

Sugar Cane Honey

— SWEETENING YOUR LIFE —

100 %
Natural



- Gabriela Estefanía Mora Punín
- Johan Eduardo Valverde Gallegos
- María Gabriela Vera Pérez

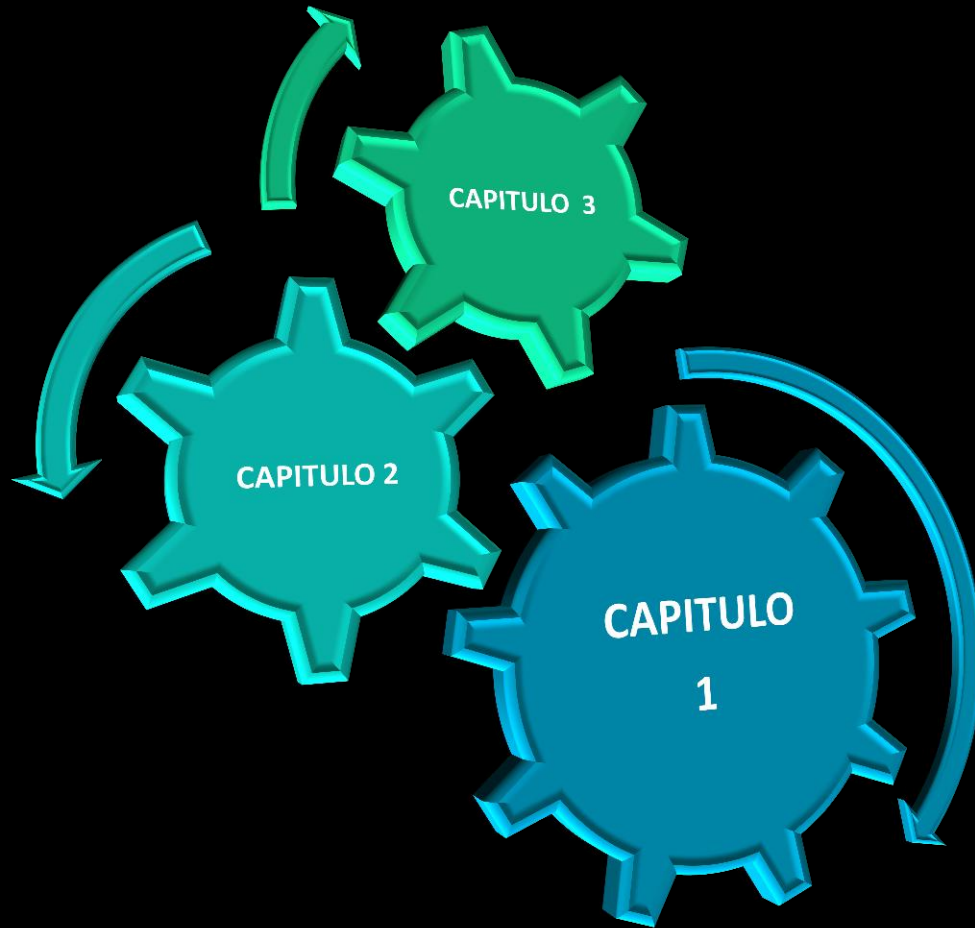


PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE MIEL DE CAÑA A LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA



Guayaquil-Ecuador
2010



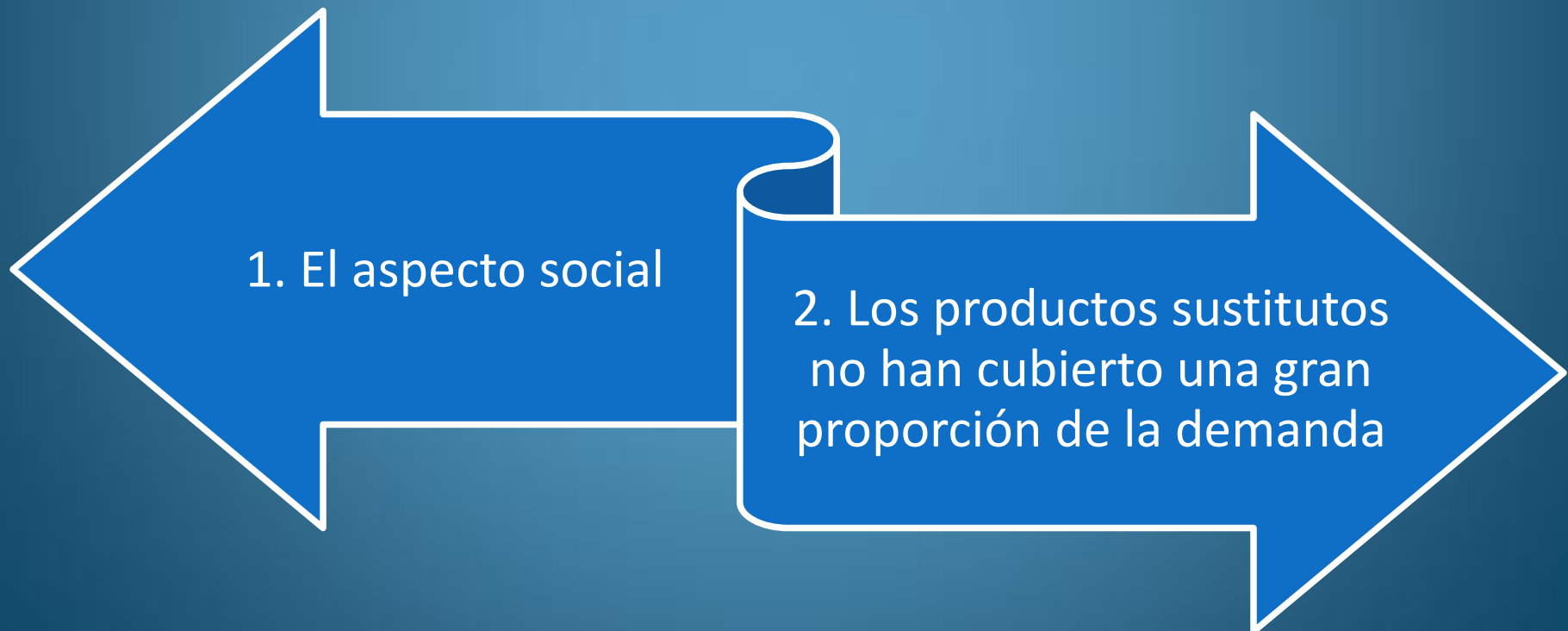


INTRODUCCIÓN

- Elaboración industrial de los productos agrícolas para darles un valor agregado.
- Según datos del 2008 del CINCAE, el área de cultivo de caña en el país es de aproximadamente 110.000 hectáreas.
- La caña de azúcar en nuestro país es considerada de buena calidad.
- La caña de azúcar posee la ventaja de poder proveer diferentes derivados.
- En la actualidad, en los Estados Unidos el porcentaje de demanda insatisfecha del consumo de miel de abeja es considerable 27%.

MARCO REFERENCIAL

- El proyecto se desarrollará en el campo agrícola nacional y contribuirá al mercado estadounidense en dos puntos primordiales:



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

- **Dos tercios de la población en los Estados Unidos tienen problemas de sobrepeso**

- **Producción de la miel de abeja es escasa en ciertas épocas del año**

- **Se han publicado noticias alarmantes sobre la mortalidad de colonias de abejas**

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

- ECUA miel S.A. se basa en un proceso industrial para la obtención de la miel de caña
- El producto final tiene una textura parecida a la miel de abeja y de sabor muy agradable. La miel o melaza de caña cuanto más oscura sea, más sabor y nutrientes tendrá.
- Las Presentaciones de ECUA miel S.A. para consumo doméstico serán de 600 gr y su línea industrial tendrá una presentación de 5 kilos.



ALCANCE

La información del proyecto se ve limitada hacia datos secundarios tomando como referencia datos históricos y estadísticos basados en la miel de abeja, debido a:

No existen datos sobre el consumo de miel de caña en los EEUU ya que es un negocio que no ha sido emprendido hasta el momento.

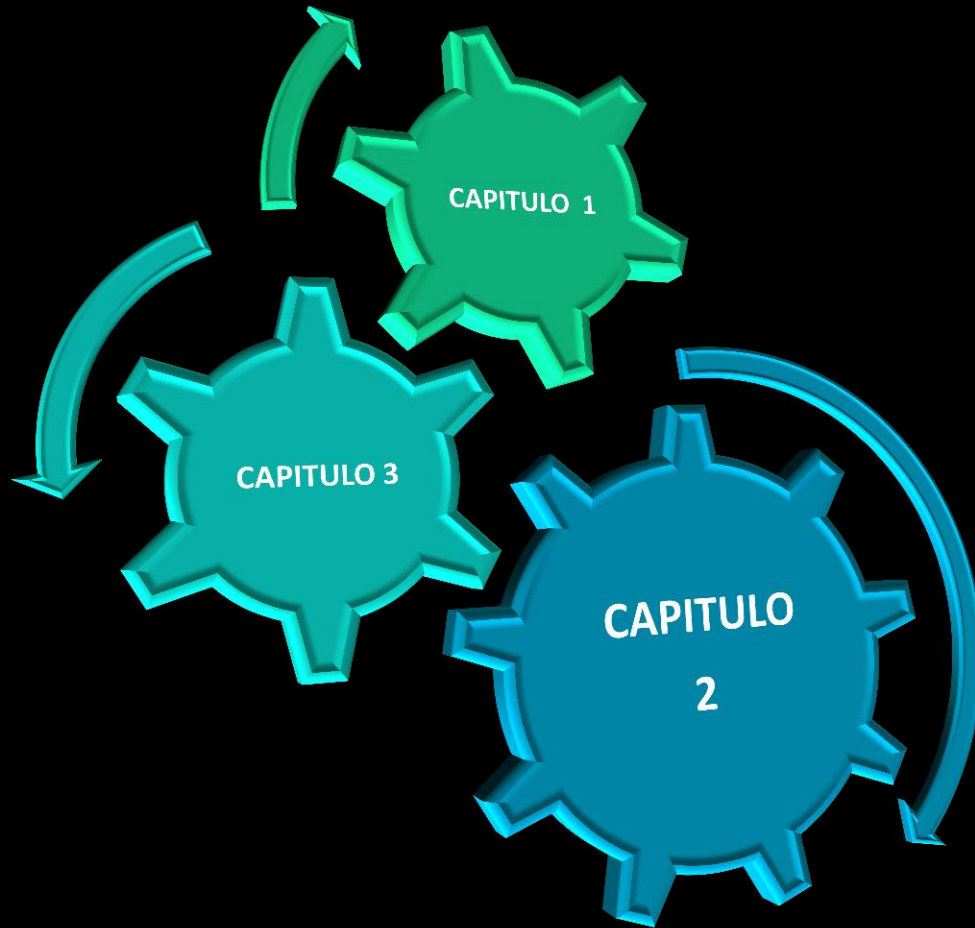
La dificultad de obtención de fuentes primarias de información como las encuestas, por el hecho de que el target se encuentra en un país extranjero (Los Ángeles, California, Estados Unidos)

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un proyecto para producir y exportar la miel de caña a los Estados Unidos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Encontrar un nicho de mercado para el producto
2. Identificar las oportunidades del mercado para la oferta del producto
3. Determinar el perfil de los clientes potenciales
4. Realizar un análisis técnico
5. Realizar un análisis financiero
6. Demostrar la factibilidad y rentabilidad del proyecto



MISIÓN

ECUAmiel S.A. tiene la misión de producir y ofrecer un producto de marca de alta calidad a precios competitivos en el mercado internacional, generar un alto grado de satisfacción en los consumidores y obtener una buena rentabilidad para asegurar el crecimiento y expansión de la compañía.

VISIÓN

Ser una compañía de alto nivel competitivo incrementando la participación de mercado en un 5% cada año durante los próximos 5 años dentro del mercado estadounidense, alcanzando los más altos niveles de productividad y calidad para continuar con la expansión internacional.

ORGANIGRAMA



PROCESO DE ELABORACIÓN DE LA MIEL DE CAÑA





PROCESO DE EXPORTACIÓN

- **Contratación del Agente Aduanero**
Mediante un Agente Afianzado de la Aduana del Ecuador
- **Documentos de Exportación**
 - Permiso Sanitario
 - Certificado de Origen
 - Partida Arancelaria
 - Documentos de Transporte
 - Guía Aérea de Exportación
 - Orden de Embarque



ANALISIS FODA

| FODA | |
|--|-----------------------------------|
| FORTALEZAS | DEBILDADES |
| Excelente calidad de la materia prima | Financiamiento |
| Vinculación con proveedores | Tecnología |
| Bajos costos de producción | Falta de información primaria |
| Facilidad para diversificar | |
| Producto Pionero | |
| | |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| Creciente demanda de productos naturales | Plagas a la plantación |
| EEUU es el segundo país importador de miel en el mundo | Barreras de entrada |
| Demanda insatisfecha | Bienes sustitutos (miel de abeja) |
| Preocupación de los americanos por el sobrepeso | Especulación de la caña de azúcar |
| | |

INVESTIGACION DE MERCADO

ANALISIS DE LA DEMANDA

Para poder estimar la demanda del producto se ha trabajado bajo varios supuestos. En primer lugar se han tomado datos referentes a la miel de abeja como el precio de mercado y el consumo de miel per cápita en libras de la ciudad de Los Ángeles, California.

| | | |
|---------------------------------|--------------|-------------------|
| POBLACION | 3'849.378 | <i>HABITANTES</i> |
| %TARGET | 62,4% | |
| TARGET | 2'402.012 | <i>HABITANTES</i> |
| CONSUMO PER-CAPITA | 1,4 | <i>LIBRAS/MES</i> |
| CONSUMO TOTAL | 3'362.816,62 | <i>LIBRAS</i> |
| % PENETRACION AL MERCADO | 5% | |
| DEMANDA DE CONSUMO | 168.140,83 | <i>LIBRAS</i> |

MATRIZ BCG

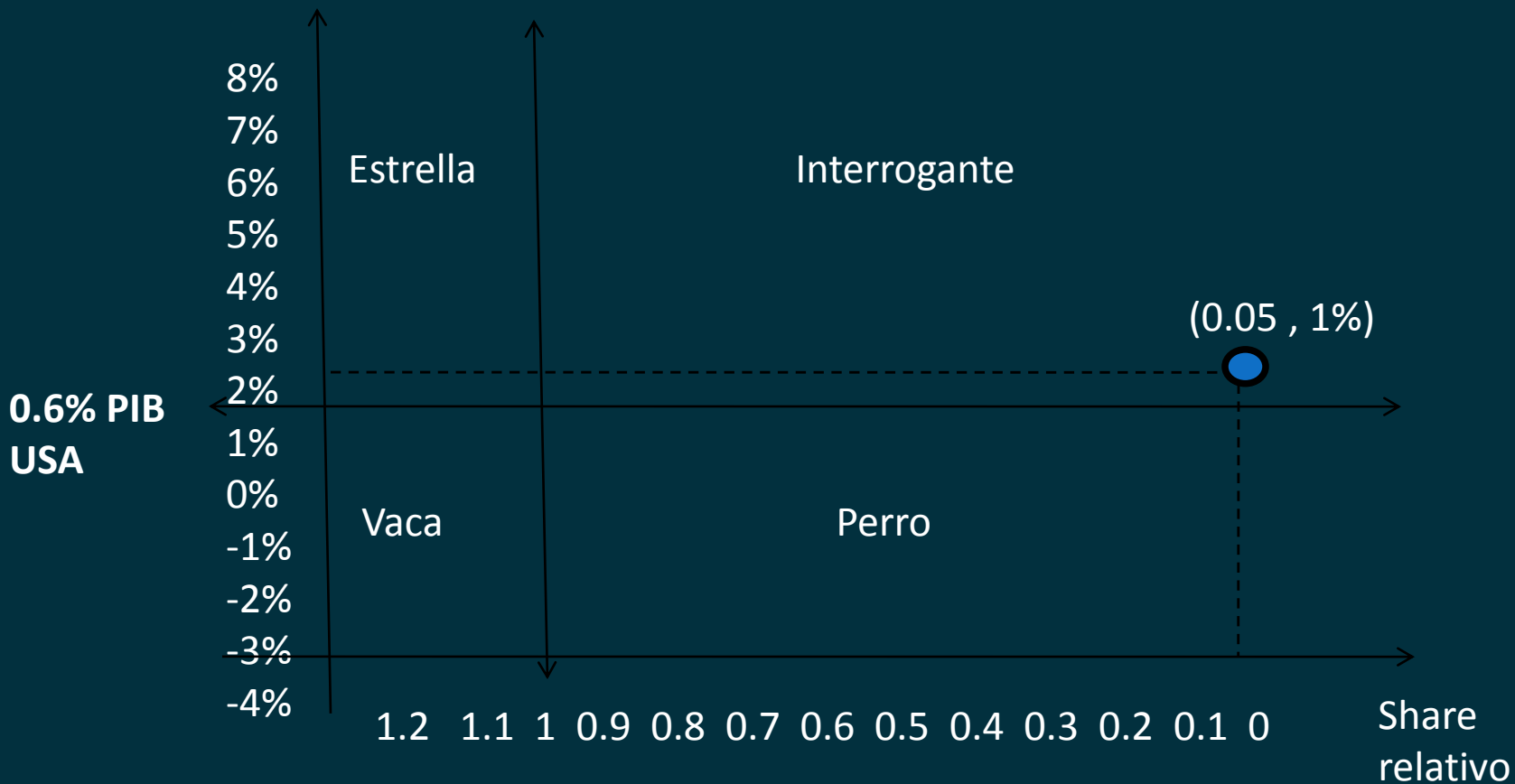
| Población de Los Ángeles | Consumo per cápita en USA (mensual) | Demanda mensual Los Ángeles (kg) | Demanda anual Los Ángeles (dólares) | % Target | Target | % de Participación de mercado | Demanda para ECUAmiel |
|--------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|----------|------------------|-------------------------------|-----------------------|
| 3849378 | 1,4 | 2449604,18 | \$ 88.185.750,55 | 62% | \$ 55.027.908,34 | 5% | \$ 2.751.395,42 |

| tasa de crecimiento poblacional USA | Población de Los Ángeles (sig. Año) | Demanda mensual Los Ángeles (kg) | Demanda anual Los Ángeles (dólares) | % Target | Target | Demanda para ECUAmiel |
|-------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|----------|-------------|-----------------------|
| 0,90% | 3884022,40 | 2471650,619 | \$ 88.979.422,30 | 62% | 55523159,52 | \$ 2.776.157,98 |

| | |
|---------------------------------|-------------------|
| Precio de la miel | \$ 3,75 |
| Mercado total importaciones USA | \$ 220.000.000,00 |
| Ventas de Canadá | \$ 52.000.000,00 |
| PIB USA | 0,60% |

| MARKET SHARE | |
|-------------------|-------|
| ECUAmiel ms | 1,25% |
| Canadá ms | 24% |
| Share relativo | 0,05 |
| Variación mercado | 1% |

Variación de mercado



MATRIZ BCG



SEGMENTACION

| MICROSEGMENTACION DEL MERCADO POTENCIAL | |
|---|--|
| VARIABLES GEOGRAFICAS | |
| PAIS | ESTADOS UNIDOS |
| ESTADO | California |
| LUGAR | Los Angeles |
| POBLACION | 3.849.378 |
| HOGARES | 1.275.412 |
| FAMILIAS | 798.407 |
| VARIABLES DEMOGARFICAS | |
| SEXO | hombre/mujer |
| EDAD | 25 en adelante |
| ACTIVIDAD | estudiante/trabaja/ama de casa |
| ESTADO CIVIL | todas |
| CLASE SOCIAL | media |
| INGRESO | \$ 3.858,33 |
| PERFIL | |
| PERSONAS QUE: | Consumen productos naturales Buscan una alimentación sana |

FUERZAS DE PORTER



Poder de Negociación de Compradores
ALTO



Poder de Negociación de Proveedores
MEDIO



Amenaza de Nuevos Entrantes
MEDIO



Amenaza de Sustitutos
ALTO



Rivalidad
BAJO

MARKETING MIX

PRODUCTO

Marca



Slogan

— SWEETENING YOUR LIFE —

Etiqueta

Tamaño



PRECIO

| MENSUAL | | | | | |
|---------|----------|---------------------|----------------|--------------------|----------|
| | CANTIDAD | COSTO DE PORDUCCION | COSTO UNITARIO | MARGEN DE GANANCIA | PRECIO |
| ENVASES | 127379 | \$ 93.805,23 | \$ 0,74 | 25% | \$ 0,92 |
| CAJAS | 5307 | \$ 93.805,23 | \$ 17,67 | 25% | \$ 22,09 |

| | ENVASES (5KG) | CAJAS |
|-------------|---------------|----------|
| UNIDADES | 15286 | 2548 |
| COSTO UNIT. | \$ 6,14 | \$ 36,82 |
| MARGEN | 25% | 25% |
| PRECIO | \$ 7,67 | \$ 46,03 |

VENTAS AL POR MAYOR CANALES DE DISTRIBUCION



PROMOCION

PROMOCIONALES

- FERIAS
- DEGUSTACIONES
- CUPONES

PUBLICITARIOS

- MEDIOS IMPRESOS
- INTERNET
- VALLAS PUBLICITARIOS



ESTUDIO TÉCNICO

NECESIDADES DE ACTIVOS

- **Planta:**

- Infraestructura
- 10 Walking talking
- Equipos de seguridad
- 1 Alarma contra incendio
- 5 Extintores grandes
- Lectores de códigos de barra
- 2 biométricos

- **Vehículos:**

- 2 Camiones
- 2 montacargas

- **Maquinarias: MARCA EQUITEK**

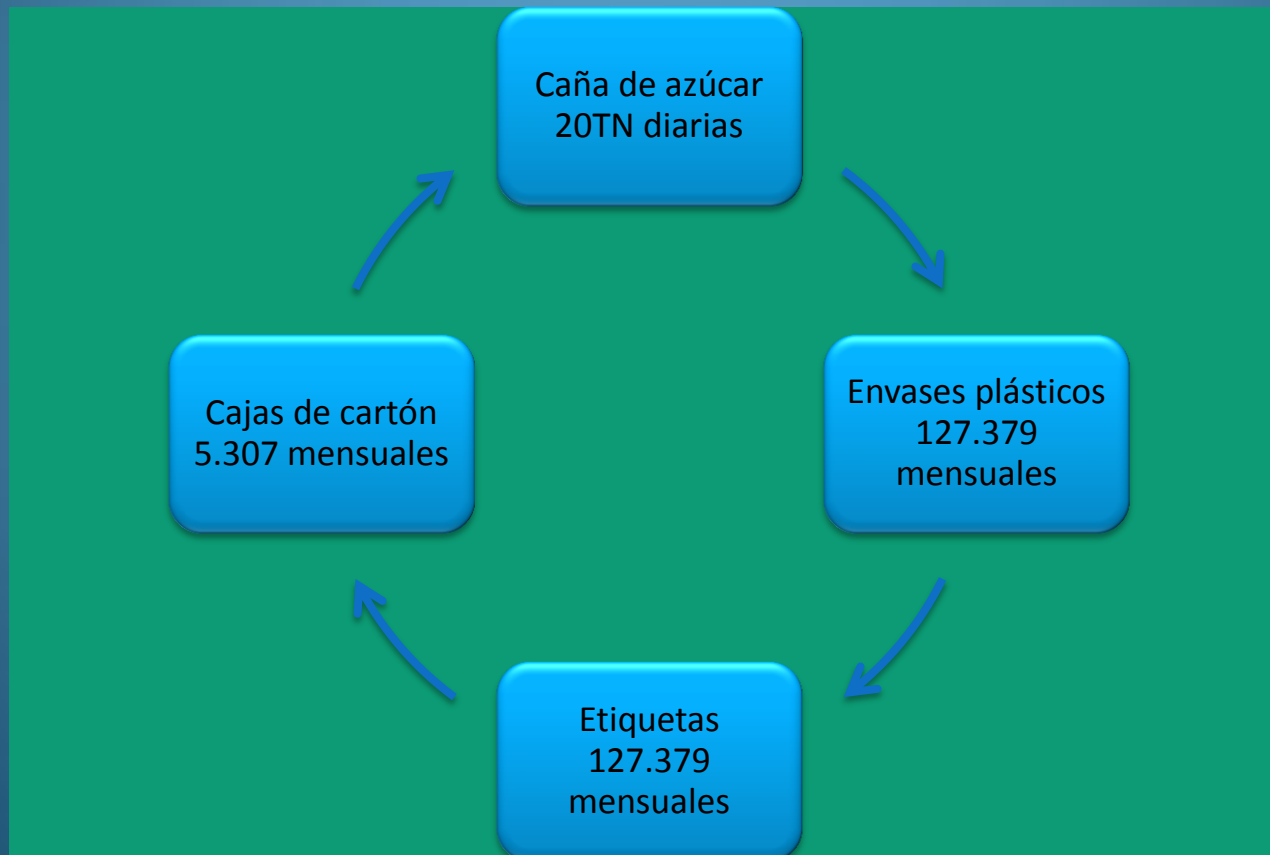
- 1 moledora (trapiche)
- 1 clarificadora
- 1 caldera
- 1 maquina envasadora
- 1 maquina etiquetadora

- **Oficina:**

- Equipos de computación:
- 23 computadoras (XTRATECH)
- 5 impresoras multifunción (LEXMARK)
- Equipos y Muebles de oficina
- 1 fotocopiadora
- 1 fax
- 12 teléfonos
- 23 escritorios
- 23 sillas
- 4 perchas
- 6 archivadores grandes
- 4 aires acondicionados
- 1 biometricos

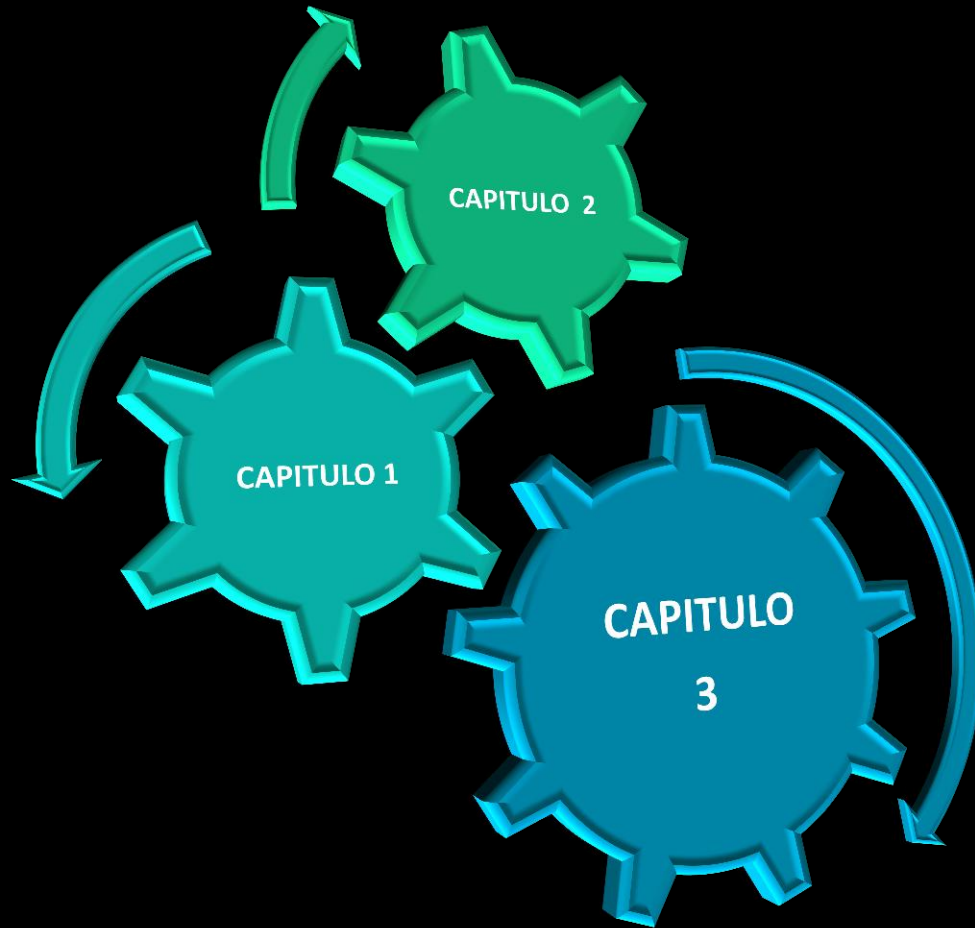
LAS CANTIDADES REQUERIDAS DE INSUMOS

Para poder cumplir con la demanda del producto (76.427,65 kg de miel mensuales) se ha determinado que los insumos necesarios son:



PLANO FUNCIONAL Y MATERIAL DE LA PLANTA





INVERSION

| INVERSION | |
|---------------------------|----------------------|
| DEPOSITO ALQUILER | \$ 2.000,00 |
| TERRENO | \$ 10.000,00 |
| INFRAESTRUCTURA DE PLANTA | \$ 13.360,00 |
| MAQUINARIAS | \$ 135.560,84 |
| EQUIPOS DE COMPUTACION | \$ 15.113,00 |
| MUBLES Y ENSERES | \$ 7.963,00 |
| VEHICULOS | \$ 62.500,00 |
| TOTAL | \$ 246.496,84 |

INGRESOS

| | | |
|---------------------------------|-----------------|-------------------|
| POBLACION | 3849378 | <i>HABITANTES</i> |
| %TARGET | 62,4% | |
| TARGET | 2402012 | <i>HABITANTES</i> |
| CONSUMO PER-CAPITA | 1,4 | <i>LIBRAS/MES</i> |
| CONSUMO TOTAL | 3362816,62 | <i>LIBRAS</i> |
| % PENETRACION AL MERCADO | 5% | |
| DEMANDA DE CONSUMO | 168140,83 | <i>LIBRAS</i> |
| PRECIO | \$ 0,92 | |
| INGRESO MENSUAL | \$ 117.256,53 | |
| INGRESO ANUAL | \$ 1.407.078,39 | |

COSTOS OPERACIONALES

| COSTOS OPERACIONALES | |
|------------------------|----------------------|
| COSTOS DE INSUMOS | \$ 706.029,10 |
| COSTOS DE ELECTRICIDAD | \$ 15.390,34 |
| COSTOS DE COMBUSTIBLE | \$ 4.954,56 |
| COSTOS DE SALARIO | \$ 53.664,00 |
| AGENCIA ADUANERA | \$ 3.840,00 |
| TOTAL | \$ 783.877,99 |

COSTOS NO OPERACIONALES

| COSTOS NO OPERACIONALES | |
|----------------------------------|----------------------|
| COSTOS DE AGUA | \$ 171,60 |
| COSTOS DE ELECTRICIDAD | \$ 2.160,00 |
| COSTOS DE TELECOMUNICACIONES | \$ 6.660,00 |
| COSTOS DE ALQUILER | \$ 12.000,00 |
| COSTOS DE SALARIOS | \$ 246.144,00 |
| COSTOS DE MANT. Y LIMPIEZA | \$ 729,12 |
| COSTOS DE SUMINISTROS DE OFICINA | \$ 2.520,00 |
| COSTOS DE PUBLICIDAD | \$ 71.400,00 |
| TOTAL | \$ 341.784,72 |

DEPRECIACION

| ACTIVOS FIJOS | VIDA UTIL | MONTO | DEPRECIACION |
|----------------------|-----------|--------------|---------------------|
| TRAPICHE INDUSTRIAL | 20 | \$ 46.512,00 | \$ 2.325,60 |
| CLARIFICADOR | 20 | \$ 25.000,00 | \$ 1.250,00 |
| ENVASADORA | 20 | \$ 36.000,00 | \$ 1.800,00 |
| ETIQUETADORA | 20 | \$ 25.000,00 | \$ 1.250,00 |
| BOMBA DE AGUA | 10 | \$ 150,00 | \$ 15,00 |
| MUBLES Y ENSERES | 10 | \$ 7.963,00 | \$ 796,30 |
| CAMIONES | 7 | \$ 42.500,00 | \$ 6.071,43 |
| MINIGRUAS | 7 | \$ 20.000,00 | \$ 2.857,14 |
| AIRES ACONDICIONADOS | 10 | \$ 1.228,84 | \$ 122,88 |
| COMPUTADORAS | 3 | \$ 13.800,00 | \$ 4.600,00 |
| IMPRESORAS | 3 | \$ 150,00 | \$ 50,00 |
| FOTOCOPIADORA | 3 | \$ 817,00 | \$ 272,33 |
| TOTAL | | | \$ 21.410,69 |

CAPITAL DE TRABAJO

| | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGOSTO | SEPTIEMBRE | OCTUBRE | NOVIEMBRE | DICIEMBRE | TOTAL ANUAL |
|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|
| CAP. OP. | \$ 32.661,58 | \$ 32.661,58 | \$ 35.927,74 | \$ 35.927,74 | \$ 39.520,52 | \$ 39.520,52 | \$ 47.424,62 | \$ 47.424,62 | \$ 56.909,54 | \$ 56.909,54 | \$ 56.909,54 | \$ 56.909,54 | \$ 538.707,09 |
| CAP. NO OP. | \$ 28.482,06 | \$ 28.482,06 | \$ 28.482,06 | \$ 28.482,06 | \$ 28.482,06 | \$ 28.482,06 | \$ 28.482,06 | \$ 28.482,06 | \$ 28.482,06 | \$ 28.482,06 | \$ 28.482,06 | \$ 28.482,06 | \$ 341.784,72 |
| TOTAL MENSUAL | \$ 61.143,64 | \$ 61.143,64 | \$ 64.409,80 | \$ 64.409,80 | \$ 68.002,58 | \$ 68.002,58 | \$ 75.906,68 | \$ 75.906,68 | \$ 85.391,60 | \$ 85.391,60 | \$ 85.391,60 | \$ 85.391,60 | \$ 880.491,81 |
| INGRESO MENSUAL | \$ 58.628,27 | \$ 58.628,27 | \$ 64.491,09 | \$ 64.491,09 | \$ 70.940,20 | \$ 70.940,20 | \$ 85.128,24 | \$ 85.128,24 | \$ 102.153,89 | \$ 102.153,89 | \$ 122.584,67 | \$ 122.584,67 | \$ 1.007.852,73 |
| DEFICIT MENSUAL | \$ -2.515,38 | \$ -2.515,38 | \$ 81,29 | \$ 81,29 | \$ 2.937,63 | \$ 2.937,63 | \$ 9.221,56 | \$ 9.221,56 | \$ 16.762,29 | \$ 16.762,29 | \$ 37.193,07 | \$ 37.193,07 | \$ 127.360,92 |
| DEFICIT ACUM | \$ -2.515,38 | \$ -5.030,75 | \$ -4.949,46 | \$ -4.868,17 | \$ -1.930,54 | \$ 1.007,08 | \$ 10.228,65 | \$ 19.450,21 | \$ 36.212,50 | \$ 52.974,79 | \$ 90.167,86 | \$ 127.360,92 | |

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

| PRESTAMO | |
|------------------------|---------------|
| INVERSION Y CAP. TRAB. | \$ 312.671,24 |
| CAPITAL PROPIO | \$ 300.000,00 |
| CAPITAL PRESTAMO | \$ 12.671,24 |
| PAGO | \$ 588,55 |
| N PERIODOS | 24 |
| INTERES ANUAL | 11% |
| INTERES MENSUAL | 0,89% |
| GASTOS FINANCIEROS | \$ 7.062,55 |

| PERIODO | PAGO | INTERES | AMORTIZACION | COSTO FINANCIERO | |
|---------|-----------|-----------|--------------|------------------|-------------|
| 0 | | | | \$ 12.671,24 | |
| 1 | \$ 588,55 | \$ 112,50 | \$ 476,05 | \$ 12.195,19 | |
| 2 | \$ 588,55 | \$ 108,27 | \$ 480,27 | \$ 11.714,92 | |
| 3 | \$ 588,55 | \$ 104,01 | \$ 484,54 | \$ 11.230,38 | |
| 4 | \$ 588,55 | \$ 99,71 | \$ 488,84 | \$ 10.741,54 | |
| 5 | \$ 588,55 | \$ 95,37 | \$ 493,18 | \$ 10.248,37 | |
| 6 | \$ 588,55 | \$ 90,99 | \$ 497,56 | \$ 9.750,81 | |
| 7 | \$ 588,55 | \$ 86,57 | \$ 501,97 | \$ 9.248,83 | |
| 8 | \$ 588,55 | \$ 82,11 | \$ 506,43 | \$ 8.742,40 | |
| 9 | \$ 588,55 | \$ 77,62 | \$ 510,93 | \$ 8.231,48 | |
| 10 | \$ 588,55 | \$ 73,08 | \$ 515,46 | \$ 7.716,01 | |
| 11 | \$ 588,55 | \$ 68,51 | \$ 520,04 | \$ 7.195,97 | |
| 12 | \$ 588,55 | \$ 63,89 | \$ 524,66 | \$ 6.671,31 | \$ 5.999,92 |
| 13 | \$ 588,55 | \$ 59,23 | \$ 529,32 | \$ 6.142,00 | |
| 14 | \$ 588,55 | \$ 54,53 | \$ 534,01 | \$ 5.607,98 | |
| 15 | \$ 588,55 | \$ 49,79 | \$ 538,76 | \$ 5.069,23 | |
| 16 | \$ 588,55 | \$ 45,01 | \$ 543,54 | \$ 4.525,69 | |
| 17 | \$ 588,55 | \$ 40,18 | \$ 548,37 | \$ 3.977,32 | |
| 18 | \$ 588,55 | \$ 35,31 | \$ 553,23 | \$ 3.424,09 | |
| 19 | \$ 588,55 | \$ 30,40 | \$ 558,15 | \$ 2.865,94 | |
| 20 | \$ 588,55 | \$ 25,44 | \$ 563,10 | \$ 2.302,84 | |
| 21 | \$ 588,55 | \$ 20,45 | \$ 568,10 | \$ 1.734,74 | |
| 22 | \$ 588,55 | \$ 15,40 | \$ 573,14 | \$ 1.161,60 | |
| 23 | \$ 588,55 | \$ 10,31 | \$ 578,23 | \$ 583,37 | |
| 24 | \$ 588,55 | \$ 5,18 | \$ 583,37 | \$ 0,00 | \$ 6.671,31 |

TASA DE DESCUENTO

CAPM

$$k_e = k_f + \beta(k_m - k_f) + r_p$$

| CAPM | | |
|----------------------|---------------|--|
| k_f | 5,22% | TASA LIBRE DE RIESGO (TESORO EEUU) |
| β | 0,69 | RIESGO DEL SECTOR ALIMENTICIO |
| k_m | 15% | TASA RENT. MERCADO |
| r_p | 8,10% | RIESGO PAIS |
| k_e | 20,07% | RENTABILIDAD EXIGIDA DEL CAPITAL PROPIO |

BALANCE GENERAL

| BALANCE GENERAL | | | |
|------------------------------|----------------------|-------------------------|----------------------|
| ACTIVOS | | PASIVOS | |
| ACTIVOS | | A LARGO PLAZO | |
| CAJA | \$ 66.174,40 | PRESTAMO | \$ 12.671,24 |
| TERRENO | \$ 10.000,00 | TOTAL PASIVO | \$ 12.671,24 |
| EDIFICIO (PLANTA) | \$ 13.360,00 | CAPITAL | |
| MAQUINARIAS | \$ 135.560,84 | PATRIMONIO | \$ 300.000,00 |
| EQUIPOS DE COMPUTACION | \$ 15.113,00 | TOTAL CAPITAL | \$ 300.000,00 |
| MUBLES Y ENSERES | \$ 7.963,00 | | |
| VEHICULOS | \$ 62.500,00 | | |
| ALQUILER PAG. POR ADELANTADO | \$ 2.000,00 | | |
| TOTAL ACTIVOS | \$ 312.671,24 | TOTAL CAP+PASIVO | \$ 312.671,24 |

ESTADO DE RESULTADOS

| INGRESOS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| VENTAS | | | | | |
| VENTAS DE CAJA DE 24 UNIDADES | \$ 1.007.852,73 | \$ 1.016.923,41 | \$ 1.026.075,72 | \$ 1.035.310,40 | \$ 1.044.628,19 |
| TOTAL DE VENTAS | \$ 1.007.852,73 | \$ 1.016.923,41 | \$ 1.026.075,72 | \$ 1.035.310,40 | \$ 1.044.628,19 |
| EGRESOS | | | | | |
| COSTOS OPERACIONALES | \$ 538.707,09 | \$ 543.555,45 | \$ 548.447,45 | \$ 553.383,48 | \$ 558.363,93 |
| COSTOS NO OPERACIONALES | \$ 341.784,72 | \$ 341.784,72 | \$ 341.784,72 | \$ 341.784,72 | \$ 341.784,72 |
| COSTOS FINANCIEROS | \$ 7.062,55 | \$ 7.062,55 | | | |
| DEPRECIACION | \$ 21.410,69 | \$ 21.410,69 | \$ 21.410,69 | \$ 16.488,36 | \$ 16.488,36 |
| TOTAL DE EGRESOS | \$ 908.965,05 | \$ 913.813,41 | \$ 911.642,86 | \$ 911.656,55 | \$ 916.637,00 |
| UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO | \$ 98.887,69 | \$ 103.110,00 | \$ 114.432,86 | \$ 123.653,85 | \$ 127.991,19 |
| PARTICIPACION DE TRABAJADORES (15%) | \$ 14.833,15 | \$ 15.466,50 | \$ 17.164,93 | \$ 18.548,08 | \$ 19.198,68 |
| UTILIDAD DESPUES DE PART. DE TRABAJADORES | \$ 84.054,53 | \$ 87.643,50 | \$ 97.267,93 | \$ 105.105,77 | \$ 108.792,51 |
| IMPUESTO A LA RENTA | \$ 21.013,63 | \$ 21.910,87 | \$ 24.316,98 | \$ 26.276,44 | \$ 27.198,13 |
| UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO A LA RENTA | \$ 63.040,90 | \$ 65.732,62 | \$ 72.950,95 | \$ 78.829,33 | \$ 81.594,38 |
| UTILIDAD NETA | \$ 63.040,90 | \$ 65.732,62 | \$ 72.950,95 | \$ 78.829,33 | \$ 81.594,38 |

PUNTO DE EQUILIBRIO

| PUNTO DE EQUILIBRIO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| DOLARES | \$ 749.419,03 | \$ 749.419,03 | \$ 734.246,75 | \$ 734.246,75 | \$ 734.246,75 |
| ENVASES 600 GR | 814117 | 814117 | 797635 | 797635 | 797635 |
| CAJAS | 33922 | 33922 | 33235 | 33235 | 33235 |

Para detallar un poco los resultados del punto de equilibrio se tiene que, el nivel mínimo mensual de venta para el primer año debe ser de 67.843 envases de 600 gr., es decir se debe exportar 2.827 cajas.

FLUJO DE CAJA

| AÑOS | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|-----------------------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| INGRESO | | \$ 1.007.852,73 | \$ 1.016.923,41 | \$ 1.026.075,72 | \$ 1.035.310,40 | \$ 1.044.628,19 | \$ 1.054.029,85 | \$ 1.063.516,11 | \$ 1.073.087,76 | \$ 1.082.745,55 | \$ 1.092.490,26 |
| COSTOS | | | | | | | | | | | |
| COSTOS OPERACIONALES | | \$ 538.707,09 | \$ 543.555,45 | \$ 548.447,45 | \$ 553.383,48 | \$ 558.363,93 | \$ 563.389,20 | \$ 568.459,71 | \$ 573.575,84 | \$ 578.738,03 | \$ 583.946,67 |
| COSTOS NO OPERACIONALES | | \$ 341.784,72 | \$ 341.784,72 | \$ 341.784,72 | \$ 341.784,72 | \$ 341.784,72 | \$ 341.784,72 | \$ 341.784,72 | \$ 341.784,72 | \$ 341.784,72 | \$ 341.784,72 |
| COSTOS FINANCIEROS | | \$ 7.062,55 | \$ 7.062,55 | | | | | | | | |
| (-) DEPRECIACION | | \$ 21.410,69 | \$ 21.410,69 | \$ 21.410,69 | \$ 16.488,36 | \$ 16.488,36 | \$ 16.488,36 | \$ 16.488,36 | \$ 7.559,78 | \$ 7.559,78 | \$ 7.559,78 |
| UTILIDAD ANTES DE PARTICIP. | | \$ 98.887,69 | \$ 103.110,00 | \$ 114.432,86 | \$ 123.653,85 | \$ 127.991,19 | \$ 132.367,57 | \$ 136.783,33 | \$ 150.167,41 | \$ 154.663,02 | \$ 159.199,09 |
| UTILIDAD TRABAJAD (15%) | | \$ 14.833,15 | \$ 15.466,50 | \$ 17.164,93 | \$ 18.548,08 | \$ 19.198,68 | \$ 19.855,13 | \$ 20.517,50 | \$ 22.525,11 | \$ 23.199,45 | \$ 23.879,86 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPTS. | | \$ 84.054,53 | \$ 87.643,50 | \$ 97.267,93 | \$ 105.105,77 | \$ 108.792,51 | \$ 112.512,43 | \$ 116.265,83 | \$ 127.642,30 | \$ 131.463,57 | \$ 135.319,22 |
| IMPUESTOS (25%) | | \$ 21.013,63 | \$ 21.910,87 | \$ 24.316,98 | \$ 26.276,44 | \$ 27.198,13 | \$ 28.128,11 | \$ 29.066,46 | \$ 31.910,57 | \$ 32.865,89 | \$ 33.829,81 |
| UTILIDAD NETA | | \$ 63.040,90 | \$ 65.732,62 | \$ 72.950,95 | \$ 78.829,33 | \$ 81.594,38 | \$ 84.384,32 | \$ 87.199,37 | \$ 95.731,72 | \$ 98.597,67 | \$ 101.489,42 |
| (+) DEPRECIACION | | \$ 21.410,69 | \$ 21.410,69 | \$ 21.410,69 | \$ 16.488,36 | \$ 16.488,36 | \$ 16.488,36 | \$ 16.488,36 | \$ 7.559,78 | \$ 7.559,78 | \$ 7.559,78 |
| INVERSIONES | \$ -307.640,48 | | | | | | | | | | |
| CAPITAL DE TRABAJO | \$ -5.030,75 | | | | | | | | | | |
| AMORTIZACION | | \$ 5.999,92 | \$ 6.671,31 | | | | | | | | |
| REC. CAP. TRABAJO | | | | | | | | | | | \$ 5.030,75 |
| PRESTAMO | \$ 12.671,24 | | | | | | | | | | |
| FLUJO DE CAJA | \$ -300.000,00 | \$ 78.451,67 | \$ 80.472,00 | \$ 94.361,64 | \$ 95.317,68 | \$ 98.082,74 | \$ 100.872,68 | \$ 103.687,73 | \$ 103.291,51 | \$ 106.157,46 | \$ 114.079,95 |

| | |
|------------|----------------------|
| VAN | \$ 345.909,22 |
| TIR | 27,60% |

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

| AÑOS | FLUJO DE CAJA | FLUJO DE CAJA ACUMULADO |
|------|---------------|-------------------------|
| 0 | -300000,00 | -300000,00 |
| 1 | 78451,67 | -221548,33 |
| 2 | 80472,00 | -141076,34 |
| 3 | 94361,64 | -46714,70 |
| 4 | 95317,68 | 48602,98 |
| 5 | 98082,74 | 146685,72 |
| 6 | 100872,68 | 247558,40 |
| 7 | 103687,73 | 351246,13 |
| 8 | 103291,51 | 454537,63 |
| 9 | 106157,46 | 560695,09 |
| 10 | 114079,95 | 674775,05 |

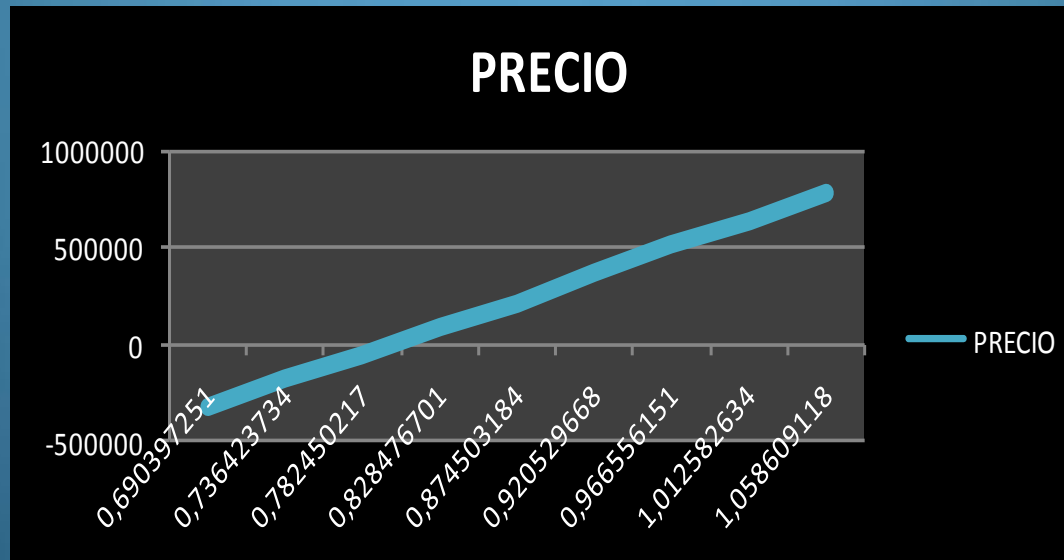
| | |
|----------------|-------------|
| PAYBACK | 3,50 |
|----------------|-------------|

| AÑOS | MESES |
|------|-------|
| 3 | 6 |

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

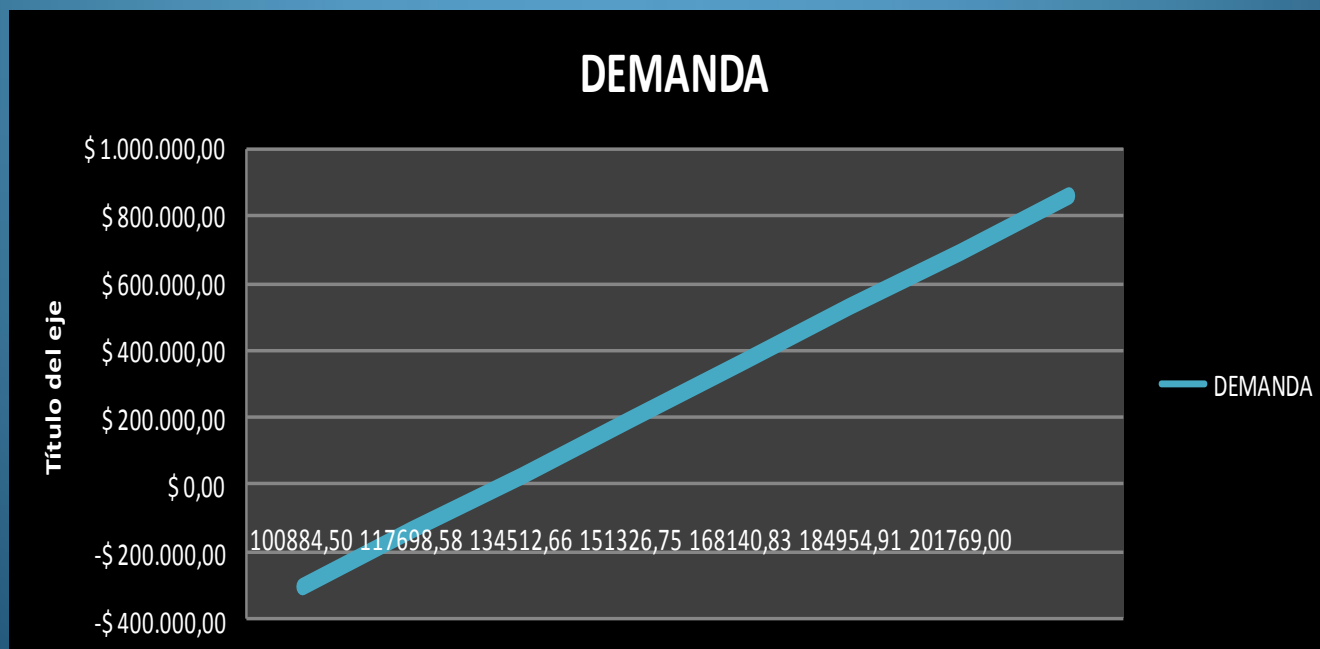
Sensibilidad del precio

| PRECIO | VAN | VARIACION | RESULTADO |
|--------|----------------|-----------|-------------|
| 0,69 | -\$ 379.597,73 | 75% | NO FACTIBLE |
| 0,74 | -\$ 222.241,20 | 80% | NO FACTIBLE |
| 0,78 | -\$ 96.355,98 | 85% | NO FACTIBLE |
| 0,83 | \$ 61.000,54 | 90% | FACTIBLE |
| 0,87 | \$ 186.885,76 | 95% | FACTIBLE |
| 0,92 | \$ 345.909,22 | 100% | FACTIBLE |
| 0,97 | \$ 501.598,81 | 105% | FACTIBLE |
| 1,01 | \$ 627.484,03 | 110% | FACTIBLE |
| 1,06 | \$ 784.840,56 | 115% | FACTIBLE |



Sensibilidad de la demanda

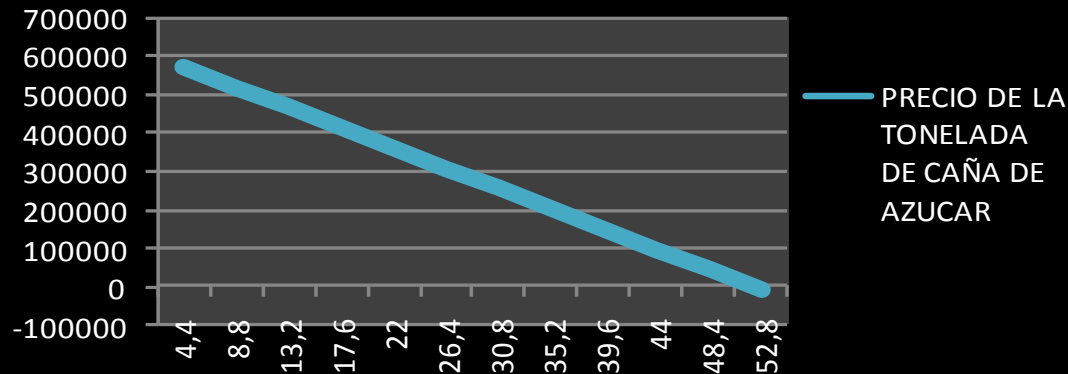
| DEMANDA (Lb) | VAN | VARIACION (10%) | RESULTADO |
|--------------|----------------|-----------------|-------------|
| 100884,50 | -\$ 350.275,07 | 60% | NO FACTIBLE |
| 117698,58 | -\$ 176.229,00 | 70% | NO FACTIBLE |
| 134512,66 | -\$ 2.182,92 | 80% | NO FACTIBLE |
| 151326,75 | \$ 171.863,15 | 90% | FACTIBLE |
| 168140,83 | \$ 345.909,22 | 100% | FACTIBLE |
| 184954,91 | \$ 519.955,30 | 110% | FACTIBLE |
| 201769,00 | \$ 694.001,37 | 120% | FACTIBLE |



Sensibilidad de costos (insumos)

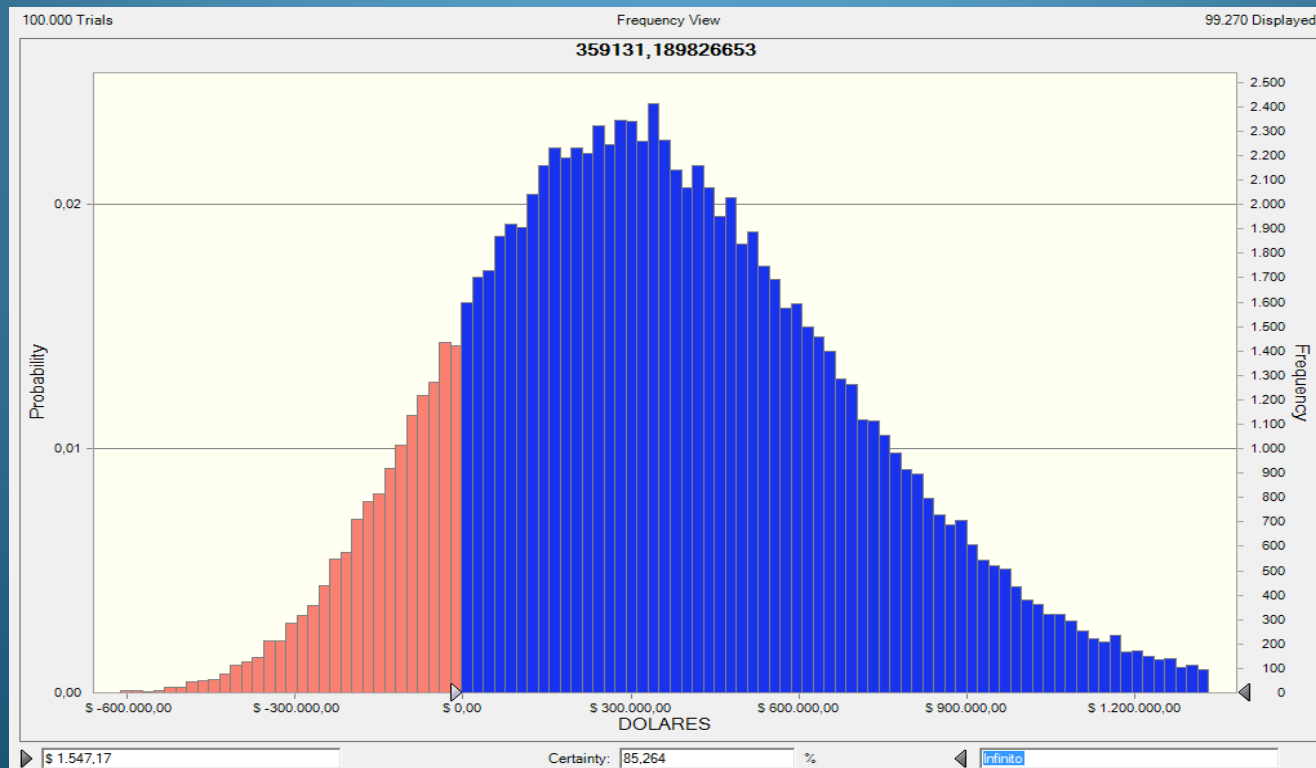
| TONELADA | VAN | VARIACION | RESULTADO |
|----------|---------------|-----------|-------------|
| 13,20 | \$ 457.574,22 | 60% | FACTIBLE |
| 17,60 | \$ 401.741,72 | 80% | FACTIBLE |
| 22,00 | \$ 345.909,22 | 100% | FACTIBLE |
| 26,40 | \$ 290.076,72 | 120% | FACTIBLE |
| 30,80 | \$ 234.244,23 | 140% | FACTIBLE |
| 35,20 | \$ 178.411,73 | 160% | FACTIBLE |
| 39,60 | \$ 122.579,23 | 180% | FACTIBLE |
| 44,00 | \$ 66.746,73 | 200% | FACTIBLE |
| 48,40 | \$ 10.914,23 | 220% | FACTIBLE |
| 52,80 | -\$ 44.918,27 | 240% | NO FACTIBLE |

PRECIO DE LA TONELADA DE CAÑA DE AZUCAR



SENSIBILIDAD CRYSTAL-BALL

- Gracias a esta simulación se pudo obtener como resultado que la probabilidad que tiene el VAN de ser negativo es del 14.74% la cual está representada por la sección roja de la grafica y la parte azul representa la probabilidad que tiene el VAN de ser mayor a cero, es decir que sea factible, este valor alcanza un 85.26%.



CONCLUSIONES

Luego de los estudios realizados para determinar la factibilidad del proyecto se tiene información suficiente para poder llegar a las siguientes conclusiones:

- El nicho de mercado está en la ciudad de Los Ángeles y el perfil del consumidor involucra personas de ambos sexos con una edad que va de 25 años en adelante.
- Se ha determinado que el proyecto beneficia también a quienes viven cerca de la Planta, ya que se abastecerán por los posibles puestos de trabajo que se generarán.
- El bajo precio del producto es atractivo para los importadores y consumidores finales por lo que puede alcanzar rápidamente gran participación en el mercado americano.
- Pese al criterio al que se sometió el proyecto en el estudio financiero se demostró la factibilidad del mismo siendo la rentabilidad del proyecto ($TIR = 27.60\%$) mayor a la rentabilidad mínima exigida por el inversionista ($TMAR = 20.07\%$).
- Un inconveniente que se encontró es que el precio es la variable de mayor sensibilidad ya que ante una disminución del mismo en un 15% el VAN se vería afectado.
- Se necesita una buena campaña de lanzamiento del producto para que el mercado objetivo se relacione con el mismo.

RECOMENDACIONES

- Al ser ECUAmiel un producto nuevo se recomienda hacer una campaña publicitaria de lanzamiento del producto dentro de la ciudad de Los Ángeles, con el fin de dar a conocer el producto.
- Dentro de esta campaña se plantea una mezcla publicitaria de impulsaciones, entrega de muestras gratis, vallas publicitarias, anuncios BTL y cupones de descuento.
- Es recomendable establecer objetivos de ventas y cumplir con ellas, de tal manera que se pueda garantizar la factibilidad del proyecto y la rentabilidad del negocio.
- Determinar si se podría expandir las actividades comerciales hacia otras ciudades de Estados Unidos u otros países en donde también se consume en cantidad la miel.
- Finalmente es necesario aplicar correctas y eficientes estrategias de marketing y negociación que direccionen al proyecto a cumplir con su visión planteada.

The logo is set within a white-bordered oval on a black background. It features a silver spoon tilted to the right, with a thick, golden honey-like substance on its bowl. A single drop of honey is falling from the tip of the spoon. The text 'Ecuamiel s.a.' is written in a bold, red, sans-serif font, with 'Ecuamiel' on the top line and 's.a.' on the bottom line. The entire logo is framed by a thick, multi-colored border consisting of yellow, red, and blue curved lines.

Ecuamiel s.a.

GRACIAS