de espera, 1 aire acondicionado, 1 computadora de escritorio, 1 impresora y 1 teléfono, 10 rozadoras que está en el rubro de maquinarias los utensilios de agricultura tal como machetes y tijeras podadora. Por último, la compra de un terreno de 200 hectáreas en el cual ya se lo compra con sembrío listo para cosechar, cada hectárea está valorada en \$12.000 lo que genera un total de \$2.406.342,00 en activos fijos.

Tabla 7: INVERSIÓN FIJA

Cantidad	Inversión fija	Valor Unitario	Valor Total
1	Permiso de funcionamiento	\$ 500,00	\$ 500,00
1	Alquiler del local	\$ 300,00	\$ 300,00
1	Página web	\$ 635,00	\$ 635,00
Total			\$ 1.435,00

Elaborado por: Carolina Loor y Liliana Saltos

Tabla 8: ACTIVOS FIJOS

Cantidad	Activos fijos	Valor Unitario	Valor Total
Muebles y enseres			
1	Escritorio	\$ 200,00	\$ 200,00
2	Sillas giratorias	\$ 109,00	\$ 218,00
1	Archivador	\$ 125,00	\$ 125,00
4	Sillas de espera	\$ 20,00	\$ 80,00
1	Aire acondicionado	\$ 399,00	\$ 399,00
Equipos de computación			
1	Computadora de escritorio	\$ 310,00	\$ 310,00
1	Impresora	\$ 295,00	\$ 295,00
Equipo de oficina			
1	Teléfono	\$ 35,00	\$ 35,00
10	Maquinaria	\$ 300,00	\$ 3.000,00

	Utensilios de Agricultura		\$ 1.680,00
1	Terreno		\$ 2.400.000,00
Total			\$ 2.406.342,00

Elaborado por: Carolina Loor y Liliana Saltos

El alquiler de la oficina está valorado en \$350 mensuales y como requisito de la dueña del local es pagar 1 mes de adelanto, es decir, para firmar el contrato pagaremos \$700 como valor inicial.

5.1.1 Capital de trabajo

Para establecer el valor del capital de trabajo primeramente se debe calcular los costos directos, gastos generales y administrativos, y los gastos de venta.

Tabla 9: COSTOS DIRECTOS

Descripción	Costo unitario	Costo por exportación
Producción(abono y fumigación)	\$ 125,00	\$ 45.000,00
Cosecha	\$ 50,00	\$ 18.000,00
Almacenamiento y empaque	\$ 1,35	\$ 486,00
Transporte terrestre	-	\$ 325,00
Transporte Marítimo	-	\$ 2.600,00
Total		\$ 66.411,00

Elaborado por: Carolina Loor y Liliana Saltos

En la tabla 10 se puede observar el costo de producción por quintal el cual está compuesto por abono que se realiza anualmente y la fumigación que se realiza semestralmente. Por otra parte, los costos de empaque están valorados en \$1.35 por quintal en los que incluye el saco de yute y sueldo que se la paga a la persona que empaqueta y almacena; cada exportación será de 1 contenedor de 40 pies que es equivalente a 360 sacos.

Tabla 10: GASTOS GENERALES Y ADMINISTRATIVOS

Descripción	Gasto por mes	Gasto Anual
Luz	\$ 19,00	\$ 228,00
Agua	\$ 8,00	\$ 96,00
Teléfono	\$ 21,00	\$ 252,00
Internet	\$ 25,00	\$ 300,00
Suministros de oficina	\$ 15,00	\$ 180,00
Salario	\$ 52.700,66	\$ 632.407,93
Alquiler	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Transporte	\$ 15,00	\$ 180,00
Capacitaciones		\$ 4.000,00
Uniforme de los trabajadores	\$ 247,92	\$ 2.975,00
Total	\$ 53.201,58	\$ 642.418,93

Elaborado por: Carolina Loor y Liliana Saltos

Las capacitaciones se darán cada tres meses a los trabajadores sobre como abonar, fumigar y podar las plantaciones de cacao para tener una excelente producción. El uniforme está compuesto por una camiseta, pantalón, gorra y botas de caucho adecuadas para el campo el que se renovará cada año.

En el rubro de sueldos y salarios está calculado para 121 personas de las cuales 119 serán encargados de los diferentes procesos de producción y de la cosecha, 1 persona será el administrador encargado de la finca y la gerente que será la persona que pase en la oficina.

Tabla 11: SUELDOS Y SALARIOS

Descripción	Nº	Días trabajados	Sueldo Básico	Aporte Patronal (11,15%)	Total mensual	Total Anual miles
Empleados	119	360	\$ 386,00	\$ 43,04	\$ 51.055,64	\$ 612.667,69
Administrador	1	360	\$ 680,00	\$ 75,82	\$ 755,82	\$ 9.069,84
Gerente	1	360	\$ 800,00	\$ 89,20	\$ 889,20	\$ 10.670,40
TOTAL			\$ 1.866,00	\$ 208,06	\$ 52.700,66	\$ 632.407,93

Elaborado por: Carolina Loor y Liliana Saltos

Tabla 12: GASTOS DE VENTA

Descripción	Gasto por mes	Gasto Anual
Publicidad	\$ 2.895,00	\$ 34.740,00
Total	\$ 2.895,00	\$ 34.740,00

Elaborado por: Carolina Loor y Liliana Saltos

La publicidad se realizará a través de páginas web.

Tabla 13: CAPITAL DE TRABAJO ANUAL

Descripción	Valor
Costos directos	\$ 970.400,00
Gastos generales y administrativos	\$ 642.418,93
Gastos de ventas	\$ 34.740,00
Total	\$ 1.647.558,93

Elaborado por: Carolina Loor y Liliana Saltos

El capital de trabajo para empezar este proyecto es de \$1.647.558,93, el cual será financiado por los accionistas y con un préstamo bancario.

5.1.2 Inversión

Este rubro está formado por la Inversión fija con un 0,04%, el activo fijo de la con el 59,34% siendo este el que tiene el valor más alto seguido por el capital de trabajo con un porcentaje 40,63% de la inversión inicial.

Tabla 14: INVERSIÓN INICIAL

Descripción	Valor	Porcentaje
Inversión Fija	\$ 1.435,00	0,04%
Activo Fijo	\$ 2.406.342,00	59,34%
Capital de trabajo	\$ 1.647.558,93	40,63%
Total	\$ 4.055.335,93	100%

Elaborado por: Carolina Loor y Liliana Saltos

5.2 Proyección de ingresos

Para elaborar los ingresos proyectados de cada año se ha utilizado datos tales como: la cantidad de exportación en la cual siempre se va a utilizar contenedor de 40 pies lleno que esto da un total de 360 quintales de cacao, por tanto en los meses de febrero, marzo, abril, septiembre, octubre y noviembre se enviará 11 contenedores por mes y en enero, mayo, junio, julio, agosto y diciembre se exportará 7 contenedores mensuales que da un total de 107 exportaciones al mercado del DF para el año 2018, debido a la entrevista realizada a un productor de la zona que comentó que estos son los meses donde hay mayor producción. Otro de los datos a utilizarse es el precio del quintal en el mercado internacional se ha tomado como base el precio de hoy (17/01/18) \$193,2 por quintal, calculándolo como estable el cual se sabe que no pasará esto porque este es un precio que puede aumentar o disminuir día a día, sin embargo esta como constante dado que la disminución de un día, se verá compensada con el aumento de cierto día y para el cálculo del ingreso anual se ha tomado como referencia que aumentará en un 1.02% promedio anual con respecto al año anterior, para considerar este porcentaje nos basamos en la información que presenta el mercado internacional con la subida y bajada de los precios y producción mensualmente en los últimos 5 años.

Tabla 15: INGRESOS PROYECTADOS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 7.418.880,00	\$ 7.567.257,60	\$ 7.718.602,75	\$ 7.872.974,81	\$ 8.030.434,30

Elaborado por: **Carolina Loor y Liliana Saltos**

5.3 Proyección de costos y gastos

A continuación, se puede observar la proyección de costos y gastos del primer año:

		-	1.000,00	-	-	1.000,00	-	-	1.000,00				
Uniforme de los trabajadores		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	247,92		247,92	247,92	247,92	247,92	247,92	247,92	247,92	247,92	247,92	247,92	\$ 247,92
Total de gastos generales y administrativos		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	52.953,66		52.953,66	52.953,66	52.953,66	52.953,66	52.953,66	52.953,66	52.953,66	52.953,66	52.953,66	52.953,66	\$ 52.953,66
Gastos de venta													
Publicidad		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	2.895,00		2.895,00	2.895,00	2.895,00	2.895,00	2.895,00	2.895,00	2.895,00	2.895,00	2.895,00	2.895,00	\$ 2.895,00
Total gastos de venta		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	2.895,00		2.895,00	2.895,00	2.895,00	2.895,00	2.895,00	2.895,00	2.895,00	2.895,00	2.895,00	2.895,00	\$ 2.895,00
Gastos financieros													
Intereses		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	8.134,00		8.028,29	7.921,73	7.814,30	7.705,99	7.596,80	7.486,73	7.375,76	7.263,88	7.151,10	7.037,40	6.922,77
Total gastos financieros		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	8.134,00		8.028,29	7.921,73	7.814,30	7.705,99	7.596,80	7.486,73	7.375,76	7.263,88	7.151,10	7.037,40	6.922,77
Total de costos y gastos		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	1.026.248,66		1.026.248,66	638.088,66	638.088,66	638.088,66	638.088,66	1.026.248,66	1.026.248,66	1.026.248,66	638.088,66	638.088,66	1.026.248,66

Elaborado por: **Carolina Loor y Liliana Saltos**

Se ha proyectado que el salario aumentará en un 3% anual y el alquiler que incrementará en un 10% cada tres años.

Tabla 17: PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS ANUALES

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos directos					
Producción(abono y fumigación)	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00
Cosecha (360 qq por export.)	\$ 1.920.000,00	\$ 1.920.000,00	\$ 1.920.000,00	\$ 1.920.000,00	\$ 1.920.000,00
Almacenamiento y empaque	\$ 34.666,67	\$ 34.666,67	\$ 34.666,67	\$ 34.666,67	\$ 34.666,67
Transporte terrestres	\$ 277.333,33	\$ 277.333,33	\$ 277.333,33	\$ 277.333,33	\$ 277.333,33
Transporte Marítimo	\$ 2.283.840,00	\$ 2.283.840,00	\$ 2.283.840,00	\$ 2.283.840,00	\$ 2.283.840,00
Total de Costos Directos	\$ 5.015.840,00	\$ 5.015.840,00	\$ 5.015.840,00	\$ 5.015.840,00	\$ 5.015.840,00
Gastos Generales y administrativos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Luz	\$ 228,00	\$ 228,00	\$ 228,00	\$ 228,00	\$ 228,00
Agua	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00
Teléfono	\$ 252,00	\$ 252,00	\$ 252,00	\$ 252,00	\$ 252,00
Internet	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Suministros de oficina	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
Salario (3%)	\$ 632.407,93	\$ 651.380,17	\$ 670.921,58	\$ 691.049,22	\$ 711.780,70
Alquiler (10% cada 3 años)	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00
Transporte	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
Capacitaciones al 35% de empleados	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
Uniforme de los trabajadores	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00
Total de gastos generales y administrativos	\$ 642.418,93	\$ 661.391,17	\$ 680.932,58	\$ 701.240,22	\$ 721.971,70
Gastos de venta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Publicidad	\$ 34.740,00	\$ 34.740,00	\$ 34.740,00	\$ 34.740,00	\$ 34.740,00
Total gastos de venta	\$ 34.740,00	\$ 34.740,00	\$ 34.740,00	\$ 34.740,00	\$ 34.740,00
Gastos financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Intereses	\$ 90.438,76	\$ 73.785,41	\$ 55.431,84	\$ 35.204,45	\$ 12.911,94
Total gastos financieros	\$ 90.438,76	\$ 73.785,41	\$ 55.431,84	\$ 35.204,45	\$ 12.911,94
Total de costos y gastos	\$ 5.692.998,93	\$ 5.711.971,17	\$ 5.731.512,58	\$ 5.751.820,22	\$ 5.772.551,70

5.4 Financiamiento

El valor total del financiamiento es de \$4.055.335,93, el cual se financiará el 75% con la aportación de los accionistas el cual da un total de \$3.055.335,93 y el restante será financiado con un préstamo bancario a la entidad financiera Banco del Fomento por un monto de \$1.000.000,00 con una tasa de interés efectiva anual del 10.21% a 5 años plazo.

Tabla 18: ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

Descripción	Valor	Porcentaje
Capital de accionistas	\$ 3.055.335,93	75%
Crédito bancario	\$ 1.000.000,00	25%
Total	\$ 4.055.335,93	100%

Elaborado por: Carolina Loor y Liliana Saltos

Tabla 19: DATOS DE CRÉDITO

Descripción	Valor
Monto de la deuda	\$ 1.000.000,00
Tasa de interés efectiva anual	10,21%
Numero de periodos cuota fija	\$ 60,00
	\$ 21.129,54

Elaborado por: Carolina Loor y Liliana Saltos

La amortización de la deuda se presenta a continuación:

Tabla 20: AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

TABLA DE AMORTIZACION						
MES	SALDO INICIAL	CUOTA	INTERES	ABONO CAPITAL	A	SALDO FINAL
1	1.000.000,00	\$ 21.129,54	\$ 8.134,00	\$ 12.995,54	\$	\$ 987.004,46
2	987.004,46	\$ 21.129,54	\$ 8.028,29	\$ 13.101,25	\$	\$ 973.903,21
3	973.903,21	\$ 21.129,54	\$ 7.921,73	\$ 13.207,81	\$	\$ 960.695,40
4	960.695,40	\$ 21.129,54	\$ 7.814,30	\$ 13.315,24	\$	\$ 947.380,16
5	947.380,16	\$ 21.129,54	\$ 7.705,99	\$ 13.423,55	\$	\$ 933.956,61
6	933.956,61	\$ 21.129,54	\$ 7.596,80	\$ 13.532,74	\$	\$ 920.423,87
7	920.423,87	\$ 21.129,54	\$ 7.486,73	\$ 13.642,81	\$	\$ 906.781,06
8	906.781,06	\$ 21.129,54	\$ 7.375,76	\$ 13.753,78	\$	\$ 893.027,28
9	893.027,28	\$ 21.129,54	\$ 7.263,88	\$ 13.865,66	\$	\$ 879.161,62
10	879.161,62	\$ 21.129,54	\$ 7.151,10	\$ 13.978,44	\$	\$ 865.183,18
11		\$	\$	\$	\$	\$

	865.183,18	21.129,54	7.037,40	14.092,14	851.091,04
12	851.091,04	\$ 21.129,54	\$ 6.922,77	\$ 14.206,77	\$ 836.884,28
13	836.884,28	\$ 21.129,54	\$ 6.807,22	\$ 14.322,32	\$ 822.561,95
14	822.561,95	\$ 21.129,54	\$ 6.690,72	\$ 14.438,82	\$ 808.123,13
15	808.123,13	\$ 21.129,54	\$ 6.573,27	\$ 14.556,27	\$ 793.566,87
16	793.566,87	\$ 21.129,54	\$ 6.454,87	\$ 14.674,67	\$ 778.892,20
17	778.892,20	\$ 21.129,54	\$ 6.335,51	\$ 14.794,03	\$ 764.098,17
18	764.098,17	\$ 21.129,54	\$ 6.215,17	\$ 14.914,37	\$ 749.183,80
19	749.183,80	\$ 21.129,54	\$ 6.093,86	\$ 15.035,68	\$ 734.148,12
20	734.148,12	\$ 21.129,54	\$ 5.971,56	\$ 15.157,98	\$ 718.990,14
21	718.990,14	\$ 21.129,54	\$ 5.848,27	\$ 15.281,27	\$ 703.708,87
22	703.708,87	\$ 21.129,54	\$ 5.723,97	\$ 15.405,57	\$ 688.303,30
23	688.303,30	\$ 21.129,54	\$ 5.598,66	\$ 15.530,88	\$ 672.772,42
24	672.772,42	\$ 21.129,54	\$ 5.472,33	\$ 15.657,21	\$ 657.115,21
25	657.115,21	\$ 21.129,54	\$ 5.344,98	\$ 15.784,56	\$ 641.330,64
26	641.330,64	\$ 21.129,54	\$ 5.216,58	\$ 15.912,96	\$ 625.417,69
27	625.417,69	\$ 21.129,54	\$ 5.087,15	\$ 16.042,39	\$ 609.375,29
28	609.375,29	\$ 21.129,54	\$ 4.956,66	\$ 16.172,88	\$ 593.202,41
29	593.202,41	\$ 21.129,54	\$ 4.825,11	\$ 16.304,43	\$ 576.897,98
30	576.897,98	\$ 21.129,54	\$ 4.692,49	\$ 16.437,05	\$ 560.460,93
31	560.460,93	\$ 21.129,54	\$ 4.558,79	\$ 16.570,75	\$ 543.890,18
32	543.890,18	\$ 21.129,54	\$ 4.424,00	\$ 16.705,54	\$ 527.184,64
33	527.184,64	\$ 21.129,54	\$ 4.288,12	\$ 16.841,42	\$ 510.343,22
34	510.343,22	\$ 21.129,54	\$ 4.151,13	\$ 16.978,41	\$ 493.364,81
35	493.364,81	\$ 21.129,54	\$ 4.013,03	\$ 17.116,51	\$ 476.248,30
36	476.248,30	\$ 21.129,54	\$ 3.873,80	\$ 17.255,74	\$ 458.992,57
37	458.992,57	\$ 21.129,54	\$ 3.733,45	\$ 17.396,09	\$ 441.596,47
38	441.596,47	\$ 21.129,54	\$ 3.591,95	\$ 17.537,59	\$ 424.058,88
39	424.058,88	\$ 21.129,54	\$ 3.449,29	\$ 17.680,25	\$ 406.378,63
40	406.378,63	\$ 21.129,54	\$ 3.305,48	\$ 17.824,06	\$ 388.554,58
41	388.554,58	\$ 21.129,54	\$ 3.160,50	\$ 17.969,04	\$ 370.585,54
42	370.585,54	\$ 21.129,54	\$ 3.014,34	\$ 18.115,20	\$ 352.470,34
43	352.470,34	\$ 21.129,54	\$ 2.866,99	\$ 18.262,55	\$ 334.207,79
44	334.207,79	\$ 21.129,54	\$ 2.718,45	\$ 18.411,09	\$ 315.796,70
45	315.796,70	\$ 21.129,54	\$ 2.568,69	\$ 18.560,85	\$ 297.235,85
46	297.235,85	\$ 21.129,54	\$ 2.417,72	\$ 18.711,82	\$ 278.524,03

47	278.524,03	\$	21.129,54	\$	2.265,51	\$	18.864,03	\$	259.660,00	\$
48	259.660,00	\$	21.129,54	\$	2.112,07	\$	19.017,47	\$	240.642,54	\$
49	240.642,54	\$	21.129,54	\$	1.957,39	\$	19.172,15	\$	221.470,38	\$
50	221.470,38	\$	21.129,54	\$	1.801,44	\$	19.328,10	\$	202.142,28	\$
51	202.142,28	\$	21.129,54	\$	1.644,23	\$	19.485,31	\$	182.656,97	\$
52	182.656,97	\$	21.129,54	\$	1.485,73	\$	19.643,81	\$	163.013,16	\$
53	163.013,16	\$	21.129,54	\$	1.325,95	\$	19.803,59	\$	143.209,57	\$
54	143.209,57	\$	21.129,54	\$	1.164,87	\$	19.964,67	\$	123.244,90	\$
55	123.244,90	\$	21.129,54	\$	1.002,47	\$	20.127,07	\$	103.117,83	\$
56	103.117,83	\$	21.129,54	\$	838,76	\$	20.290,78	\$	82.827,05	\$
57	82.827,05	\$	21.129,54	\$	673,72	\$	20.455,82	\$	62.371,23	\$
58	62.371,23	\$	21.129,54	\$	507,33	\$	20.622,21	\$	41.749,01	\$
59	41.749,01	\$	21.129,54	\$	339,59	\$	20.789,95	\$	20.959,06	\$
60	20.959,06	\$	21.129,54	\$	170,48	\$	20.959,06	\$	0,00	\$

Elaborado por: Carolina Loor y Liliana Saltos

5.5 Estado de resultados

El estado de resultados o también conocido como estado de pérdidas y ganancias para los 5 años se muestra a continuación:

Tabla 21: ESTADO DE RESULTADOS

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 7.418.880,00	\$ 7.567.257,60	\$ 7.718.602,75	\$ 7.872.974,81	\$ 8.030.434,30
(-)Costo de ventas	\$ 5.015.840,00	\$ 5.015.840,00	\$ 5.015.840,00	\$ 5.015.840,00	\$ 5.015.840,00
Utilidad Bruta	\$ 2.403.040,00	\$ 2.551.417,60	\$ 2.702.762,75	\$ 2.857.134,81	\$ 3.014.594,30
(-) Gastos generales y administrativos	\$ 642.418,93	\$ 661.391,17	\$ 680.932,58	\$ 701.240,22	\$ 721.971,70
(-)Gastos de ventas	\$ 34.740,00	\$ 34.740,00	\$ 34.740,00	\$ 34.740,00	\$ 34.740,00
Utilidad operacional	\$ 1.725.881,07	\$ 1.855.286,43	\$ 1.987.090,18	\$ 2.121.154,58	\$ 2.257.882,60
(-)Gastos financieros	\$ 2.713,16	\$ 2.213,56	\$ 1.662,96	\$ 1.056,13	\$ 387,36
Utilidad antes de imp. Y particip.	\$ 1.723.167,91	\$ 1.853.072,87	\$ 1.985.427,22	\$ 2.120.098,45	\$ 2.257.495,25
(-)15% participación de trabajadores	\$ 258.475,19	\$ 277.960,93	\$ 297.814,08	\$ 318.014,77	\$ 338.624,29
Utilidad antes de impuestos	\$ 1.464.692,72	\$ 1.575.111,94	\$ 1.687.613,14	\$ 1.802.083,68	\$ 1.918.870,96
(-)Impuesto a la renta (22%)	\$ 322.232,40	\$ 346.524,63	\$ 371.274,89	\$ 396.458,41	\$ 422.151,61
UTILIDAD NETA	\$ 1.142.460,32	\$ 1.228.587,31	\$ 1.316.338,25	\$ 1.405.625,27	\$ 1.496.719,35

Elaborado por: Carolina Loor y Liliana Saltos

5.6 Estado de Situación Inicial

Tabla 22: ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<i>Activos Corrientes</i>						
Caja y Banco	\$ 1.647.558,93	\$ 1.166.039,05	\$ 1.246.772,97	\$ 1.328.580,23	\$ 1.411.316,75	\$ 1.495.820,32
<i>Activos Fijos</i>						
Muebles enseres	\$ 1.022,00	\$ 1.022,00	\$ 919,80	\$ 817,60	\$ 715,40	\$ 613,20
Equipos de computación	\$ 605,00	\$ 605,00	\$ 605,00	\$ 605,00	\$ 605,00	\$ 605,00
Equipos de oficina	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00
Maquinaria	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Utensilios de agricultura	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00
Terreno	\$ 2.400.000,00	\$ 2.400.000,00	\$ 2.400.000,00	\$ 2.400.000,00	\$ 2.400.000,00	\$ 2.400.000,00
(-) Depreciación		\$ 603,60	\$ 603,60	\$ 603,60	\$ 603,60	\$ 603,60
<i>Activos intangibles</i>						
Permisos de funcionamiento	\$ 800,00					
Página Web	\$ 635,00					
Total Activos	\$ 4.049.335,93	\$ 1.167.097,45	\$ 1.247.729,17	\$ 1.329.434,23	\$ 1.412.068,55	\$ 1.496.469,92
PASIVOS						
<i>Pasivos Corrientes</i>						
Deuda a largo plazo	\$ 30.000,00	\$ 25.106,53	\$ 19.713,46	\$ 13.769,78	\$ 7.219,28	\$ 628,77
Total Pasivo	\$ 30.000,00	\$ 25.106,53	\$ 19.713,46	\$ 13.769,78	\$ 7.219,28	\$ 628,77
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 4.025.335,93					
Utilidad neta		\$ 1.142.460,32	\$ 1.228.587,31	\$ 1.316.338,25	\$ 1.405.625,27	\$ 1.496.719,35
Total Patrimonio	\$ 4.025.335,93	\$ 1.142.460,32	\$ 1.228.587,31	\$ 1.316.338,25	\$ 1.405.625,27	\$ 1.496.719,35
TOTAL, PASIVO + PATRIMONIO	\$ 4.055.335,93	\$ 1.167.566,85	\$ 1.248.300,77	\$ 1.330.108,03	\$ 1.412.844,55	\$ 1.497.348,12

Elaborado por: Carolina Loor y Liliana Saltos

Los valores que están registrados como caja y banco son los que se cuadraron una vez de obtener el total de pasivo más patrimonio se le restaba el total de activos fijos menos la depreciación de los muebles y enseres, equipos de computación y equipo de oficina, más el total de activos intangibles en esta cuenta se registran los permisos de funcionamiento y la inversión que se hace para obtener la página web; en la deuda a largo plazo se registró en el año 0 la deuda adquirida mediante el préstamo bancario y en el siguiente año las amortizaciones, la cuenta de capital social es el valor total que

aportaron los socios, los valores de la utilidad neta son los que dieron como resultado en el estado de pérdidas y ganancias.

5.7 Flujo de caja proyectado

A continuación, se muestra el flujo de caja proyectado, el que permitirá que se observe si existe o no una factibilidad económica.

Tabla 23: FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso		\$ 7.418.880,00	\$ 7.567.257,60	\$ 7.718.602,75	\$ 7.872.974,81	\$ 8.030.434,30
(-)Costo de ventas		\$ 5.015.840,00	\$ 5.015.840,00	\$ 5.015.840,00	\$ 5.015.840,00	\$ 5.015.840,00
(-)Gastos generales y administrativos		\$ 642.418,93	\$ 661.391,17	\$ 680.932,58	\$ 701.240,22	\$ 721.971,70
(-)Gastos de ventas		\$ 34.740,00	\$ 34.740,00	\$ 34.740,00	\$ 34.740,00	\$ 34.740,00
(-) Depreciación		\$ 603,60	\$ 603,60	\$ 603,60	\$ 603,60	\$ 603,60
(-)Gastos financieros		\$ 90.438,76	\$ 73.785,41	\$ 55.431,84	\$ 35.204,45	\$ 12.911,94
Utilidad antes de participación e impuestos		\$ 1.634.838,71	\$ 1.780.897,42	\$ 1.931.054,74	\$ 2.085.346,53	\$ 2.244.367,06
(-)15% participación de trabajadores		\$ 245.225,81	\$ 267.134,61	\$ 289.658,21	\$ 312.801,98	\$ 336.655,06
Utilidad antes de impuestos		\$ 1.389.612,90	\$ 1.513.762,81	\$ 1.641.396,53	\$ 1.772.544,55	\$ 1.907.712,00
(-)Impuesto a la renta (22%)		\$ 305.714,84	\$ 333.027,82	\$ 361.107,24	\$ 389.959,80	\$ 419.696,64
UTILIDAD NETA		\$ 1.083.898,07	\$ 1.180.734,99	\$ 1.280.289,29	\$ 1.382.584,75	\$ 1.488.015,36
(+) Depreciación		\$ 603,60	\$ 603,60	\$ 603,60	\$ 603,60	\$ 603,60
(-) Amortización		\$ 163.115,72	\$ 179.769,07	\$ 198.122,64	\$ 218.350,03	\$ 240.642,54
Inversión Inicial						
(-) Inversión Fija	\$ 1.435,00					
(-) Activo Fijo	\$ 2.406.342,00					
(-) Capital de trabajo	\$ 1.647.558,93					
Flujo de Caja	\$ - 4.055.335,93	\$ 921.385,94	\$ 1.001.569,52	\$ 1.082.770,25	\$ 1.164.838,32	\$ 1.247.976,42

Elaborado por: Carolina Loor y Liliana Saltos

Según los resultados del flujo de caja se observa resultados positivos sin embargo es necesario que saber el periodo de recuperación de la inversión.

5.8 Periodo de recuperación de la inversión

El monto de la inversión inicial es de \$4.055.335,93 la que se recuperará en 5 años restando una utilidad de \$24.729,96 en el quinto año de funcionamiento.

5.9 CAPM

CAPM (Capital Asset Pricing Model) es un modelo de valoración de activos financieros creado por William Sharpe para estimar la rentabilidad esperada en función del riesgo sistemático. A continuación, se muestra el modelo:

$$Ke = Rf + \beta (Rm - Rf) + Rp$$

Dónde:

Ke: Tasa de rentabilidad esperada de un activo concreto

Rf: Tasa libre de riesgo.

β : sensibilidad al riesgo.

Rm: Rendimiento esperado del mercado.

Rp: Riesgo país.

La tasa libre de riesgo Rf está determinada por la tasa de bonos del Tesoro estadounidense, la cual a nivel mundial es considerada como la más segura; la tasa es de 2.62% (Datosmacro, 2018). El β significa la sensibilidad al riesgo del mercado, es decir cómo se comporta el activo con respecto al mercado; β mayores a 1 significan que son muy sensibles al mercado y menores a 1 significa que no tienen mayor sensibilidad a cambios de este. Para el presente proyecto se utilizará el β igual a 0.78. El Rm o rendimiento esperado del mercado para este caso es la tasa pasiva del Ecuador la cual es

de 4.98% (Banco Central del Ecuador, 2018). El riesgo país es de 4.74% según el Banco Central del Ecuador.

A continuación, se reemplaza los valores en la fórmula.

$$K_e = 2.62\% + 0.78*(4.98\%-2.62\%) + 4.74\%$$

$$K_e = 9.20\%$$

5.10 VAN Y TIR

Según el análisis financiero el valor actual neto del proyecto es de \$4.080.065,89, por lo que se puede decir que es favorable este proyecto ya que es mayor a cero, el cual resulta muy atractivo invertir ya que los valores de este flujo de caja proyectado a 5 años traídos al presente el cual se lo realizó mediante la fórmula VNA (valores) de Excel.

La tasa interna de retorno es del 10% lo que supera a la TMAR de 9.20% por lo que se puede decir que es una inversión favorable, esta tasa se calculó utilizando la fórmula de Excel TIR(valores).

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- Este proyecto nace de un problema social en el que existen jóvenes entre 18 a 25 años de edad del cantón el triunfo, que se encuentran desempleados y se dedican a los diferentes vicios, por lo tanto, se ha creado este plan de negocio, exportadora de cacao CALIEXPORT de una gran oportunidad en México, ya que las personas de este país les gusta el chocolate dulce, el cual el cacao tiene una gran aceptación a nivel mundial.
- Las exportaciones del cacao ecuatoriano son exportadas en mayor cantidad a Estados Unidos, seguida por Holanda conocida como países bajos, siendo México el tercer destino de exportaciones de este producto.
- El Producto que más se exporta del cacao es en grano, entero o partido, crudo o tostado.
- De acuerdo a entrevistas que hemos hecho con comerciantes del sector el proyecto es muy beneficioso para ellos, ya que al vender en los comerciales de compra y venta de este producto se descuenta cierta cantidad de libras según el estado en que se venda el cacao.
- La calidad de cacao de aroma fino que tiene este producto ecuatoriano son características únicas lo cual hace atractivo el mercado de este.
- Según el análisis financiero el Valor actual neto es de \$4.055.335,93 con una TIR de 10% la cual es mayor a la tasa esperada que es de 9.2%, lo cual se puede concluir que el proyecto es rentable.
- El presente proyecto disminuiría la tasa de desempleo de los jóvenes del cantón el triunfo en un 48%. generando mejor calidad de vida de los jóvenes del cantón el triunfo.

6.2 Recomendaciones

- Participar en ferias internacionales y eventos que puedan optimizar los canales de promoción, realizar publicidad utilizando páginas web que permitan exhibir nuestro producto para darlo a conocer, aumentando así el número de clientes.
- Seguir promoviendo el cacao fino de aroma y continuar con los programas de promoción de productos ecuatorianos de exportación.
- Que el gobierno ecuatoriano impulse cada vez más proyectos que beneficien al sector agropecuario mejorando así su productividad y competitividad, para que los que tengan conocimiento del sector cacaotero puedan participar de esto.
- Mejorar la productividad del cacao en las fincas de sectores aledaños del Cantón El Triunfo, ya que esto aumentaría la oferta exportable, además es necesario mejorar el sistema de control de calidad de este producto y fortalecer los acuerdos entre los que son parte de la cadena productiva del cacao para tener una reducción de costos.

BIBLIOGRAFÍA

Agroindustrias Unidas de México. (s.f.). Recuperado el 13 de 01 de 2018, de www.cosmos.com.mx/empresa/agroindustrias-unidas-de-mexico-fz3x.html ANECACAO.

(s.f.). Recuperado el 2018 de 01 de 2018, de <http://www.anecacao.com/uploads/standard/requisitos.pdf> ANECACAO. (2015). Recuperado el 12 de 01 de 2018, de <http://www.anecacao.com/es/estadisticas/estadisticas-actuales.html>

Banco Central del Ecuador. (2018). Recuperado el 23 de 01 de 2018, de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=pasiva

Banco Central del Ecuador BCE. (2014). Estadísticas Macroeconómicas. Guayaquil. Banco Central del Ecuador BCE. (1 de Agosto de 2014). Memoria Anual del Banco Central del Ecuador.

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (s.f.). ESTADISTICAS DE COMERCIO

EXTERIOR DE BIENES. Recuperado el 12 de 01 de 2018, de <http://sintesis.bce.ec:8080/BOE/portal/1602171408/InfoView/listing/main.do?service=/common/appService.do&appKind=InfoView&isNewWindow=true&newUrl=../..%2FOpenDocument%2Fopendoc%2FOpenDocument.faces%3Fbttoken%3Dnull%26appKind%3DInfoView%26service%3D%2FInfo>

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (s.f.). Nomenglaturas Nandina. Recuperado el 12 de 01 de 2018, de

<https://www.bce.fin.ec/comercioExterior/comercio/consultaNomenclaturaNandina.jsp> Banco Central del Ecuador, B. (07 de Marzo de 2014).

Borja, J. M. (2015). Embajada del Ecuador. Recuperado el 23 de Mayo de 2015, de Embajada del Ecuador en la República Popular China: <http://www.ecuadorenchina.org.ec/ecuador-china>

Cafiero, J. (s.f.). Revista del CEI Comercio Exterior e Integración. Recuperado el 11 de Junio de 2015, de Revista del CEI:

<http://www.cei.gov.ar/userfiles/5%20Analisis%20de%20las%20exportaciones%20argentinas%20utilizando%20el%20indice%20de%20ventajas%20comparativas%20revelada%20s.pdf> Cámara de Comercio de Guayaquil. (2010). Relación Comercial Ecuador- Perú.

Guayaquil.

Cámara de Comercio Guayaquil. (2010). [lacamara.org](http://www.lacamara.org). Recuperado el 23 de Mayo de 2015, de <http://www.lacamara.org/website/images/boletines/informacion-comercial/relacion%20comercial%20ecuador%20-%20china.pdf>

Cámara de Industrias y Producción. (julio de 2014).

Cámara Empresarial Ecuatoriana. (2009). Importancia de la CAN para Ecuador.

Obtenido de

<http://www.agroecuador.com/HTML/infocamara/2009/Infocamara15052009.htm> CAPITAL, MEXICO. (JULIO de 2017). Recuperado el 13 de 01 de 2018, de

<http://www.capitalmexico.com.mx/especial/en-mexico-cuna-cacao-se-consume-menos-chocolate/>

Carbaugh, R. J. (2009). *Economía Internacional* 12th Ed. South-Western/Cengage. CEPAL. (2012). *Informe Macroeconómico Colombia*.

CEPALSTAT. (2015). CEPAL. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de CEPAL:

http://interwp.cepal.org/cepalstat/WEB_cepalstat/Perfil_nacional_social.asp?Pais=ECU&idioma=e

CNN. (28 de marzo de 2008). CNN Expansion . Obtenido de <http://www.cnnexpansion.com/economia/2008/03/28/pib-de-colombia-crece-7-52-en-2007>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (s.f.). *Indicadores de Comercio Exterior y Política Comercial: Mediciones de Dinamismo y Posición Comercial*.

Comunidad Andina. (2011). *Comunidad Andina*. Obtenido de

<http://estadisticas.comunidadandina.org/eportal>

Comunidad Andina. (2011). *Flujo de la Inversión Extranjera Directa Comunidad Andina 2001-2010*.

CONAPO. (2015). Recuperado el 13 de 01 de 2018, de

http://www.conapo.gob.mx/work/models/CONAPO/Proyecciones/Cuadernos/09_Cuadernillo_DistritoFederal.pdf

DANE. (2010). *Boletín de Prensa Comercio Exterior-Exportaciones y Balanza comercial 2010*.

DANE. (2011). *Comercio Exterior Exportaciones y Balanza Comercial 2011. Datosmacro*.

(2018). Recuperado el 23 de 01 de 2018, de <https://www.datosmacro.com/bono/usa>

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). (2006). *Informe Estadístico de Recaudo 2000-2003*.

Ecuale. (2004). Ecuale. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de Ecuale: <http://www.ecuale.com/historia.php>

El Comercio. (febrero de 2009). *El comercio Portafolio Economía y Negocios*. Obtenido de <http://elcomercio.pe/economia/negocios/pbi-alcanzo-crecimiento-84-2008-revelo-inei-noticia-246969>

Heredía, J., & Huarachi, J. (2009). *INDICE DE VENTAJA COMPARATIVA REVELADA (VCR) ENTRE PERÚ Y LOS PRINCIPALES EXPOTADORES DEL MUNDO*.

INEC. (2016). *CANTON EL TRIUNFO. GUAYAS*. INEI, I. N. (Febrero de 2014). INEI.

Investor Service S.A. (2007). *Persepectivas económicas 2007-2008*.

Krugman, P., & Obstfeld, M. (1995). *Economía Internacional, Teoría y Política* (3ra ed.). Madrid: McGraw Hill.

Levin, Richard I, Rubin, & David S. (2004). *Estadística para Administración y Economía*. Pearson Educación.

Lind, Marchal, & Wathen. (2008). *Estadística Aplicada a Los Negocios y La Economía*.

México: McGraw-Hill.

Malhotra. (2008). *Investigación de Mercados*. Pearson Education de Mexico.

Ministerio de Economía y Finanzas Publicas Bolivia. (2009). Obtenido de <http://www.economiayfinanzas.gob.bo/>

Montesino, L. J. (2008). Eumed.net. Recuperado el 2015 de Mayo de 23, de Eumed.net: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2008/jlmj.htm>

PRO ECUADOR . (2015). Recuperado el 13 de 01 de 2018, de [https://www.proecuador.gob.ec/wp-](https://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU_PPM2012_CACAO_M%C3%89XICO.pdf)

[content/uploads/2015/02/PROECU_PPM2012_CACAO_M%C3%89XICO.pdf](https://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU_PPM2012_CACAO_M%C3%89XICO.pdf)

PRO ECUADOR. (2013). Guia Comercial de Perú. Obtenido de

[http://www.proecuador.gob.ec/wp- content/uploads/2013/06/PROEC_GC2013_PERU.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/06/PROEC_GC2013_PERU.pdf)

PROECUADOR. (s.f.). Recuperado el 13 de 01 de 2018, de

[https://www.proecuador.gob.ec/wp-](https://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU_PPM2012_CACAO_M%C3%89XICO.pdf)
[content/uploads/2015/02/PROECU_PPM2012_CACAO_M%C3%89XICO.pdf](https://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU_PPM2012_CACAO_M%C3%89XICO.pdf)

PROECUADOR. (2017). Recuperado el 13 de

01 de 2018, de [https://www.proecuador.gob.ec/wp-](https://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/Flyer_CACAO_2017.pdf)

[content/uploads/2013/11/Flyer_CACAO_2017.pdf](https://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/Flyer_CACAO_2017.pdf)

R. Hernández Sampieri, C. F. (2006). Metodología de la Investigación. Mexico: McGraw-Hill.

Revista del CEI Comercio Exterior e Integración. (2005). Guayaquil.

Revista del Centro Andino de Estudios Internacionales. (2011). Las relaciones Ecuador-Colombia en perspectiva comparada. Revista del Centro Andino de Estudios Internacionales.

SINAGAP. (2016). Recuperado el 13 de 01 de 2018, de

http://sinagap.agricultura.gob.ec/phocadownload/modulos/cadenas_agroproductivas/cacao/normativa/cacao-precios.pdf

Superintendencia de Bancos y Seguros. (2011). Inversión Extranjera Directa y su Impacto en el Sistema Financiero.

The World Bank. (2015). Data World Bank. Recuperado el 23 de Mayo de 2015, de Data World Bank: <http://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL>

Tlatemoani. (s.f.). Eudmet. Recuperado el 11 de Junio de 2015, de Eudmet:

<http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/14/competitividad-desarrollo.html>

TRADE MAP. (s.f.). Recuperado el 12 de 01 de 2018, de

https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=3|218||484||18||4|1|1|2|2|1|1|1|1