

Autores:

Jenny Andrea Maingon García

Joseline del Cisne Flores Palacios

Título del trabajo:

**EXPORTACIÓN DE COCO Y SUS DERIVADOS A EUROPA Y
NORTEAMÉRICA.**

Trabajo de Conclusión de Carrera (TCC) presentado como requisito parcial para la obtención del grado en Ingeniería en Comercio Exterior y Transporte Marítimo de la Facultad Del Mar y Medio Ambiente.

UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO

GUAYAQUIL, 2018

RESUMEN

MAINGON, Jenny, FLORES, Joseline, **Exportación del coco y sus derivados a los mercados Europeo y Norteamericano.** Guayaquil: UPACIFICO, 2018. 209p. Blgo.Mario Alberto Palacios Moreno (Trabajo de Conclusión de Carrera – TCC presentado a la Facultad Del Mar y Medio Ambiente de la Universidad Del Pacífico).

Resumen: Se realizó un plan de negocios para la empresa ECUACOCO S.A., el mismo que tiene el propósito de plantear diferentes estudios que demuestren la viabilidad de la inversión en esta empresa la cual se dedicaría a la producción de derivados del coco para exportarlos hacia diferentes mercados como Norteamérica y Europa. Un plan de negocios que permite al inversionista realizar proyecciones del mercado, de la producción, de los costos y gastos que se incurrirá en la implementación del proyecto a fin de conocer si es rentable, el tiempo que tomaría recuperar la inversión y los procesos que se deben realizar para el éxito de la empresa. Con la realización del presente plan de negocios se plantea un estudio profundo del proyecto que se pretende emprender y que permitirá ser parte importante en el desarrollo del país y de familias ecuatorianas que se verán beneficiadas con este emprendimiento, puesto que se generará el ingreso de divisas que ayudarán a diversificar la producción en un país eminentemente agrícola, contribuyendo al desarrollo económico y social de los productores, y trabajadores de forma general.

Palabras claves: Negocios, exportación, administración, inversión, emprendimiento, coco.

	ENTREGA DE TRABAJO (CONCLUSIÓN DE CARRERA DE GRADO)	Fecha: 09/07/2015
	PA-FR-67	Versión: 001 Página: III de 1

DECLARACIÓN

Nosotras, Jenny Andrea Maingon García y Joseline del Cisne Flores Palacios declaramos ser las autoras exclusivas del presente Trabajo de Conclusión de Carrera.

Al presentar este Trabajo de Conclusión de Carrera como uno de los requisitos previos para la obtención del grado de **Ingeniería Comercio Exterior y Transporte Marítimo** de la Universidad Del Pacífico, hago entrega del documento digital, a la Biblioteca de la Universidad

Todos los efectos académicos y legales que se desprendieren de la misma son de nuestra responsabilidad, certificamos estar de acuerdo en que se realice cualquier consulta de este Trabajo de Conclusión de Carrera dentro de las Regulaciones de la Universidad, acorde con lo que dictamina la L.O.E.S. 2010 en su Art. 144. Conforme a lo expresado, adjunto a la presente, se servirá encontrar cuatro copias digitales de este Trabajo de Conclusión de Carrera para que sean reportados en el Repositorio Nacional conforme lo dispuesto por el SENESCYT.

Por medio del presente documento cedemos nuestros derechos de autores a la Universidad Del Pacífico para que pueda hacer uso del texto completo del trabajo de conclusión de carrera a título "Exportación del coco y sus derivados a Europa y Norteamérica" con fines académicos y/o de investigación.

Para constancia de esta declaración, suscribe


 Jenny Andrea Maingon Garcia


 Joseline del Cisne Flores Palacios

**Estudiante de la Facultad de Negocios
Universidad Del Pacífico**

Fecha:	Guayaquil, 05 julio del 2018
Título de T.C.C.:	Exportación de Coco y sus Derivados a Europa y Norteamérica
Autor:	Andrea Maingon Garcia / Joseline Flores Palacios
Tutor:	Master Mario Palacios
Miembros del Tribunal:	Master Ingrid Soto Master Rubén Mazón
Fecha de calificación:	Julio del 2018

CERTIFICACIÓN

Yo, Mario Alberto Palacios Moreno, docente de la Facultad del Mar, como Director del presente Trabajo de Conclusión de Carrera, certifico que las Srtas. Jenny Andrea Maingon García y Joseline del Cisne Flores Palacios, egresadas de esta institución, son autoras exclusivas del presente trabajo, el mismo que es auténtico, original e inédito.

Blgo. Mario Alberto Palacios Moreno

Universidad Del Pacífico

DOCUMENTO DE CONFIDENCIALIDAD

Al presentar este trabajo de Conclusión de Carrera como uno de los requisitos previos para la obtención del grado de Ingeniera en Comercio Exterior y Transporte Marítimo de la Universidad Del Pacífico, hago entrega del documento en ciernes, a la Biblioteca de la universidad para uso de este trabajo investigativo un documento disponible para su lectura.

Las estudiantes han certificado estar de acuerdo en que se realice cualquier consulta de este Trabajo de Conclusión de Carrera dentro de las regulaciones de la Universidad, según como lo dictamina la L.O.E.S. 2010 en su artículo 144.

Conforme a lo expresado, adjunto a la presente se servirá encontrar cuatro copias digitales de este Trabajo de Conclusión de Carrera para que ingresen a custodia de la Universidad Del Pacífico, los mismos que podrán ser utilizados para fines académicos y de investigación.

Para constancia de esta declaración suscribe.

Jenny Andrea Maingon García
Estudiante Facultad del Mar
Universidad Del Pacífico

Joseline del Cisne Flores Palacios
Estudiante Facultad del Mar
Universidad Del Pacífico

Fecha:	Abril 2018
Título de T.C.C.:	Exportación de coco y sus derivados a Europa y Norteamérica
Autoras:	Jenny Andrea Maingon García Joseline del Cisne Flores Palacios
Tutor:	Mario Palacios Moreno
Miembro del Tribunal:	Ruben Mazon, Ingrid Soto
Fecha sustentación y/o fecha calificación:	Guayaquil, Julio del 2018

AGRADECIMIENTO

A Dios por sus infinitas bendiciones.

A mis padres por sus sabios consejos y apoyo incondicional.

También quiero agradecer a mi compañera Joseline Flores por brindarme su amistad y esfuerzo para poder culminar juntas nuestro anhelo.

A mis profesores y al personal administrativo de la Universidad del Pacífico por haberme permitido llegar hasta este punto tan importante en mi vida.

A mi tutor de tesis Biólogo Mario Palacios por su inagotable ayuda y paciencia.

Por brindarme en estos años conocimientos académico e intelectual para lograr mi objetivo.

Andrea Maingon García

Expreso mi infinito agradecimiento de forma muy especial a Dios, a mi familia y amigos por permitirme haber llegado a esta importante instancia de mi vida, en la cual he sabido luchar con la fuerza de su mando y he salido adelante en este arduo camino del saber.

A mi compañera y amiga Andrea Maingon que gracias a su apoyo y conocimiento hizo de esta experiencia una de las más especiales.

De la misma manera agradezco a cada uno del personal docente de la Universidad del Pacífico quienes con sus conocimientos, paciencia y abnegada vocación han sabido guiarme por el camino del bien y del éxito profesional.

Joseline Flores Palacios

DEDICATORIA

Quiero dedicar este proyecto de culminación de carrera a quienes me han estado apoyando en cada momento para seguir adelante con mis objetivos.

A mi madre Marisol García Calero por su infinito cariño y comprensión porque ha estado conmigo en los buenos y malos momentos y con su esfuerzo ha hecho posible que yo culmine esta etapa de mi vida.

A mi padre Víctor Maingon Martínez por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad y brindarme su apoyo incondicional.

A mi abuela María Nieves Calero a quién siempre preferí llamar Mamita Marujita, por ser una mujer excepcional, por inculcarme los valores de honestidad y respeto. Aunque ya no está mi lado, su cariño siempre prevalece en mi corazón.

Andrea Maingon García

Dedico mi trabajo a Dios, Creador de todas las cosas, el que me ha dado fortaleza para continuar cuando he estado a punto de caer; por ello, con toda humildad que puede emanar mi corazón, le doy gracias.

De igual forma, dedico esta tesis a mis padres que han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles.

A toda mi familia en general, por brindarme su apoyo incondicional y compartir conmigo buenos y malos momentos.

Joseline Flores Palacios

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	; Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN	IV
DOCUMENTO DE CONFIDENCIALIDAD	V
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VII
ÍNDICE GENERAL	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS	XIV
ÍNDICE DE TABLAS	XVI
INTRODUCCIÓN	1
RESUMEN EJECUTIVO	4
I. METODOLOGÍA	5
I. A. Métodos de investigación	5
I. A. 1. Deductivo	5
I. A. 2. Analítico	5
I. B. Tipos de investigación	5
I. B. 1. Investigación descriptiva	6
I. B. 2. Investigación de campo	6
I. B. 3. Investigación bibliográfica	6
I. C. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	7
I. C. 1. Técnicas	7
I. C. 1. a. Entrevista	7
I. C. 1. b. Encuesta	8

I. C. 2. Instrumentos	8
I. D. Delimitación del universo	8
I. D. 1. Población	8
I. D. 2. Muestra	9
II. CAPÍTULO III: FORMULACIÓN GENERAL	10
II.A. Fundamentos teóricos	10
II.A.1. Estudios de factibilidad	10
II.A.1.a Estudio de mercado	10
II.A.1.b Estudio técnico	11
II.A.1.c Estudio legal y ambiental	12
II.A.1.d Estudio administrativo	13
II.A.1.e Estudio financiero	13
II.A.2. Las exportaciones	13
II. A. 3. El coco	20
II.A.3.a. Características del coco	22
II.A.3.b. Beneficios para la salud	23
II.A.3.c. Propiedades nutricionales	23
II.A.3.d. Zonas de cultivo	24
II. A. 3. e. Derivados del coco	25
II. A. 3. e. (1) Agua de coco embotellada	25
II. A. 3. e. (2) Fibra de coco	26
II. A. 3. f. Las exportaciones del coco	26
II. A. 4. El mercado Europeo	27
II.A.4.a. El mercado Alemán	30
II. A. 5. El mercado Norteamericano	33

II. B. Planteamiento del problema	34
II. C. Objetivo	35
II. C. 1. Objetivo General	35
II. C. 2. Específicos	35
II. D. Justificación	36
III. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	38
III.A. Estudio de mercado.....	38
III. A. 1. Análisis de la demanda	39
III. A. 1. a. Necesidades de los clientes	39
III. A. 1. b. Distribución geográfica del mercado de consumo.....	40
III. A. 1. c. Comportamiento histórico de la demanda	40
III. A. 1. d. Proyección de la demanda	41
III. A. 1. e. Tabulación de datos de fuentes primarias.....	42
III. A. 1. e. 1. Encuesta realizada a los empresarios de la ciudad de Hamburgo sobre la importación de la fibra de coco.	43
III. A. 1. e. 2. Encuesta realizada sobre el agua de coco en la ciudad de Miami. ..	49
III. A. 1. e. 3. Encuesta realizada a los productores de coco en Ecuador.....	59
III. B. 1. Análisis de la oferta	67
III. B. 1. b. Características de los principales productores	67
III. B. 1. c. Proyección de la oferta.....	69
III. B. 1. d. Conclusiones generales y sobre las estadísticas estudio de mercado .	72
III. C. 1. Definición del Producto	73
III. C. 2. Análisis de precios	78
III. C. 2. a. Determinación del precio promedio.....	79
III. C. 2. b. Análisis histórico y proyección de precios	79

III. C. 3. Plaza.....	80
III. C. 4. Canales de comercialización.....	81
III. C. 4. a. Descripción de los canales de distribución	81
III. C. 4. b. Ventajas y desventajas de los canales previstos	82
III. C. 4. c. Descripción operativa de la trayectoria de comercialización.....	82
III. B. Estudio técnico.....	85
III. B. 1. Factores que determinan la localización	85
III. B. 1. a. Definición de la localización.....	86
III. B. 2. Cadena Valor	88
III. B. 3. Inversiones del proyecto	94
III. B. 3. a. Inversiones en obras físicas que den soporte a las ventas.....	94
III. B. 3. b. Inversiones en equipamiento que den soporte a las ventas.....	94
III. B. 3. c. Balance de personal.....	95
III. B. 3. d. Balance de materiales	96
III. B. 3. e. Balance de insumos generales.....	97
III. B. 3. f. Determinación de los costos de la operación administración.....	99
III. C. Estudio legal y ambiental.....	100
III. C. 1. Leyes y ordenanzas	100
III. C. 1. a. Código Tributario.....	100
III. C. 1. b. Código de Trabajo y Ley de Seguridad Social	100
III. C. 1. c. Ley de Aduanas.....	101
III. C. 1. d. Código de Salud Pública.....	101
III. C. 1. e. Código ambiental	101
III. C. 1. f. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.....	102
III. C. 1. g. Normas de Agrocalidad	102

III. C. 1. h. Ordenanzas Municipales	102
III. C. 2. Estudio ambiental	103
III.D. Estudio administrativo	107
III. D. 1. Directrices de la empresa.....	107
III. D. 2. Misión, Visión y Valores Organizacionales	108
III. D. 2. a. Misión	108
III. D. 2. b. Visión.....	108
III. D. 2. c. Valores Organizacionales	108
III. D. 3. Estructura organizacional	109
III. D. 3. a. Análisis y Valoración de Puestos.....	110
III. D. 3. b. Manual de Funciones	111
III. D. 3. c. Sistema de Remuneraciones y compensaciones	116
III. D. 4. Selección de la Estrategia Competitiva	117
III. D. 4. a. Posicionamiento Estratégico	117
III.E. Estudio financiero	117
III. E. 1. Inversiones del proyecto	117
III. E. 2. Determinación de la inversión inicial en activos fijos que den soporte a las ventas.....	118
III. E. 3. Proyección de ventas anuales para cada uno de los cinco años	120
III. E. 4. Proyección de ventas mensual para el primer año	121
III. E. 4. a. Inversiones en capital de trabajo que den soporte a las ventas	122
III. E. 4. b. Estado de resultados	123
III. E. 4. c. Balance General.	124
III. E. 4. d. Análisis de sensibilidad.....	125
III. E. 4. e. Análisis de escenarios	126

III. E. 5. Valor de desecho en el año 5.....	130
III. E. 6. Evaluación del proyecto.....	130
III. E. 6. a. Estimación de la tasa de descuento (costo promedio ponderado de capital)	130
III. E. 6. b. Flujo de caja.....	132
III. E. 6. c. Cálculo del VAN.....	133
III. E. 6. d. Cálculo de la TIR.....	133
III. E. 6. e. Tiempo de recuperación de la inversión.....	134
III. E. 6. f. Cálculo de las razones financieras del proyecto.....	134
III. E. 6. g. Resultados y consideraciones de la evaluación.....	136
IV. CONCLUSIONES O RECOMENDACIONES.....	138
Conclusiones.....	138
Recomendaciones.....	139
BIBLIOGRAFÍA.....	141
ANEXOS.....	145

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Exportaciones Ecuatorianas por continente	14
Figura 2 Evolución de las exportaciones totales del Ecuador	14
Figura 3 Detalle de las exportaciones según clasificación CUCI en miles USD FOB	15
Figura 4 Evolución de las exportaciones no petroleras	16
Figura 5 Detalle de las exportaciones no petroleras	16
Figura 6 Destinos de las exportaciones no petroleras	17
Figura 7 Evolución de las exportaciones de frutas no tradicionales	18
Figura 8 Balanza comercial	19
Figura 9 Socios comerciales de Ecuador	19
Figura 10 Relaciones comerciales entre la UE y la CAN	28
Figura 11 Evolución del comercio exterior con la Unión Europea	29
Figura 12 Comercio con la Unión Europea	30
Figura 13 Exportaciones a Alemania	32
Figura 14 Evolución de exportaciones a Estados Unidos	33
Figura 15 Calidad de productos ecuatorianos	43
Figura 16 Compraría de fibra de coco de Ecuador	44
Figura 17 Usos de la fibra	45
Figura 18 Cantidad de compra	46
Figura 19 Frecuencia de compra	47
Figura 20 Precio por presentación de 5.5 kg.	48
Figura 21 Edad	49
Figura 22 Ingresos	50
Figura 23 Gustos	51
Figura 24 Frecuencia de consumo	52
Figura 25 Lugar donde consigue el agua de coco	53

Figura 26 Calidad de productos ecuatorianos	54
Figura 27 Compra de agua de coco embotellada de Ecuador	55
Figura 28 Tipo de envase	56
Figura 29 Precio 250 ml. de agua de coco.....	57
Figura 30 Precio 1 L. de agua de coco	58
Figura 31 Edad	59
Figura 32 Cantidad de hectáreas que posee.....	60
Figura 33 Producción mensual	61
Figura 34 Experiencia en la producción de coco.....	62
Figura 35 Asesoramiento profesional.....	63
Figura 36 Capacitaciones recibidas	64
Figura 37 Tipo de productos utilizados	65
Figura 38 Firma de contrato	66
Figura 39 Marcas ofertantes de agua de coco en Miami	67
Figura 40 Logotipo para el agua de coco en español	75
Figura 41 Logotipo para el agua de coco en inglés	76
Figura 42 Diseño del envase Tetra Pak Brik Aseptic 250 ml.....	77
Figura 43 Presentación de fibra de coco de 5.5 kg.....	77
Figura 44 Mapa de ubicación	87
Figura 45 Cadena de valor de Michael Porter	88
Figura 46 Flujograma del proceso de producción de los derivados del coco.....	92
Figura 47 Flujograma del proceso de exportación	93
Figura 48 Efectos del proceso operativo en el ambiente	104
Figura 49 Efectos del proceso operativo en el ambiente	104
Figura 50 Organigrama de Ecuadorian Coconuts S.A.	110

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Detalle de la población	9
Tabla 2 Detalle de la muestra	9
Tabla 3 Principales destinos de las frutas no tradicionales	18
Tabla 4 Producción mundial de coco	21
Tabla 5 Países importadores de cocos	22
Tabla 6 Valores nutricionales del coco.....	23
Tabla 7 Partida arancelaria del coco	26
Tabla 8 Productos exportados a Alemania	31
Tabla 9 Demanda proyectada en Hamburgo	41
Tabla 10 Demanda proyectada en Miami.....	42
Tabla 11 Calidad de productos ecuatorianos	43
Tabla 12 Compravía de fibra de coco de Ecuador	44
Tabla 13 Usos de la fibra.....	45
Tabla 14 Cantidad de compra.....	46
Tabla 15 Frecuencia de compra.....	47
Tabla 16 Precio por presentación de 5.5 kg.....	48
Tabla 17 Edad.....	49
Tabla 18 Ingresos	50
Tabla 19 Gustos.....	51
Tabla 20 Frecuencia de consumo	52
Tabla 21 Lugar donde consigue el agua de coco.....	53
Tabla 22 Calidad de productos ecuatorianos	54
Tabla 23 Compra de agua de coco embotellada de Ecuador.....	55
Tabla 24 Tipo de envase.....	56

Tabla 25 Precio 250 ml. de agua de coco	57
Tabla 26 Precio 1 L. de agua de coco.....	58
Tabla 27 Edad.....	59
Tabla 28 Cantidad de hectáreas que posee	60
Tabla 29 Producción mensual.....	61
Tabla 30 Experiencia en la producción de coco	62
Tabla 31 Asesoramiento profesional	63
Tabla 32 Capacitaciones recibidas	64
Tabla 33 Tipo de productos utilizados	65
Tabla 34 Firma de contrato.....	66
Tabla 35 Oferta de fibra de coco en Alemania.....	69
Tabla 36 Oferta de agua de coco en Miami.....	70
Tabla 37 Demanda insatisfecha de fibra de coco en Alemania.....	71
Tabla 38 Demanda insatisfecha de agua de coco en Miami.....	71
Tabla 39 Información nutricional de una porción de 100g. de agua de coco.....	74
Tabla 40 Precio del agua de coco en botella en EEUU	78
Tabla 41 Proyección de precio de la fibra de coco en Hamburgo a 5 años.....	79
Tabla 42 Proyección de precio del agua de coco 250 ml. en Miami a 5 años.....	80
Tabla 43 Proyección de precio del agua de coco 1 L. en Miami a 5 años.....	80
Tabla 44 Matriz de macrolocalización	86
Tabla 45 Matriz de microlocalización	87
Tabla 46 Maquinarias e implementos.....	94
Tabla 47 Vehículos	95
Tabla 48 Requerimiento del personal fijo del negocio.....	95
Tabla 49 Requerimiento del personal externo del negocio	96

Tabla 50 Equipos de oficina	96
Tabla 51 Mobiliarios	97
Tabla 52 Gasto en uniforme e implementos (Producción)	97
Tabla 53 Materia prima en unidades	97
Tabla 54 Envases y empaques en unidades	98
Tabla 55 Servicios básicos (Producción).....	98
Tabla 56 Mantenimiento y combustible (Producción)	98
Tabla 57 Servicios básicos (Administrativo).....	99
Tabla 58 Gasto en papelería (administrativo).....	99
Tabla 59 Gastos de constitución.....	99
Tabla 60 Matriz de Leopold para la valoración de impactos ambientales	103
Tabla 61 Matriz de cumplimiento de normas legales.....	105
Tabla 62 Gerente General.....	111
Tabla 63 Secretaria	111
Tabla 64 Jefe de compras	112
Tabla 65 Bodeguero.....	112
Tabla 66 Jefe de operaciones.....	113
Tabla 67 Operarios	113
Tabla 68 Cargadores.....	114
Tabla 69 Chofer.	114
Tabla 70 Jefe de comercio exterior.....	115
Tabla 71 Jefe de contabilidad	115
Tabla 72 Sueldo del personal del negocio	116
Tabla 73 Inversiones iniciales del proyecto	118
Tabla 74 Obra física para el negocio	118

Tabla 75 Maquinaria e implementos	119
Tabla 76 Vehículo	119
Tabla 77 Equipos de oficina	120
Tabla 78 Mobiliarios	120
Tabla 79 Proyección de ventas en unidades	121
Tabla 80 Proyección de ventas en dólares	121
Tabla 81 Proyección de ventas mensuales	122
Tabla 82 Capital de trabajo.....	122
Tabla 83 Estado de resultados	123
Tabla 84 Balance General.....	124
Tabla 85 Escenario optimista	126
Tabla 86 Escenario pesimista 1	127
Tabla 87 Escenario pesimista 2	128
Tabla 88 Escenario pesimista 3	129
Tabla 89 Valor de desecho en el año 5	130
Tabla 90 Tasa de descuento.....	130
Tabla 91 Flujo de caja	132
Tabla 92 Valor Actual Neto.....	133
Tabla 93 Tasa Interna de Retorno.....	133
Tabla 94 Tiempo de recuperación de la inversión.....	134

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo se lo ha realizado con la finalidad de conocer la factibilidad que existiría para el procesamiento y exportación de los derivados del coco ecuatoriano hacia mercados internacionales, particularmente en las ciudades de Hamburgo y Miami, debido a las diferentes oportunidades de negocios que se presentan en estas poblaciones, en Miami una comunidad importante de hispanos que les agrada consumir el coco y sus derivados siendo principalmente el agua de coco muy consumida, en Hamburgo que es una ciudad industrial se demanda mucho la fibra de coco como materia prima para realizar otros procesos industriales.

El coco ecuatoriano presenta una ventaja competitiva ante el coco de otros países por cuanto el clima es el apropiado al estar atravesado por la línea ecuatorial que permite contar con mayor tiempo los rayos solares lo que hace que tenga un sabor y olor característico que lo diferencia de otros países.

El país brinda mucho potencial para el éxito de la empresa puesto que se pretende cambiar la matriz productiva y este proyecto de emprendimiento va encaminado a vender ya no un producto primario sino un producto procesado que agrega valor, beneficiando de esta forma a miles de ecuatorianos.

En el capítulo I se encontrarán los lineamientos del plan de negocios en donde se exponen los fundamentos teóricos sobre las exportaciones, el coco, el mercado norteamericano, el mercado europeo, también se realizan los objetivos del plan y la justificación, se expone la metodología de la investigación que se utiliza en el presente estudio, se delimita la población y se obtiene la muestra.

En el capítulo II se hace un análisis estratégico del proyecto en el que se estudian los factores externos del negocio, considerándose las variables económicas, legales,

ecológicas, tecnológicas, culturales, políticas social y demográficas con el propósito de tener elementos que sirvan para establecer las oportunidades y amenazas que presenta el país en relación al presente plan de negocios.

En el capítulo III se desarrolla el estudio de mercado para la introducción de los productos derivados del coco en los mercados: europeo y norteamericano, tomando contacto con habitantes de las ciudades de Hamburgo y Miami se realizó una encuesta, utilizando un muestreo no probabilístico estratificado, se analiza la demanda y la oferta existente dichas ciudades, se realiza un estudio de marketing mix.

En el capítulo IV se realiza el plan estratégico que parte con el análisis de integración que contiene las cinco fuerzas de Porter, analizando en detalle los proveedores, compradores, amenaza de nuevos competidores, amenaza de productos sustitutos y el grado de rivalidad entre los competidores; también se hace un análisis FODA en el que se detallan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Como parte del plan estratégico se realiza la misión, visión y valores organizacionales, se establecen la estrategia competitiva, el posicionamiento estratégico, se expresa la cadena de valor de Michael Porter analizando el proceso productivo de la empresa, terminando con los programas tácticos y operativos, los factores que determinan la localización por medio de matrices.

En el capítulo V se realiza un estudio organizacional donde se expresa la estructura de la organización, el análisis y valoración de puestos, el manual de funciones, estableciendo el sistema de remuneraciones y compensaciones, estableciendo el sueldo de los trabajadores.

En el capítulo VI se expresa la ingeniería del proyecto, analizando la base legal que se ha considerado: las leyes, acuerdos ministeriales y ordenanzas municipales, que regulan las actividades empresariales a nivel nacional. También se analizan las

inversiones que se van a realizar para la puesta en marcha del negocio, se considera el personal, los implementos e insumos que se requieren para el proceso productivo.

En el capítulo VII se realiza el análisis económico – financiero en donde se expresan las inversiones que hay que realizar para la puesta en marcha del negocio, la proyección de las ventas de forma anual y mensual, el estado de resultados y el balance general con el respectivo análisis de sensibilidad, se consideran diferentes escenarios para las proyecciones, se hace una evaluación del proyecto considerando el flujo de caja, calculando el VAN y la TIR, el tiempo de recuperación de la inversión y las razones financieras del proyecto.

En el capítulo VIII se muestran la evidencia de la necesidad de apalancamiento del proyecto, debido a la alta inversión que se ha incurrido por ser de tipo industrial en maquinarias y vehículos, también se expresa las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

RESUMEN EJECUTIVO

Se ha realizado un plan de negocios para el emprendimiento de la producción y exportación de derivados del coco hacia mercados Norteamericano y Europeo por medio de la empresa ECUACOCO S.A., el mismo que tiene el propósito de plantear diferentes estudios que demuestren la viabilidad de la inversión en esta empresa que se dedicaría a la producción de derivados del coco para exportarlos hacia mercados norteamericano y europeo. Se ejecuta con el propósito de dar a conocer si es factible el proyecto en base a las proyecciones del mercado, de la producción, de los costos y gastos que se incurrirá en la implementación del proyecto a fin de conocer si es rentable, el tiempo que tomaría recuperar la inversión y los procesos que se deben realizar para el éxito de la empresa. Con la realización del presente plan de negocios se plantea un estudio profundo del proyecto que se pretende emprender y que permitirá ser parte importante en el desarrollo del país y de familias que se verán beneficiadas con este emprendimiento puesto que se generará el ingreso de divisas que ayudarán a diversificar la producción en un país eminentemente agrícola, contribuyendo al desarrollo económico y social de los productores, y trabajadores de forma general.

I. METODOLOGÍA

I. A. Métodos de investigación

En el trabajo se ha considerado la utilización de varios métodos de investigación que permitieron establecer los parámetros del proceso para la determinación de la factibilidad de la exportación del coco y sus derivados a los mercados norteamericano y europeo, a fin de contar con un instrumento confiable que facilite la toma de decisión.

I. A. 1. Deductivo

César Bernal señala que el método deductivo “consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares” (59). Este método permite realizar un trabajo amplio conociendo primero los criterios generales para luego aterrizar en los puntos específicos, de esta manera se puede tener premisas que vayan agrupando el conocimiento que se va generando con la nueva información.

I. A. 2. Analítico

Sergio Gómez expresa que “consiste en descomponer el todo en sus partes, con el único fin de observar la naturaleza y los efectos del fenómeno” (16). Es importante la utilización de este método por cuanto se debe realizar un análisis muy minucioso de todos los aspectos involucrados en el proceso productivo que conlleven al éxito.

I. B. Tipos de investigación

La investigación que se plantea es con la finalidad de conocer la viabilidad que tiene hacer un negocio de exportación del coco y sus derivados, con lo cual hubo que

recopilar suficiente información como para tener un criterio definido que asegure el éxito del proyecto, por lo cual se consideró pertinente la utilización de los siguientes tipos de investigación.

I. B. 1. Investigación descriptiva

Sobre los métodos descriptivos el autor Arístides Varas señala que “están hechos para describir con mayor precisión y fidelidad posible, una realidad empresarial o un mercado internacional o local. Los diseños descriptivos son, generalmente, cuantitativos” (208). Al ser considerado cuantitativo toma como base estudios estadísticos que permiten encontrar datos y cifras reales directamente de la población en estudio, también se realizaron consultas en páginas de cifras oficiales del país para tener un mejor criterio sobre las exportaciones.

I. B. 2. Investigación de campo

Expresa Fidias Arias que “consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna” (48). La investigación de campo permite al investigador acudir a la población en estudio de manera personal mediante los instrumentos de la investigación para obtener información que permita la comprensión del fenómeno investigado, sin darle la oportunidad de que modifique o cambie los resultados de la investigación.

I. B. 3. Investigación bibliográfica

César Bernal señala que “consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio” (111). Para el conocimiento

del objeto de estudio se procedió a la búsqueda de libros, revistas, de diferentes autores lo cual permitió realizar un marco teórico amplio que aportó a la generación de un nuevo conocimiento y sirvió como un material de consulta.

I. C. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En todo proceso investigativo es necesario la utilización de técnicas que permitan la recolección de la información que se genera a través de la investigación de campo.

I. C. 1. Técnicas

Víctor Niño considera que las técnicas son “los procedimientos específicos que, en desarrollo del método científico, se han de aplicar en la investigación para recoger la información o los datos requeridos” (61). Estas llamadas técnicas sirven para el trabajo de campo en el cual se acude a la población en estudio para recolectar una muestra de la información requerida para el proceso investigativo, se ha utilizado la entrevista y la encuesta.

I. C. 1. a. Entrevista

Buendía, Colás y Hernández citados por César Bernal señalan que “consiste en la recogida de información a través de un proceso de comunicación, el entrevistado responde a cuestiones previamente diseñadas” (256). Para el desarrollo de la presente investigación se realizó entrevista al gerente de una compañía de asesoramiento en exportación, esto con el objetivo de conocer la viabilidad de la exportación del coco a los mercados europeo y norteamericano.

I. C. 1. b. Encuesta

La encuesta según Víctor Niño “permite la recolección de datos que proporcionan los individuos de una población, o más comúnmente de una muestra de ella, para identificar sus opiniones, apreciaciones, puntos de vista, actitudes, intereses o experiencias entre otros aspectos, mediante la aplicación de cuestionarios” (63). En la investigación que se desarrolló fue muy útil para realizar la encuesta a un grupo de productores de coco en Ecuador, así mismo se realizó una encuesta a personas en las ciudades de Hamburgo y Miami.

I. C. 2. Instrumentos

Los autores Hernández, Fernández y Baptista señala que “un instrumento de medición adecuado es aquel que registra datos observables que representan verdaderamente los conceptos o las variables que el investigador tiene en mente” (276). Cuando se realiza un proceso investigativo se debe considerar que los instrumentos deben permitir el registro de la información que el investigador desea para lo cual previamente elabora un cuestionario con los datos que requiere indagar de la población en estudio, los cuestionarios para encuestas contuvieron preguntas cerradas a fin de que se puedan tabular, mientras que para la entrevista fueron preguntas abiertas.

I. D. Delimitación del universo

I. D. 1. Población

En el estudio de mercado se consideraron diferentes grupos de población: empresarios europeos y población norteamericana cerrando datos específicamente en las ciudades de Hamburgo y Miami, así mismo se estableció la población de los productores

de coco para determinar la capacidad de producción que se debería tener para la exportación.

Tabla 1 Detalle de la población

DETALLE	CANTIDAD
Empresarios Ciudad Hamburgo - Alemania	20
Habitantes Ciudad Miami – Estados Unidos	1'600.000
Productores de coco - Ecuador	1.300

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

I. D. 2. Muestra

En el presente estudio y por la complejidad que se tiene con respecto a los mercados europeo y norteamericano, así como la distancia entre los productores de varias provincias, se consideró pertinente utilizar un muestreo no probabilístico por conveniencia que según De la Puente “el investigador selecciona las unidades de observación en base a algún criterio propio” (193), con lo cual las investigadoras eligen la cantidad de personas que se deba utilizar como muestra para la realización del estudio de mercado debido a la complejidad para establecer contacto con los habitantes de las ciudades de Miami y Hamburgo, considerando que los resultados no son concluyentes de toda la población, sino criterio de una parte de la misma.

Tabla 2 Detalle de la muestra

DETALLE	CANTIDAD
Empresarios Ciudad Hamburgo – Alemania	10
Habitantes Ciudad Miami – Estados Unidos	50
Productores de coco - Ecuador	50

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

II. CAPÍTULO II: FORMULACIÓN GENERAL

II.A. Fundamentos teóricos

II.A.1. Estudios de factibilidad

Para Córdoba en los estudios de factibilidad “se realiza una evaluación más profunda de las alternativas viables y se determina la bondad de cada una de ellas. Es dinámica, proyecta los costos y beneficios a lo largo del tiempo y los expresa mediante un flujo de caja” (11). Los estudios de factibilidad permiten conocer de manera anticipada las características que tendrá el negocio, lo cual ayudará en la decisión final que se tome sobre la inversión o no del proyecto.

Fontaine señala que “persigue disminuir el riesgo de equivocarse respecto de la bondad del proyecto, debido a que se requiere del concurso de expertos más especializados y de información primaria, lo que exigirá mayores investigaciones” (38). El proceso de elaboración de un estudio de factibilidad según este autor es muy complejo y de éste depende el éxito o no del proyecto, se deben seguir criterios técnicos que reduzcan la incertidumbre sobre la inversión.

El estudio de factibilidad se compone de varios estudios en sí que aportan sus criterios técnicos sobre la viabilidad de la inversión, entre los principales estudios que debe tener se consideran: estudio de mercado, estudio técnico, estudio legal y ambiental, estudio administrativo y estudio financiero.

II.A.1.a Estudio de mercado

Baca señala que el estudio de mercado “consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (7). Es con el estudio de mercado que se inicia el trabajo de

investigación para conocer el riesgo que se tendría al introducir un nuevo producto al mercado, si los resultados de este estudio son positivos muestran la aceptación que tendría en el público objetivo y se considera viable el proyecto de inversión, por el contrario si los resultados son negativos se debería considerar dos opciones: una el abandono total del proyecto y la otra es la realización de algunos cambios que podrían ser el mercado meta, el diseño, la presentación, el contenido.

Según Baca el estudio de mercado o también llamado “investigación de mercados tiene una aplicación muy amplia, como en las investigaciones sobre publicidad, ventas, precios, diseños y aceptación de envases, segmentación y potencialidad del mercado, etc.” (13). Este estudio está conformado por una serie de pasos que son: análisis del mercado, análisis de la oferta, análisis de la demanda, análisis de los precios, análisis de comercialización, y conclusiones

II.A.1.b Estudio técnico

El estudio técnico para Morales y Morales “comprende aquellas actividades en que se definen las características de los activos fijos (equipo, maquinaria, instalaciones, terrenos, edificios, etc.)... También en ella se incluye la definición de la materia prima y de los insumos necesarios para elaborar el producto” (84). Con el estudio técnico se puede analizar el lugar óptimo para la ubicación del negocio, para lo cual se consideran muchos aspectos que influyen para que el proceso productivo sea más eficiente, optimizando los recursos de la organización.

Un estudio técnico analiza todos los factores involucrados en el proceso de fabricación de un producto, el tamaño óptimo de la planta según la capacidad de producción, la ubicación ideal del lugar donde deberían construirse las instalaciones, los equipos y maquinarias que se debe utilizarse, las materias primas e insumos que se

requieren así como el transporte de los mismos. Por lo cual (Morales y Morales 85) señalan que en un estudio técnico se deben considerar los siguientes elementos: Estudio de materia prima e insumos, macro y micro localización de la planta, tamaño de la planta, estudio de ingeniería del proyecto.

II.A.1.c Estudio legal y ambiental

En la Constitución de la República del Ecuador de 2008, se garantiza el emprendimiento productivo como fuente de empleo y productividad, por lo cual existen leyes que regulan el funcionamiento de las actividades empresariales productivas que se deben considerar al momento de establecer un proyecto de inversión, por lo cual Rojas señala que se pueden constituir empresas en sociedades, empresas unipersonales y también como persona natural, quienes deben cumplir con lo dispuesto en el código civil, en la ley de compañías, ley tributaria, código orgánico de la salud, código del trabajo, ley ambiental, entre otras, así como con resoluciones y ordenanzas municipales y provinciales (24).

Rojas señala que “los estudios de impacto ambiental son realizados para identificación y valoración de los impactos potenciales antes de la instalación de un proyecto; incluye también los planes, programas o acciones normativas relativas a los componentes físico-químicos, naturales biológicos, socioeconómicos y culturales del entorno” (51). Estos estudios de impacto ambiental permiten conocer la manera en que el proyecto incidirá positiva o negativamente en el ambiente, señalándose las actividades que se pueden realizar para prevenirlos y evitarlos por lo cual se debe realizar el plan de manejo ambiental o la ficha ambiental según la normativa ambiental vigente.

II.A.1.d Estudio administrativo

El estudio administrativo de acuerdo con Morales y Morales “permite establecer las necesidades de personal administrativo, de equipos y materiales que se necesitarán para hacer funcionar a la organización proyectada” (35). Es en esta fase que se debe tener en cuenta la necesidad de personal que se tiene para que la empresa funcione, asimismo de debe definir sus metas, objetivos, políticas, y demás normativas internas que regulen el accionar de sus colaboradores.

II.A.1.e Estudio financiero

Meza señala que “corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto y recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado, estudio técnico, estudio legal, estudio ambiental y estudio organizacional” (29). El estudio financiero se lo realiza al final de todos los estudios una vez que se ha probado la viabilidad en el mercado, la factibilidad en la infraestructura, que se puede manejar el impacto ambiental, y se puede cumplir con todos los requisitos legales, es que se puede realizar la cuantificación de la inversión para establecer las fuentes de financiamiento si es con recursos propios de los inversionistas o si es con créditos bancarios, en esta etapa se analiza la rentabilidad del proyecto por medio de una evaluación financiera.

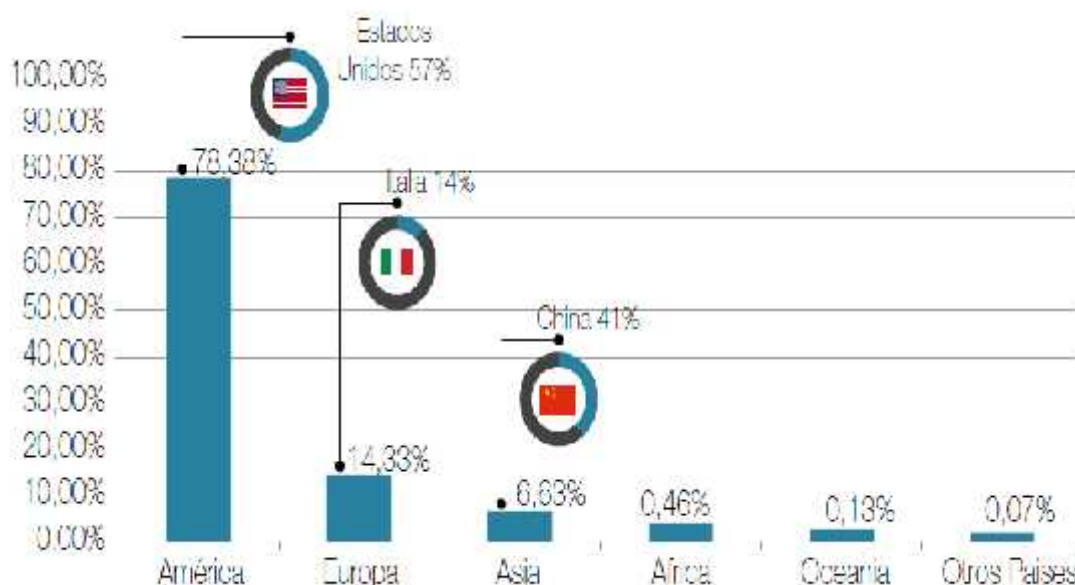
II.A.2. Las exportaciones

Según la revista EKOS “El comercio internacional es una herramienta que fomenta el crecimiento económico de un país, por ello, se convierte en una necesidad política, la cual busca conseguir las mejores relaciones de intercambio comercial y de esta manera dinamizar la economía de manera estratégica” (68). Los países a través del comercio internacional pueden vender o comprar los productos que necesitan, esto hace

que la producción mejore generando miles de fuentes de empleo, los acuerdos que existen entre países favorecen el acceso de los productos a los mercados.

Las exportaciones de los productos ecuatorianos se encuentran dirigidas hacia mercados dentro del mismo continente siendo un 78.4%, mientras que el 14.3% se traslada a Europa y el 6.6% a Asia, esto permite analizar que el Ecuador tiene un gran potencial de crecimiento en sus exportaciones al explorar nuevos mercados logrando tener acuerdos de comercio internacional con países Europeos y Asiáticos, en la figura 1 se muestra el detalle de las exportaciones del Ecuador.

Figura 1 Exportaciones Ecuatorianas por continente



Fuente: BCE – EKOS (2016)

El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones señala que las exportaciones del Ecuador han evolucionado positivamente puesto que han sido incrementadas en relación al periodo 2006 – 2017 la evolución de los valores establecidos en millones US\$ FOB y en miles de toneladas, se muestra en detalle en la figura 2.

Figura 2 Evolución de las exportaciones totales del Ecuador



Fuente: PROECUADOR - Banco Central del Ecuador (2017)

Los indicadores de las exportaciones realizadas en los tres últimos años muestran que se han exportado productos del sector primario en mayor cantidad, considerándose que en el 2016 representó un 80.80% del total, estos productos sirven de materia prima para la elaboración de productos terminados en el exterior, muchos de los cuales son importados una vez cumplido un proceso industrial; mientras que los productos industrializados son una menor cantidad del volumen de las exportaciones con un 19.20% del total. Así lo demuestra la figura 3.

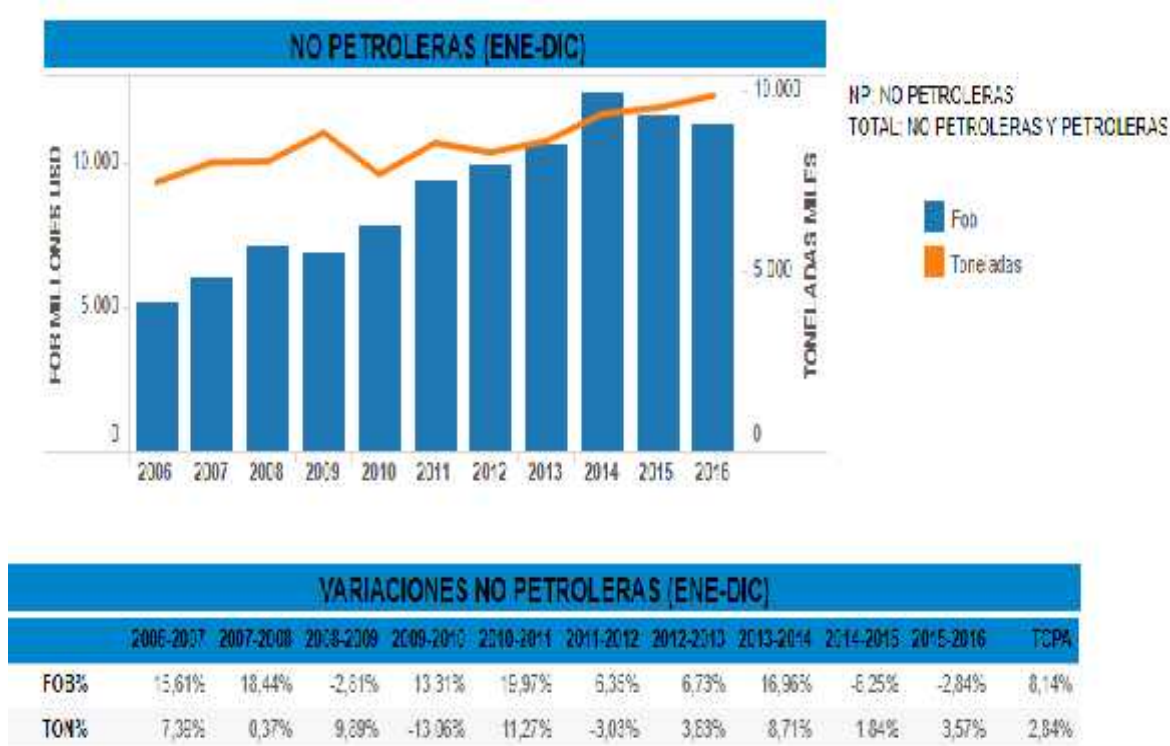
Figura 3 Detalle de las exportaciones según clasificación CUCI en miles USD FOB



Fuente: Banco Central del Ecuador (2017) – Rendición de cuentas Ministerio de Comercio Exterior

Las exportaciones no petroleras se incrementaron durante el año 2016 constituyéndose un 43.47% del total de las exportaciones, siendo un importante rubro puesto que ha permitido diversificar la producción de diferentes artículos con lo que se ha llegado a mercados en los que estos productos han sido aceptados por su calidad y valor superior, en la figura 4 se expresan los detalles de las exportaciones no petroleras.

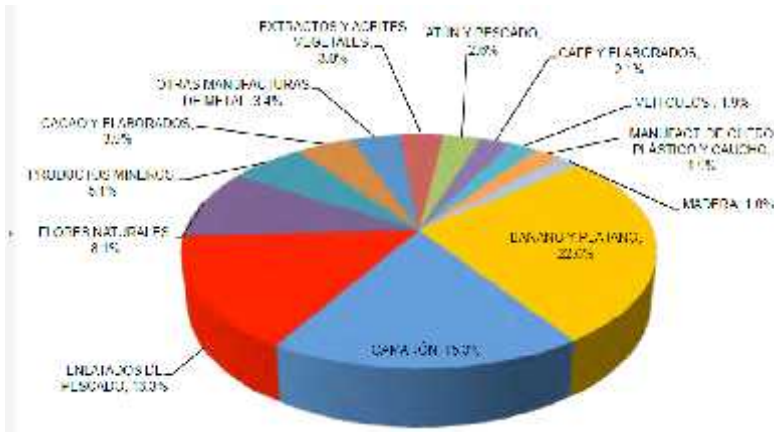
Figura 4 Evolución de las exportaciones no petroleras



Fuente: PROECUADOR - Banco Central del Ecuador (2017)

En las exportaciones no petroleras el rubro principal es el banano y plátano constituyéndose en un 22.6% del total de las exportaciones, seguido del camarón que tiene un 15.3%, en tercer lugar los enlatados de pescados con un 13.3%; en la figura 5 se muestra un detalle de los datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador de los rubros de las exportaciones no petroleras.

Figura 5 Detalle de las exportaciones no petroleras



Fuente: PROECUADOR - Banco Central del Ecuador (2017)

Según Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones los principales destinos de las exportaciones no petroleras del Ecuador se encuentra en primer lugar Estados Unidos de América con un 24.04% del total, seguido de Colombia con un 8.60%, luego sigue Rusia con un 7.71%, de acuerdo con estos datos las exportaciones del Ecuador hacia países América suma un total 47.5%, a los países Europeos se envía un 33.87%, mientras que a países Asiáticos se exporta un 5.96%. En la figura 6 se muestra el detalle de las exportaciones no petroleras.

Figura 6 Destinos de las exportaciones no petroleras



Fuente: PROECUADOR - Banco Central del Ecuador (2017)

Las exportaciones de frutas no tradicionales constituyen un importante ingreso para el país, sin embargo el sector ha experimentado un ligero decrecimiento conforme se lo muestra en la figura 7, los tres destinos principales de estos productos son: Estados Unidos, Chile y España según datos proporcionados por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (19) que se muestran en la figura 8. Las frutas no tradicionales que son más comercializados son: piñas y mangos; y en menor escala se encuentran: las papayas, pitahayas y aguacates.

Figura 7 Evolución de las exportaciones de frutas no tradicionales



Fuente: PROECUADOR - Banco Central del Ecuador (2017)

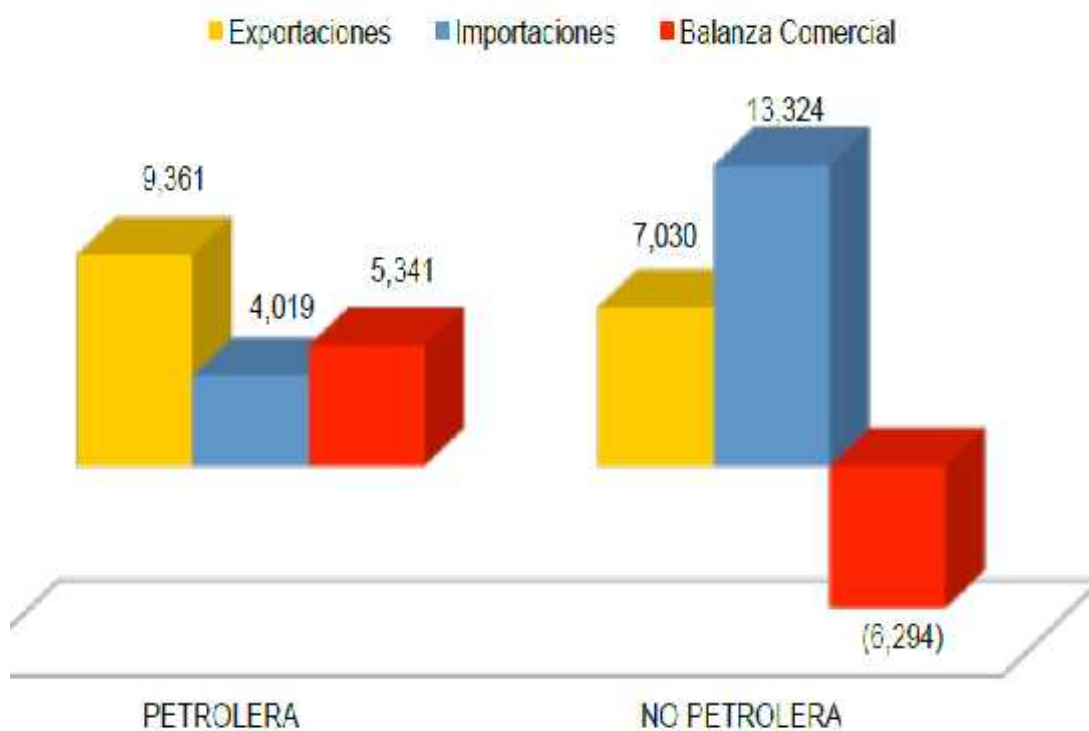
Tabla 3 Principales destinos de las frutas no tradicionales

Destinos	Unidades	Ene-Dic			Variación		Part. 2012
		2011	2012	2013	2011 - 2012	2012 - 2013	
ESTADOS UNIDOS	Fob Miles USD	30,798	33,413	33,469	8,89%	0,11%	44,20%
	Toneladas	52,960	47,273	47,265	-10,75%	-0,02%	29,01%
CHILE	Fob Miles USD	11,960	14,436	15,110	20,50%	4,66%	19,00%
	Toneladas	23,001	25,047	26,645	9,80%	6,30%	15,37%
ESPAÑA	Fob Miles USD	5,971	5,860	2,362	-41,33%	-69,28%	7,73%
	Toneladas	23,067	13,322	5,054	-44,41%	-62,07%	8,18%
PAÍSES BAJOS (HO) ANIM)	Fob Miles USD	2,431	4,504	2,561	86,24%	-43,36%	5,96%
	Toneladas	3,123	6,749	3,142	84,11%	-49,51%	3,53%
COLOMBIA	Fob Miles USD	4,674	3,169	1,714	-28,84%	-41,83%	4,70%
	Toneladas	53,722	44,046	10,612	-16,01%	-57,74%	27,03%
OTROS PAÍSES	Fob Miles USD	16,639	13,678	14,846	-16,59%	8,97%	18,54%
	Toneladas	32,351	27,452	25,493	-15,10%	-7,27%	16,07%
TOTAL	Fob Miles USD	70,151	75,660	70,052	-1,05%	-7,30%	100%
	Toneladas	185,172	162,929	126,211	-13,87%	-22,54%	100%

Fuente: PROECUADOR - Banco Central del Ecuador (2017)

La balanza comercial del Ecuador resultó negativa en las exportaciones no petroleras en 6.294 millones de USD FOB para el año 2016 en el periodo comprendido entre enero y agosto, esto se debe mayormente a que el país realiza exportaciones de productos primarios para luego importarlo de estos países en productos procesados.

Figura 8 Balanza comercial



Fuente: PROECUADOR - Banco Central del Ecuador (2017)

Los principales socios comerciales con los que se mantiene la balanza comercial positiva en cuanto a los productos no petroleros son: Rusia, Venezuela, Holanda, Francia, Italia, Reino Unido, España, Honduras, Nicaragua, Cuba, El Salvador y Angola, mientras que con el resto de países se tiene déficit puesto que las importaciones son mayores que las exportaciones no petroleras.

Figura 9 Socios comerciales de Ecuador



Fuente: PROECUADOR - Banco Central del Ecuador (2017)

II. A. 3. El coco

El coco es un fruto que posee una envoltura fibrosa muy resistente, dentro de la cual se halla la parte comestible que es de color blanco, recibe el nombre de pulpa, cuando el coco es tierno la pulpa es blanda y lechosa, pero cuando ya está en su etapa madura es

fibrosa y aceitosa de sabor agradable, también contiene un líquido denominado “agua de coco” que es una bebida muy nutritiva rica en potasio. (Vélez 15).

En la gastronomía de muchos países es un ingrediente básico para la preparación de los alimentos, combinándolo con carne de res, pescados, arroz; también en la pastelería se utiliza el coco rallado para la decoración de las tortas. Existen lugares en los que el coco es muy utilizado en la preparación de ensaladas, jugos, helados, galletas, cremas, entre otros.

El origen de esta planta se desconoce aunque se supone que provenga de Asia puesto que es el lugar donde hay mayor cantidad, es de considerar que en Europa no se produce este tipo de fruto lo cual hace atractivo para aquellos países productores exportar hacia ese mercado; en la tabla 4 se muestran datos proporcionados por la organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, por sus siglas en inglés) en la que se expone la producción mundial de coco por continente.

Tabla 4 Producción mundial de coco

Continente	Toneladas
África	2.959.302
Asia	48.173.309
América Norte y Central	3.015.698
Oceanía	1.931.004
Sudamérica	4.964.263
Total	61.043.576

Fuente: FAO (2015)

La producción de cocos por país es liderada por Indonesia con aproximadamente 19 millones de toneladas al año, en Sudamérica el primer país productor de coco es Brasil con casi 3 millones de toneladas; según el análisis de la FAO los países que más importan coco son los siguientes que se muestran en la tabla 5.

Tabla 5 Países importadores de cocos

País	Toneladas
Malasia	48.349.000
China	31.154.000
Estados Unidos de América	24.896.000
Singapur	14.905.000
Emiratos Árabes Unidos	11.680.000
Países Bajos	9.261.000
Tailandia	7.211.000
Canadá	6.909.000
Italia	5.275.000
Francia	5.549.000

Fuente: FAO (2015)

II.A.3.a. Características del coco

Para el procesamiento de los derivados del coco es pertinente realizar una inversión considerable en maquinarias y equipos que permitan la obtención de la copra entera evitando el proceso artesanal que consiste en partir el coco por la mitad, puesto que la estopa no sirve para los otros procesos como la obtención de las fibras cortas y largas. (González 10).

El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones de Ecuador señala que la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) ha financiado una investigación sobre las propiedades del coco, en cuyo informe resalta lo siguiente:

El agua de coco de buena calidad es translúcida e incolora, con un pH de 5 a 5,4 y un nivel Brix (medida de la concentración de azúcar) de 5 a 6,5. Debe tener, por

mililitro, un conteo microbiológico total inferior a 5000, menos de 10 de bacterias coliformes y cero coliformes fecales. Pequeños productores que no tienen acceso a análisis de laboratorio pueden aplicar medidas sencillas, indica el manual, como verificar que el producto no presente indicios de fermentación ni objetos extraños, y hacer una prueba olfativa: un olor a rancio indica, por ejemplo, que se puede haber oxidado la pequeña cantidad de grasa que contiene el líquido. (18)

El coco tiene sus características muy diferenciadas a otras frutas puesto que los beneficios que provee a la salud son muy variados, sin embargo la introducción de agua de coco embotellada supone que tenga competidores muy fuertes como por ejemplo las bebidas de refrescos tradicionales, no obstante en el Reino Unido ya se comercializa en los supermercados aproximadamente 20 marcas diferentes de productos a base de agua de coco.

II.A.3.b. Beneficios para la salud

El aceite de coco no contiene colesterol, es digerido y absorbido de manera fácil y rápida, es muy utilizado en muchos de los países donde se lo cultiva, tiene su proceso muy diferente al de los otros aceites vegetales siendo más saludable. La leche de coco y la pulpa proporciona fibra, teniendo un alto contenido de potasio que permite prevenir problemas en la salud (Vélez 21).

II.A.3.c. Propiedades nutricionales

Proporciona un importante aporte nutritivo dentro de la alimentación puesto que el consumo de 100 gr. provee entre 363 y 669 kcal., entre 4.8 y 10.8 g. de glúcidos, 9 g. de fibra, 35 y 650 mg de potasio, 122 y 190 mg de cloro.

Tabla 6 Valores nutricionales del coco

Composición	Valor
Kcal (n)	354

Agua (ml)	47
Proteína (g)	3.3
Grasa (g)	33.5
Hidratos de carbono (mg)	6.2
Fibra (g)	9
Potasio (mg)	356
Magnesio (mg)	32
Vitamina C (mg)	2
Folato (mcg)	26.4
Vitamina E (mg)	0.7

Fuente: Vélez (2014)

II.A.3.d. Zonas de cultivo en el Ecuador

Según datos de la Federación de Productores de Coco, Esmeraldas cuenta con un total de 66.000 hectáreas, según datos publicados en el censo agropecuario, se ha estimado que la producción que se tiene es aproximadamente 1.200 cocos por hectárea, con los cuales se abastece el consumo nacional, sin embargo ha existido la introducción de coco de Perú y Colombia lo cual hace que el mercado se encuentre al borde de la saturación, considerando como una alternativa la exportación de cocos o sus derivados (La Hora 3).

Manabí cultiva 1.212 hectáreas de coco de acuerdo con datos del censo agropecuario, sin embargo debe considerarse que existe un gran potencial debido a que posee una gran extensión de territorio de playa de mar que es el sitio ideal para el cultivo de estas plantas además del beneficio que produciría al ecosistema y ambiente en general (El diario 3).

II. A. 3. e. Derivados del coco

El coco por su aporte nutritivo y agradable sabor ha permitido que su uso sea muy diverso, por lo cual se realizan diferentes productos a base del coco, entre los que se mencionan los siguientes:

- Crema de coco
- Leche de coco
- Cáscara de coco molida
- Coco rallado, coco rallado deshidratado, coco rallado sin azúcar
- Aceite cítrico de coco orgánico
- Aceite de coco refinado
- Aceite crudo de coco
- Agua de coco
- Masa de coco congelada
- Coco en almíbar
- Jabón de coco
- Mermelada de coco
- Artesanías a base de los desechos de coco

II. A. 3. e. (1) Agua de coco embotellada

Para la (FAO) el agua de coco “es popular como bebida refrescante y muy nutritiva, de delicado aroma y sabor” (2). En su estado natural contiene varios nutrientes, al entrar en contacto con el aire debe ser consumida inmediatamente porque se pierden sus propiedades nutricionales, es por ello que para el proceso de industrialización la pasteurizan a alta temperatura destruyendo algunos nutrientes y la hace perder su sabor.

González considera que “en los restaurantes, la existencia de agua de coco embotellada no compite con otras bebidas sino que complementa y da variedad al menú, además de que las bebidas se venden a mejores precios” (3). El mejor canal de comercialización del agua de coco embotellada considera este autor que son los restaurantes por cuanto es una bebida que se puede combinar con los diferentes menús que se sirven, siendo un complemento ideal a un buen precio.

II. A. 3. e. (2) Fibra de coco

La fibra de coco posee celulosa y lignina, está en la categoría de fibras fuertes, según el Programa Nacional de Frutas “por sus características, hacen que la fibra de coco sea un material versátil que puede ser utilizado en cuerdas, colchones, alfombras, cepillos, entre otros. También es utilizada en obras civiles, tales como la prevención de la erosión” (p. 7). Las características de la fibra del coco ha permitido darle diferentes usos en los países industrializados, tal es el caso que Alemania es uno de los países que compra más fibra de coco (14.683 TM), debido a que la utilizan para textiles, geotextiles, agrotextiles, fertilizantes, entre otros usos.

II. A. 3. f. Las exportaciones del coco

Según información proporcionada por la Secretaría Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE) el coco se encuentra dentro de la partida arancelaria sugerida “Coco deshidratado”: 08.01.11.

Tabla 7 Partida arancelaria del coco

Sección II:	Productos del reino vegetal.
-------------	------------------------------

Capítulo 08:	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías.
Partida Sist. Armonizado 0801:	Cocos, nueces del Brasil y nueces de marañón (merey, cajuil, anacardo).
SubPartida Sis. Armoniz.:	
Código Producto Comunitario (ARIAN)	
0801119000-0000:	
Código Producto Nacional (TNAN)	Sólo Cocos, secos industrialmente,
0801119000-0000-0001:	con cáscara o sin ella

Fuente: Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE, 2017)

El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones señala que el principal destino de la exportación de coco deshidratado ecuatoriano es España con un total de 125.28 toneladas, mientras que los tres principales países importadores de coco deshidratado (Noruega, México y Angola) no han comprado a Ecuador. Los aranceles que tiene que pagar el coco ecuatoriano para ingresar a dichos mercados son: en Noruega el 0%, en México el 12%, y en Angola el arancel es del 10%.

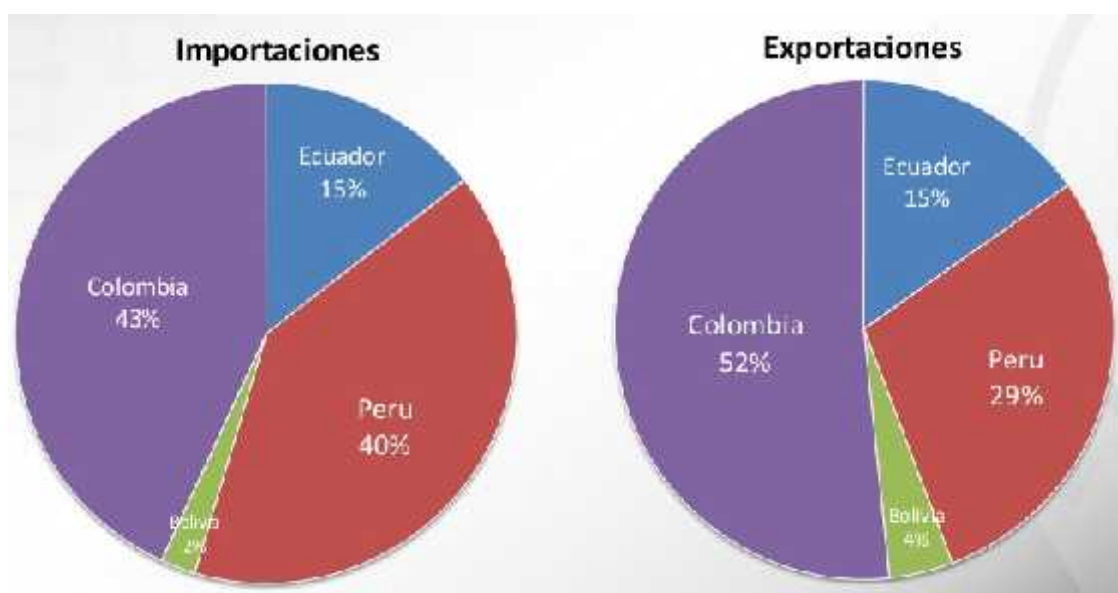
II. A. 4. El mercado Europeo

El Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana señala que hay países europeos que tienen bastante demanda del coco, entre los que se señala a: Alemania, Bélgica, Holanda y el Reino Unido que se han mantenido en altos niveles de importación de coco. Para el año 2010 la Unión Europea importó 76.011 toneladas de cocos secos.

Los principales proveedores son Filipinas, Indonesia, Sri Lanka y Vietnam quienes cubren el 95% de la demanda, existen muchos países que se encuentran ingresando sus productos a la Unión Europea puesto que el hecho de que existan 27 países miembros abre un mercado atractivo, esto sumado a las ventajas que proporcionan los tratados internacionales que existen.

Los acuerdos comerciales que se han establecido con la Unión Europea para los productos de la Comunidad Andina (CAN) permite al Ecuador la exportación de un 15% de sus productos al mercado europeo según la Federación Ecuatoriana de Exportaciones (FEDEXPOR). El ingreso de los productos ecuatorianos sin aranceles fue de 38.6% los mismos que beneficiaron a los productores nacionales puesto que sus productos pudieron competir en tan importante mercado.

Figura 10 Relaciones comerciales entre la UE y la CAN



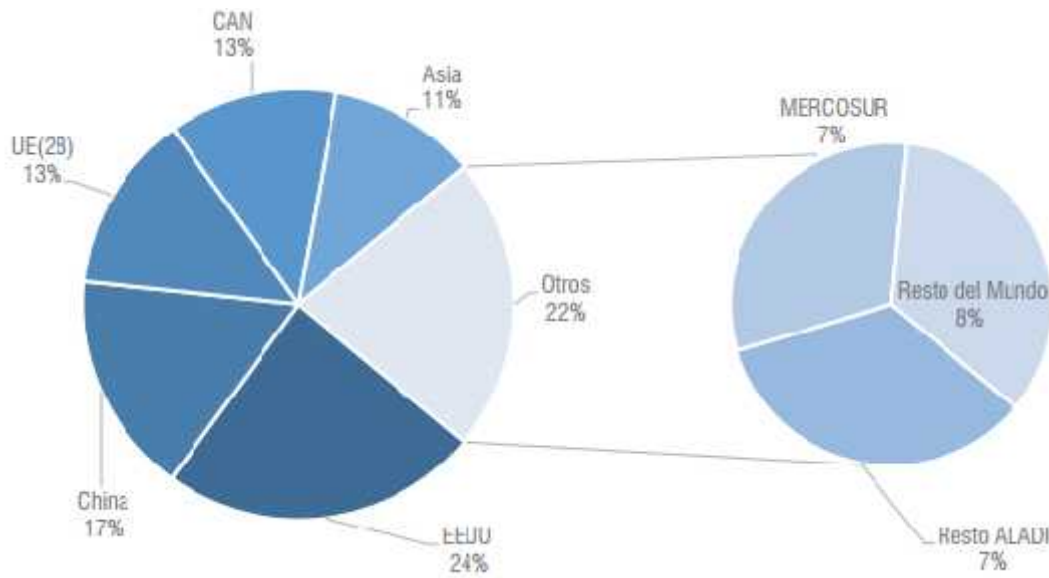
Fuente: FEDEXPOR (2016)

Según datos de FEDEXPOR pese a que las exportaciones han tenido un leve crecimiento, sin embargo las importaciones de los productos europeos en los últimos años

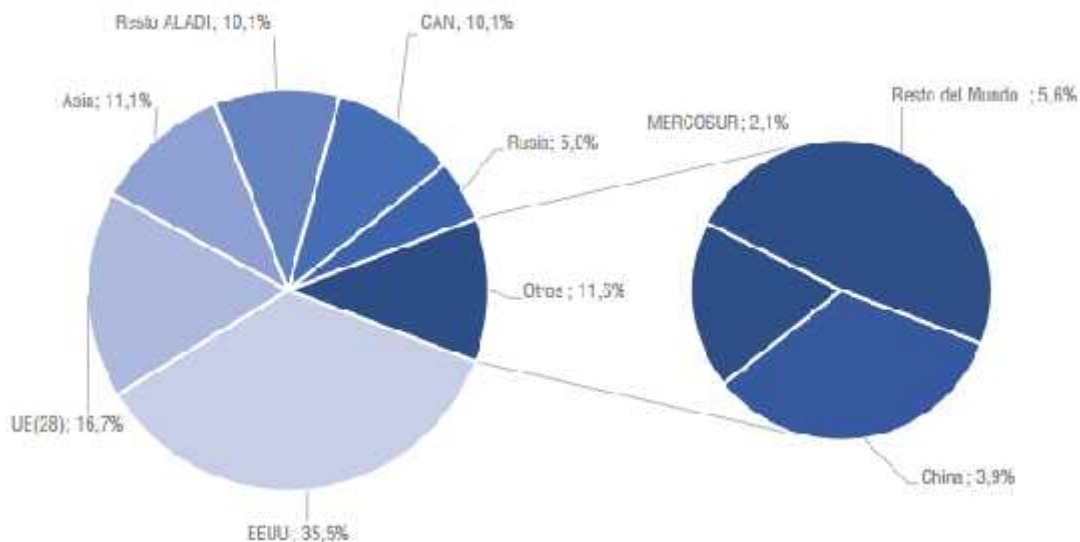
han aumentado lo cual hace que la balanza comercial con la Unión Europea haya decrecido

Figura 11 Evolución del comercio exterior con la Unión Europea

Importaciones



Exportaciones

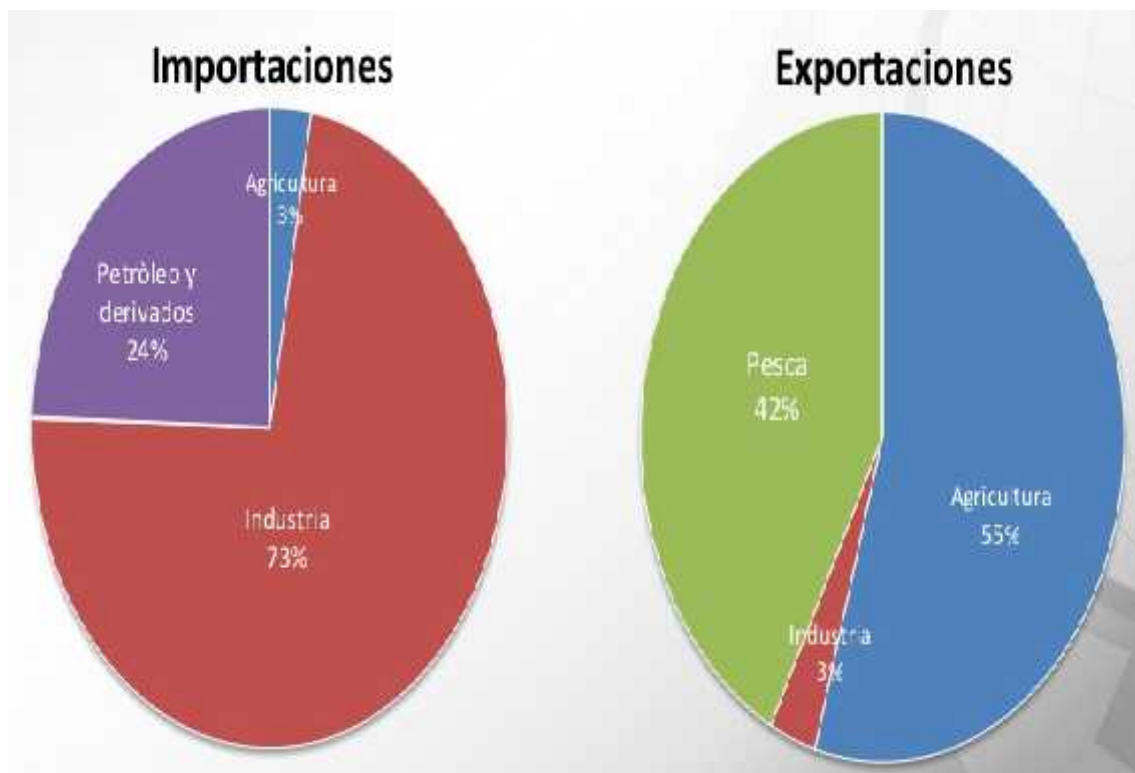


Fuente: FEDEXPOR (2016)

Las exportaciones del Ecuador hacia la Unión Europea son en un 55% productos agrícolas y el 42% de pesca, mientras que los productos importados de Europa son en un

73% bienes de la industria, y un 24% corresponde a derivados del petróleo, esto muestra que se realiza la exportación de productos primarios los cuales reciben procesos de transformación siendo importados como productos finales para el consumo.

Figura 12 Comercio con la Unión Europea



Fuente: FEDEXPOR (2016)

II.A.4.a. El mercado Alemán

Según Santander la economía alemana se basa en las exportaciones, en el año 2008 éstas se derivaron a más de 230 países, en valores de 995 mil millones de euros, Ecuador le exportó a Alemania 665 millones de dólares e importó 387 millones de dólares dejando como resultado la balanza comercial favorable para nuestro país en 278 millones de dólares. Alemania es un país industrializado donde la actividad primaria no es muy realizada por lo cual su incidencia en el PIB es muy baja, siendo el sector secundario más

significativo puesto que existen industrias muy competitivas que aprovechan todos los recursos, sin embargo el sector terciario ha tenido importantes avances y crecimientos permitiendo que la gestión del conocimiento genere ingresos.

Alemania es considerado como el motor de Europa, se encuentra situado en una zona geográfica muy favorable que limita con 9 países: Polonia, Dinamarca, Austria, Suiza, República Checa, Bélgica, Francia, Holanda (Países Bajos) y Luxemburgo. La infraestructura de este país es muy desarrollada lo cual favorece para la realización de negocios, siendo uno de los países que más participa en ferias internacionales.

Posee una economía estable, en la que las pequeñas y medianas empresas predominan en el mercado, realizan importaciones de materias primas para exportar productos terminados, gracias a que tiene el puerto de Hamburgo considerado como uno de los más modernos de Europa, además de los aeropuertos que facilita la movilización de los empresarios (Santander 115-116).

La importación de productos que realiza Alemania es muy restrictiva en cuanto a la calidad del producto, por lo cual la Unión Europea tiene sus estándares de calidad que deben cumplir en todas sus etapas del proceso productivo, esto garantiza que la materia prima que llega al mercado Alemán sea de primera calidad, los aranceles que tienen que pagar por el ingreso de los productos varían de acuerdo a los tratados que tiene la Unión Europea con los diferentes países.

Santander señala que los productos ecuatorianos que ingresan al mercado Alemán son productos agrícolas, mariscos procesados, madera, prendas de vestir, entre otros. En la siguiente tabla se muestra el detalle de los productos en toneladas y miles de dólares.

Tabla 8 Productos exportados a Alemania

PRODUCTOS	TONELADAS	MILES DE USD	%
Frutas tropicales	473799.5	359799	54.08
Pescados, crustáceos, moluscos	29685.4	143819	21.62
Cacao y sus derivados	16026.1	46035	6.92

Café	5833.1	36639	5.51
Hortalizas procesadas y en conservas	15167.9	19346	2.91
Plantas vivas y ornamentales	3155	18878	2.84
Concentrados de frutas y hortalizas	3483	10601	1.59
Productos de maderas	883.2	9426	1.42
Tabaco y elaborados en tabaco	715.4	4057	0.61
Frutas procesadas y en conservas	4037.5	3291	0.49
Prendas de vestir	115.1	2415	0.36
Frutas secas y frutas deshidratadas	739.6	1836	0.28
Madera aserrada	377.1	1639	0.25

Fuente: Santander (2015) – www.trading-safely.com

Según datos del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR) las exportaciones hacia Alemania de los diferentes productos están aproximadamente en las 500.000 toneladas al año, y en 400 millones USD FOB aproximadamente, estos datos reflejan que las exportaciones hacia Alemania de los productos ecuatorianos se ha mantenido en un buen nivel de aceptación, lo cual podría favorecer para el ingreso de los productos derivados del coco ecuatoriano.

Figura 13 Exportaciones a Alemania



Fuente: PROECUADOR - Banco Central del Ecuador (2016)

II. A. 5. El mercado Norteamericano

Según publicación del diario El Universo “EE.UU. continúa siendo primer socio de Ecuador” esto después de realizar un análisis de la balanza comercial del Ecuador con otros países, considerando que la balanza comercial con Estados Unidos fue positiva en el año 2016 (ver figura 14), mientras que con China fue deficitaria, y en niveles generales considerando las exportaciones totales se tuvo un resultado negativo, por lo cual existe la preocupación de ciertos sectores puesto que las exportaciones no han crecido, esto en gran parte según analistas se debe a la no suscripción de acuerdos comerciales y la pérdida de los beneficios de la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de la Droga (ATPDEA).

Figura 14 Evolución de exportaciones a Estados Unidos

INDUSTRIA DE SERVICIOS	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES
VIAJES Y TURISMO	\$246.2	\$148.4
REGALÍAS Y LICENCIA	\$124.7	\$40.4
SERVICIOS FINANCIEROS	\$119.6	\$39.5
SERVICIOS DE CONSULTORÍA PROFESIONAL Y GESTIÓN	\$64.9	\$27.8
SERVICIOS TÉCNICOS, RELACIONADOS CON EL COMERCIO Y OTROS SERVICIOS EMPRESARIALES	\$35.2	\$72.9
SERVICIOS DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO	\$34.5	\$47.8
SERVICIOS DE MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN, n.i.e.	\$24.0	\$17.9
TRANSPORTE AÉREO (EXCLUYE PASAJES)	\$23.0	\$7.3
OTROS	\$730.5	\$41.9
TOTAL	\$730.5	\$467.1

Fuente: PROECUADOR - Banco Central del Ecuador (2017)

Estados Unidos le otorgó al Ecuador preferencias arancelarias para sus productos debido a la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de la Droga

(ATPDEA) que estuvo en vigencia hasta febrero de 2011, en la actualidad se aplica las tarifas arancelarias a Nación Más Favorecida (NMF).

González señala que Estados Unidos es el país de América que más importa el coco y sus derivados, sin embargo el mercado se encuentra dominado por Filipinas, Tailandia, Indonesia y Malasia, que son los países que más exportan a estos productos. Otros importantes exportadores de coco para Estados Unidos es México y República Dominicana.

Según el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana en el continente americano “Estados Unidos ha mantenido la posición número uno en importaciones del coco de manera consecutiva por más de una década. En el 2014 obtuvo el 16.4% de las importaciones mundiales” (2). En el año 2016 importó 56.79 millones de dólares en coco, siendo sus principales proveedores países como Filipinas, Sri Lanka, República Dominicana, India, Indonesia que cubren el 99% del mercado.

II. B. Planteamiento del problema

El sector agrícola tiene un potencial muy grande puesto que son productores de la materia prima para muchos productos finales que se pueden exportar hacia el mercado Norteamericano y Europeo; sin embargo, debido a la falta de gestión o de conocimiento no se ejecutan emprendimientos que viabilicen la transformación del producto primario para darle un proceso tecnificado con la finalidad de industrializarlo y exportarlo.

El coco Ecuatoriano tiene gran potencial dentro del mercado mundial, puesto que se tiene la ventaja de que recibe mayor número de horas de sol, debido a la zona geográfica que tiene el Ecuador, pero no ha existido estudios que conlleven a la explotación de este producto con la finalidad de exportarlo hacia los principales países que tienen una alta demanda de estos productos.

Los productores desconocen los procedimientos y procesos que se dan para la exportación de los productos hacia mercados internacionales, lo cual dificulta que tengan el deseo de emprender esta actividad productiva, son muchos los productos que se pueden procesar para exportarlos hacia diferentes mercados internacionales, para lo cual se necesita difundir la información que se necesita para ser un exportador.

¿De qué manera se puede determinar la factibilidad de la exportación del coco y sus derivados a Europa y Norteamérica?

II. C. Objetivo

En el trabajo investigativo se ha considerado que debe existir una meta u objetivo que sirva para el establecimiento del proceso de investigación por lo cual se plantean objetivos: general y específicos.

II. C. 1. Objetivo General

Determinar mediante un estudio de factibilidad la viabilidad de la exportación del coco y sus derivados a Europa y Norteamérica.

II. C. 2. Específicos

- Fundamentar un marco teórico y conceptual sobre el estudio de factibilidad, la exportación del coco y sus derivados, recogiendo el criterio de diferentes autores tanto nacionales como extranjeros.
- Realizar un diagnóstico de la situación actual del coco en el Ecuador y en los países europeos y norteamericanos.
- Elaborar un estudio de factibilidad que permita la obtención de información para el conocimiento de viabilidad de la exportación del coco y sus derivados.

II. D. Justificación

La presente investigación que se ha desarrollado es con la finalidad de proveer instrumentos técnicos para el emprendimiento de negocios, mediante un análisis de factibilidad se podrá conocer si es viable la exportación del coco y sus derivados al mercado norteamericano y europeo, de esta manera los inversionistas que estén interesados en realizar sus aportes económicos para el desarrollo de este proyecto tengan la certeza que van a obtener una buena rentabilidad por el dinero invertido en este negocio que a más de proveerles un retorno económico fomenta el desarrollo productivo y sostenible del país.

Es importante que se generen proyectos de exportación de los productos no tradicionales puesto que se genera divisas para el país lo cual mejora la economía de los ecuatorianos; las proponentes de este proyecto demostrarán que los conocimientos que han obtenido durante su carrera estudiantil fomentan el desarrollo del país, pues generan empleo directo e indirecto, pagan impuestos, aranceles, etc.

El trabajo de conclusión de carrera desarrollado es de actualidad puesto que desde el Gobierno Nacional se pretende impulsar la transformación de la matriz productiva, promoviendo nuevos proyectos que generen divisas para el país, mejorando la balanza comercial del Ecuador, generando empleo y apoyando al pequeño productor de coco al pagarle un precio justo por su producto.

La Universidad del Pacífico forma académicamente a sus estudiantes para que puedan ser emprendedores, una vez que les han proporcionado las herramientas técnicas y los conocimientos suficientes para insertarse al mundo laboral siendo entes productivos que beneficien a la sociedad con las habilidades y destrezas adquiridas.

En una economía dolarizada es útil realizar proyectos que permitan el ingreso de divisas las cuales son producidas gracias a la exportación de productos no tradicionales, aprovechando todos los recursos que se utilicen en el proceso productivo contribuyendo así al desarrollo de la matriz productiva, trayendo beneficios económicos tanto a los inversionistas como para los trabajadores y proveedores.

El proyecto es viable puesto que la información para la realización del estudio de factibilidad es fácil de obtenerla al existir en las páginas web del Ministerio de comercio exterior, Ministerio de Productividad, Secretaría Nacional de Aduanas del Ecuador, PROECUADOR. Las investigadoras destinarán los recursos tanto económicos como materiales y el tiempo necesario para que el proyecto tenga el éxito propuesto.

Las proponentes del proyecto tendrán la oportunidad de realizar una investigación cualitativa y cuantitativa que permita demostrar los conocimientos y destrezas aprendidas en las aulas durante el tiempo de estudio en esta prestigiosa Alma Mater, el trabajo investigativo se considera factible por cuanto las investigadoras cuentan con el tiempo y los recursos necesarios para su ejecución.

III. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

III.A. Estudio de mercado

Con un estudio de mercado se logra conocer la aceptación o negación de un producto en el mercado, se conoce la demanda y oferta que existe. El estudio de mercado se lo ha realizado considerando que las exportaciones se dirigirán hacia las ciudades de Hamburgo y Miami, es por ello que se ha utilizado una metodología de investigación de mercado de manera virtual, en la que se ha logrado establecer contactos con habitantes de dichas ciudades y se ha ejecutado la encuesta a través de instrumentos enviados por correo electrónico, por lo que utilizará un muestreo no probabilístico estratificado.

Alemania es un mercado importante para los productos agrícolas ecuatorianos debido a un convenio bilateral que existe sobre el Fomento y Protección de Inversiones entre Ecuador y Alemania, se considera este país porque es una de las economías más sólidas del mundo que tiene el PIB más alto de la Unión Europea, además porque es un país industrializado y la fibra de coco es muy utilizada en diferentes procesos industriales, para la investigación de mercados se ha considerado la ciudad de Hamburgo debido a que es el puerto industrial más importante de Alemania, además cuenta con aeropuerto y las vías terrestres en perfecto estado.

Estados Unidos de América es considerado como un mercado muy atractivo para la introducción de productos debido a una serie de factores que inciden en los consumidores para la aceptación de un producto de origen latino, la ciudad de Miami del condado de Dade, perteneciente al Estado de la Florida, se ha tomado en cuenta para el estudio que muestre la factibilidad de la introducción del agua de coco embotellada que se analiza en la presente investigación. Se ha elegido esta ciudad por tener una importante población hispana, también porque tiene uno de los mayores puertos de la unión

Americana, además de tener uno de los aeropuertos más importantes en el que se realizan conexiones hacia diferentes ciudades de Estados Unidos y del mundo, sus carreteras se encuentran en excelente estado.

III. A. 1. Análisis de la demanda

En Norteamérica existe gran demanda de los productos naturales como el agua de coco que es una fuente de nutrientes, vitaminas y minerales, puesto que es una necesidad imperiosa para todo ser humano alimentarse, además el agua de coco no trae riesgos para la salud por lo cual puede ser consumido incluso por las personas con diabetes e hipertensión, así como también por los deportistas.

En Alemania es muy importante la fibra de coco como materia prima para la realización de diferentes procesos industriales en la realización de almohadas, colchones, muebles, tejidos entre otros, para luego ser exportados hacia diferentes mercados como productos finales.

III. A. 1. a. Necesidades de los clientes

El consumo de alimentos nutritivos que proporcionen las calorías y nutrientes necesarios para mantenerse sano, cumpliendo una dieta equilibrada. En los países desarrollados las personas saben muy bien que deben elegir los alimentos de acuerdo con sus propiedades nutritivas, los cuales le proporcionan mejor salud y por ende una mejor calidad de vida.

Para los consumidores o clientes se torna imprescindible el consumo de productos naturales, es por ello que los países desarrollados adquieren en mayor cantidad las frutas porque son una fuente de nutrientes necesarios para la alimentación, y dentro de las frutas el coco proporciona un alto volumen de los nutrientes necesarios para una dieta

equilibrada, además el agua de coco puede ser tomada por los deportistas como bebida hidratante, y también es recomendado para las personas con diabetes e hipertensión por ser fuente natural de vitaminas y minerales, así como por no producir reacciones adversas en su organismo.

III. A. 1. b. Distribución geográfica del mercado de consumo

Alemania es un país con el cual Ecuador mantiene buenas relaciones comerciales, es una economía de las más estables del mundo, tiene una población que se dedica a procesos industriales por lo que buscan materia prima de calidad que permitan a los fabricantes utilizarlas en la elaboración de diferentes productos, lo cual se conjuga en la fibra de coco, pudiendo utilizarse en diferentes áreas de la industria.

Estados Unidos de América se encuentra en tercer lugar de importación de coco en el mundo, por lo cual se considera un mercado atractivo por la numerosa población que tiene, el consumo de coco tiene una tendencia de crecimiento puesto que brinda beneficios a la salud, por ser una fuente de muchos nutrientes, vitaminas, minerales necesarios para el ser humano.

III. A. 1. c. Comportamiento histórico de la demanda

En Alemania no existe información de algún estudio actualizado que permita conocer el comportamiento histórico de la demanda de la fibra del coco, sólo se encontró algunos datos del Programa Nacional de Frutas de El Salvador que señalan que la importación de fibra de coco en Alemania durante el año 2014 fue de 16.135 toneladas métricas.

Mejía cita un estudio realizado por el Ministerio de Economía del Salvador a la población hispana en Miami sobre el consumo del agua de coco encontró como resultado

que el consumo promedio es de 0,42 litros por persona al mes, considerando que existe en dicha ciudad una cantidad aproximada de población hispana de 1`600.000 personas, lo cual indicaría que el consumo mensual de agua de coco es 672.000 litros aproximadamente, al multiplicarse el consumo promedio por el total de la población hispana.

III. A. 1. d. Proyección de la demanda

En Hamburgo - Alemania

El Programa Nacional de Frutas de El Salvador considera que Alemania importó 14.683 toneladas métricas en el año 2014 que cubre el 91% de la demanda de fibra de coco, para la realización de diferentes productos que posteriormente serán exportados, al no contar con una información oficial que permita conocer el comportamiento histórico de la demanda con lo cual se pueda realizar una proyección del consumo de la fibra de coco se incrementará la demanda considerando el crecimiento poblacional que está en 1.9% según información del Departamento de Estadísticas, con lo cual se procede a elaborar la siguiente tabla.

Tabla 9 Demanda proyectada en Hamburgo

AÑO	POBLACIÓN	DEMANDA ton/año
2014	1`700.000	16.135
2015	1`732.300	16.442
2016	1`765.214	16.754
2017	1`798.753	17.072
2018	1`832.929	17.397
2019	1`867.755	17.727

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

En Miami – Estados Unidos de América

Tomando como base el estudio realizado en el año 2014 por el Ministerio de Economía del Salvador en el que se señala que existe una demanda de 672.000 litros mensuales de agua de coco en una población de 1'600.000 personas hispanas y no existiendo datos anteriores ni posteriores se procede a realizar la proyección de la demanda considerando el incremento poblacional que según el Departamento de Estadísticas de los Estados Unidos es de un promedio anual del 2.7%.

Tabla 10 Demanda proyectada en Miami

AÑO	POBLACIÓN	DEMANDA Litros/año
2014	1'600.000	8.064.000
2015	1'643.200	8.281.728
2016	1'687.566	8.505.335
2017	1'733.131	8.734.979
2018	1'779.925	8.970.823
2019	1'827.983	9.213.035

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

III. A. 1. e. Tabulación de datos de fuentes primarias

En el presente estudio de mercado se ha considerado pertinente la realización de encuestas a empresarios de la ciudad de Hamburgo y habitantes de la población hispana en la ciudad de Miami, así como también a los productores de coco, con la finalidad de obtener información del mercado, para lo cual se ha establecido un estudio piloto con una muestra de 10 personas que trabajan en industrias que procesan fibra de coco en la ciudad de Hamburgo y 50 personas hispanas en la ciudad de Miami y 50 productores de coco en Ecuador, el cuestionario se les envió por correo electrónico y así mismo se recibió su respuesta.

III. A. 1. e. 1. Encuesta realizada a los empresarios de la ciudad de Hamburgo sobre la importación de la fibra de coco.

Pregunta 1: ¿Cómo considera usted la calidad de los productos ecuatorianos?

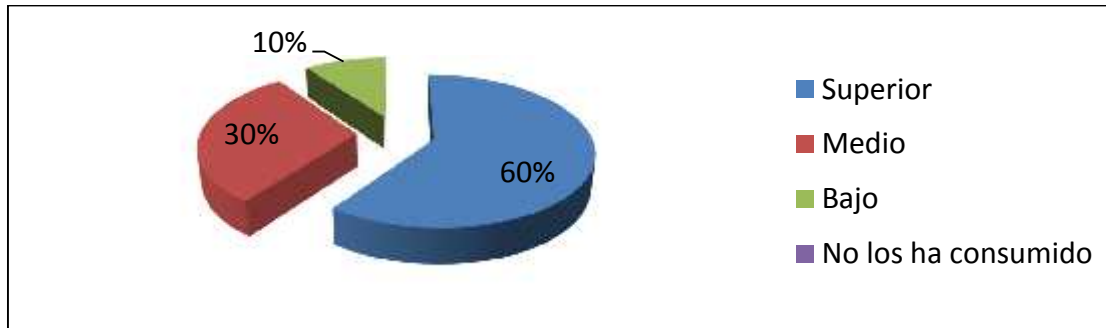
Tabla 11 Calidad de productos ecuatorianos

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Superior	6	60%
Medio	3	30%
Bajo	1	10%
No los ha consumido	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta en Hamburgo

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 15 Calidad de productos ecuatorianos



Fuente: Encuesta en Hamburgo

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Análisis: El 60% de los encuestados opinan que los productos ecuatorianos son de calidad superior, el 30% considera que son de calidad media y el 10% dice que son bajo de calidad.

Interpretación: La mayoría de los encuestados consideran a los productos ecuatorianos entre calidad media y superior, lo cual permite conocer que el mercado si acepta los productos ecuatorianos, mostrando poca resistencia, lo cual es favorable para su introducción.

Pregunta 2: ¿Estaría usted dispuesto a comprar fibra de coco proveniente de Ecuador?

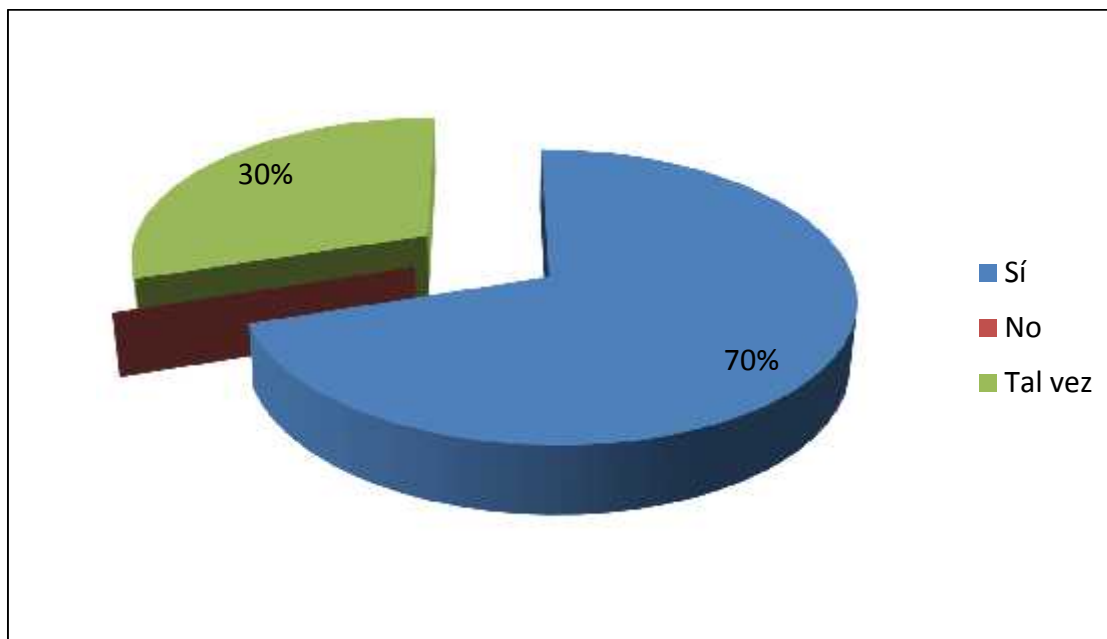
Tabla 12 Compraría de fibra de coco de Ecuador

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	7	70%
No	0	0%
Tal vez	3	30%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta en Hamburgo

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 16 Compraría de fibra de coco de Ecuador



Fuente: Encuesta en Hamburgo

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Análisis: El 70% de los encuestados dice que si estaría dispuesto a comprar fibra de coco proveniente de Ecuador y el 30% considera que tal vez compraría.

Interpretación: Los encuestados en su mayoría muestran que el producto ecuatoriano tendría buena aceptación en el sector industrial, lo que permite establecer que el mercado sí aceptaría el producto.

Pregunta 3: ¿Cuál es el uso que le dan a fibra de coco?

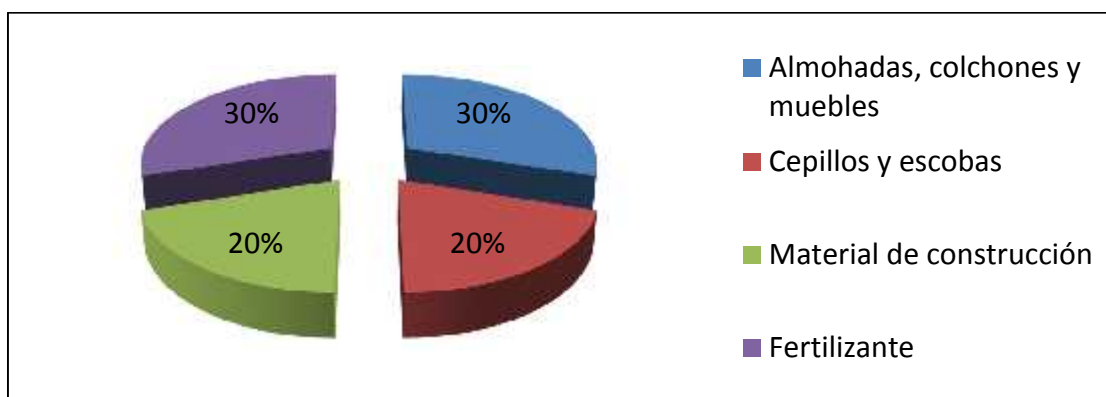
Tabla 13 Usos de la fibra

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Almohadas, colchones y muebles	3	30%
Cepillos y escobas	2	20%
Material de construcción	2	20%
Fertilizante	3	30%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta en Hamburgo

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 17 Usos de la fibra



Fuente: Encuesta en Hamburgo

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Análisis: El 30% de los encuestados señalan que utilizan la fibra de coco para elaboración de almohadas, colchones y muebles, el 30% expresa que lo utilizan como fertilizante, el 20% dice que los utiliza para la elaboración de cepillos y escobas y el 20% señala que los usa como material de construcción.

Interpretación: El uso que le dan a la fibra de coco es muy variado, y entre los usos industriales como materia prima se encuentra para la fabricación de almohadas, colchones y muebles, así como la elaboración de cepillos y escobas, también lo utilizan en la construcción por su resistencia y durabilidad, y otros lo usan como fertilizante agrícola.

Pregunta 4: ¿Qué cantidad de fibra de coco usted compra mensualmente?

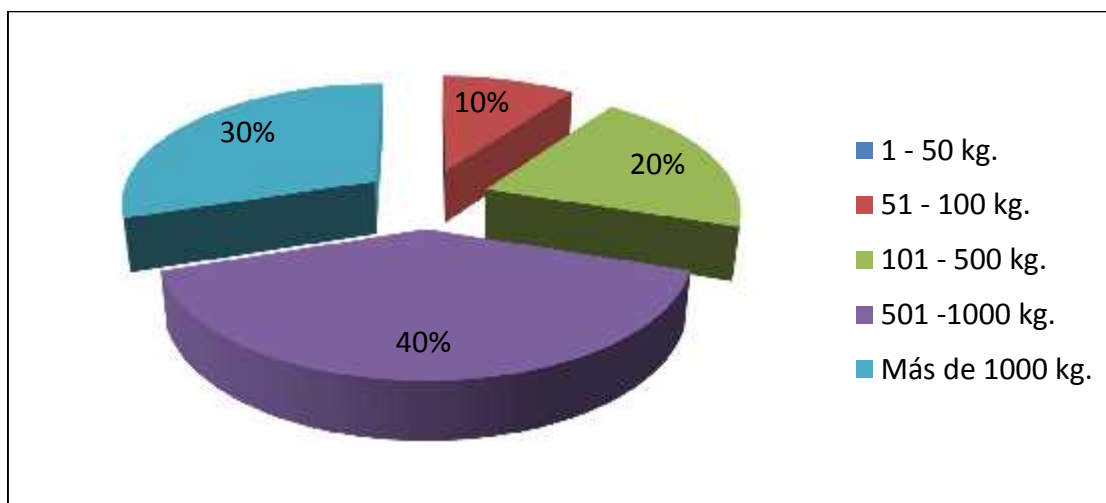
Tabla 14 Cantidad de compra

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
1 – 50 kg	0	0%
51 – 100 kg	1	10%
101 – 500 kg	2	20%
501 – 1000 kg	4	40%
Más de 1000 kg (1 ton)	3	30%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta en Hamburgo

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 18 Cantidad de compra



Fuente: Encuesta en Hamburgo

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Análisis: Según el 40% de los encuestados consumen entre 501 y 1000 kg., el 30% consume más de 1000 kg., el 20% consume de 101 a 500 kg y el 10% consume de 51 a 100 kg.

Interpretación: La mayoría de los encuestados realiza su consumo de más de 501 kg. de fibra de coco de forma mensual para destinarlo a sus procesos de producción.

Pregunta 5: ¿Con qué frecuencia usted compra de fibra de coco a sus proveedores?

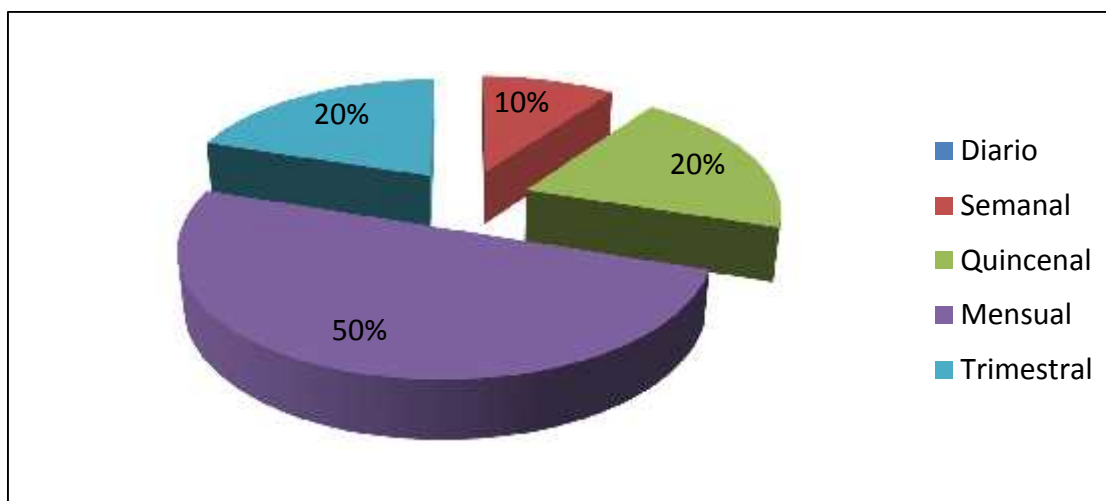
Tabla 15 Frecuencia de compra

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Diario	0	0%
Semanal	1	10%
Quincenal	2	20%
Mensual	5	50%
Trimestral	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta en Hamburgo

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 19 Frecuencia de compra



Fuente: Encuesta en Hamburgo

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Análisis: Según el 50% de los encuestados compran fibra de coco de forma mensual, el 20% lo hace trimestral, el 20% de manera quincenal, y el 10% semanal.

Interpretación: La mayoría de los encuestados realiza su consumo mensual, lo que permite conocer que estos fabricantes compran en grandes volúmenes de forma no muy periódica, lo cual daría mayor tiempo para el proceso de producción y traslado hacia el mercado de destino.

Pregunta 6: ¿Cuánto dinero usted estaría dispuesto a pagar por una presentación de 5.5 kg. de fibra de coco?

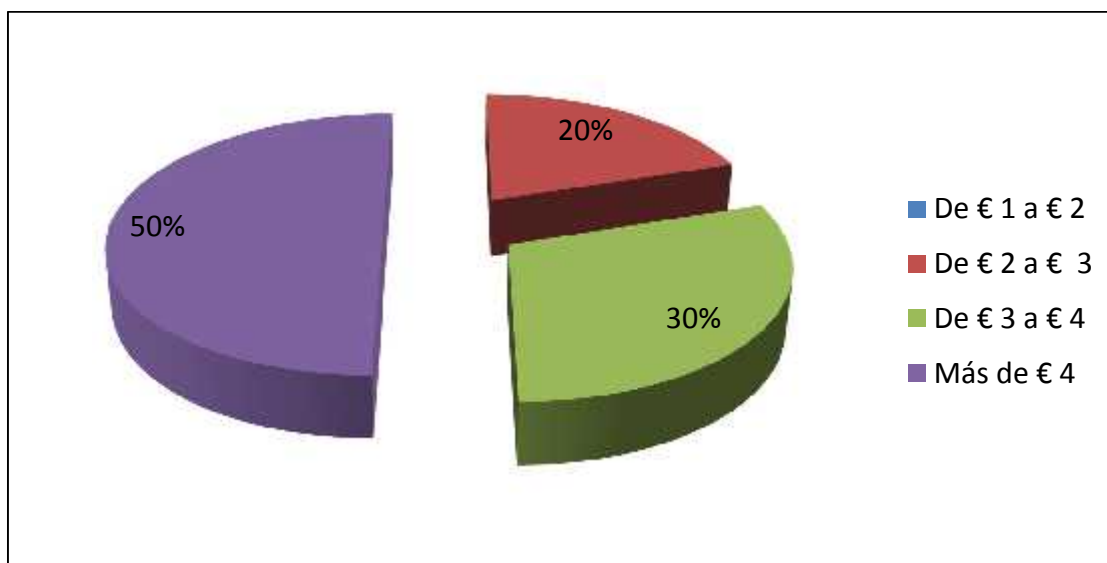
Tabla 16 Precio por presentación de 5.5 kg.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
De €1 a €2	0	0%
De €2 a €3	2	20%
De €3 a €4	3	30%
Más de €4	5	50%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta en Hamburgo

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 20 Precio por presentación de 5.5 kg.



Fuente: Encuesta en Hamburgo

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Análisis: El 50% de los encuestados considera que el precio que podría cancelar sería más de 4 euros; mientras que un 30% señala que el precio debería estar entre 3 y 4 euros; un 20% opina que el precio estaría bien entre 2 y 3 euros.

Interpretación: La mayoría de los encuestados estarían dispuestos a pagar más de 3 euros por una presentación de 5.5 kg. fibra de coco.

III. A. 1. e. 2. Encuesta realizada sobre el agua de coco en la ciudad de Miami.

Pregunta 1: ¿Cuál es su edad?

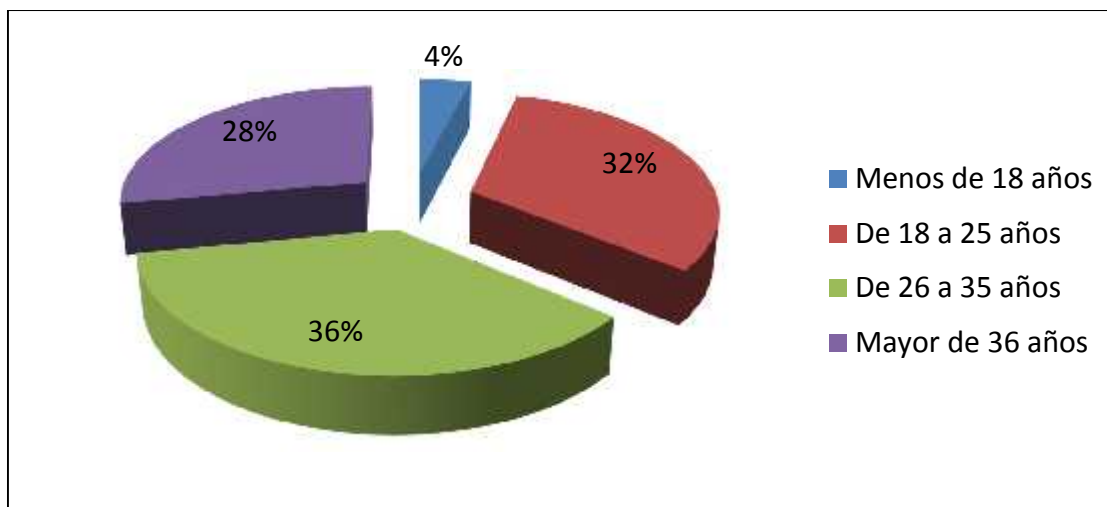
Tabla 17 Edad

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Menos de 18 años	2	4%
De 18 a 25 años	16	32%
De 26 a 35 años	18	36%
Mayor de 36 años	14	28%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta en Miami

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 21 Edad



Fuente: Encuesta en Miami

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Análisis: El 36% de los encuestados tiene edades entre 26 y 35 años, mientras que el 32% está en el rango entre 18 a 25, el 28% es mayor de 36 años, y el 4% tiene menos de 18 años.

Interpretación: Por lo observado se puede claramente establecer que un porcentaje mayoritario de la población en estudio es mayor de 18 años.

Pregunta 2: ¿Cuánto es su ingreso mensual?

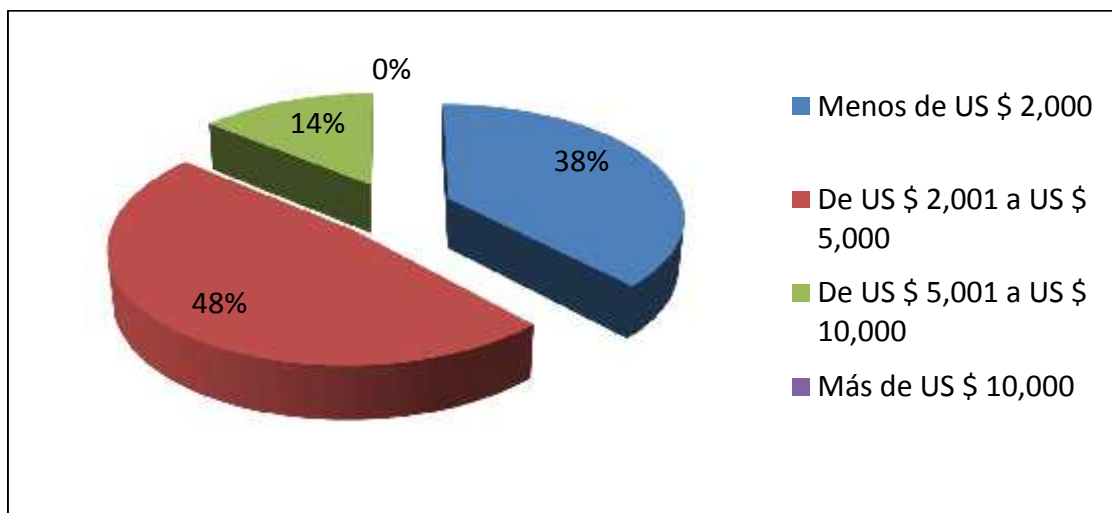
Tabla 18 Ingresos

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Menos de US \$ 2.000	19	38%
De US \$ 2.001 a 5.000	24	48%
De US \$ 5.001 a 10.000	7	14%
Más de US 10.000	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta en Miami

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 22 Ingresos



Fuente: Encuesta en Miami

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Análisis: El 48% de los encuestados dice que sus ingresos están entre US \$ 2.001 a US \$ 5.000, mientras que el 38% manifiesta que son menos de US \$ 2.000, y el 14% señala que son de US \$ 5.001 hasta US \$ 10.000.

Interpretación: Se considera que los ingresos de las personas encuestadas en su mayoría están en menos de US \$ 5.000.

Pregunta 3: ¿Le gusta consumir el agua de coco?

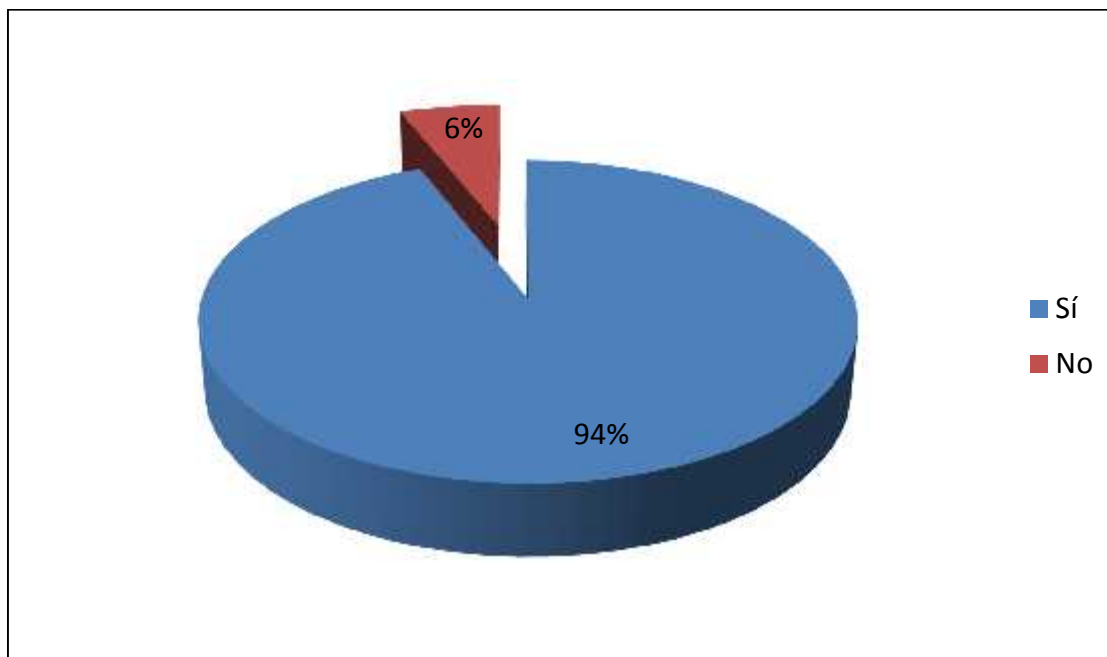
Tabla 19 Gustos

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	47	94%
No	3	6%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta en Miami

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 23 Gustos



Fuente: Encuesta en Miami

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Análisis: El 94% de los encuestados opina que si le gusta consumir el agua de coco, mientras que el 6% señala que no le gusta.

Interpretación: La mayoría de los encuestados les gusta consumir el agua de coco, por lo que se considera que existe un potencial consumo de estos productos, con lo que se estima que el producto si podría tener acogida en el mercado.

Pregunta 4: ¿Con qué frecuencia usted consume el agua de coco?

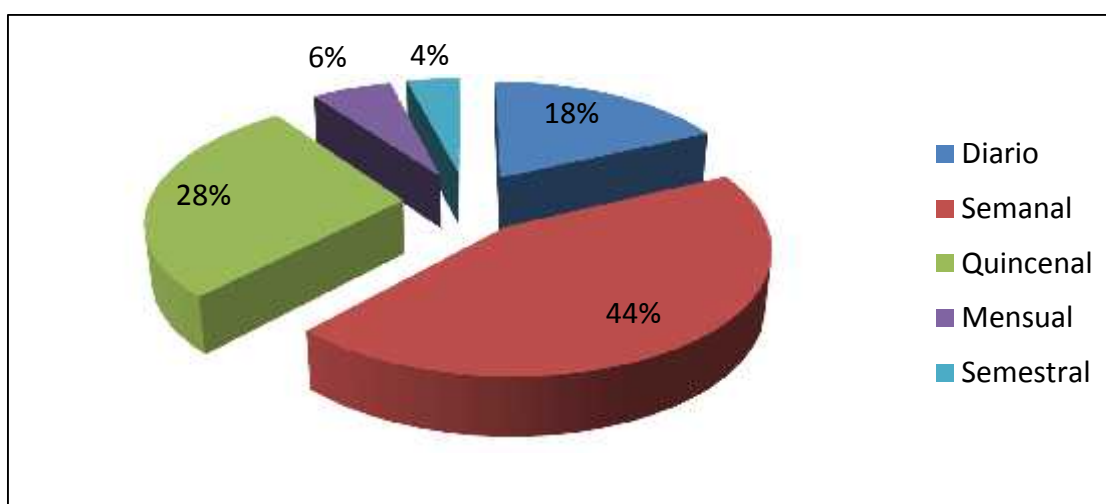
Tabla 20 Frecuencia de consumo

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Diario	9	18%
Semanal	22	44%
Quincenal	14	28%
Mensual	3	6%
Semestral	2	4%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta en Miami

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 24 Frecuencia de consumo



Fuente: Encuesta en Miami

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Análisis: Según el 44% de los encuestados consumen el agua de coco de forma semanal, el 28% lo hace quincenal, el 18% a diario, el 6% mensual y el 4% de manera semestral.

Interpretación: La mayoría de los encuestados realiza su consumo entre diario, semanal y quincenal, lo cual muestra que el producto sí tendría acogida en el mercado, puesto que su consumo es en términos generales de forma frecuente.

Pregunta 5: ¿En qué lugar usted consigue el agua de coco?

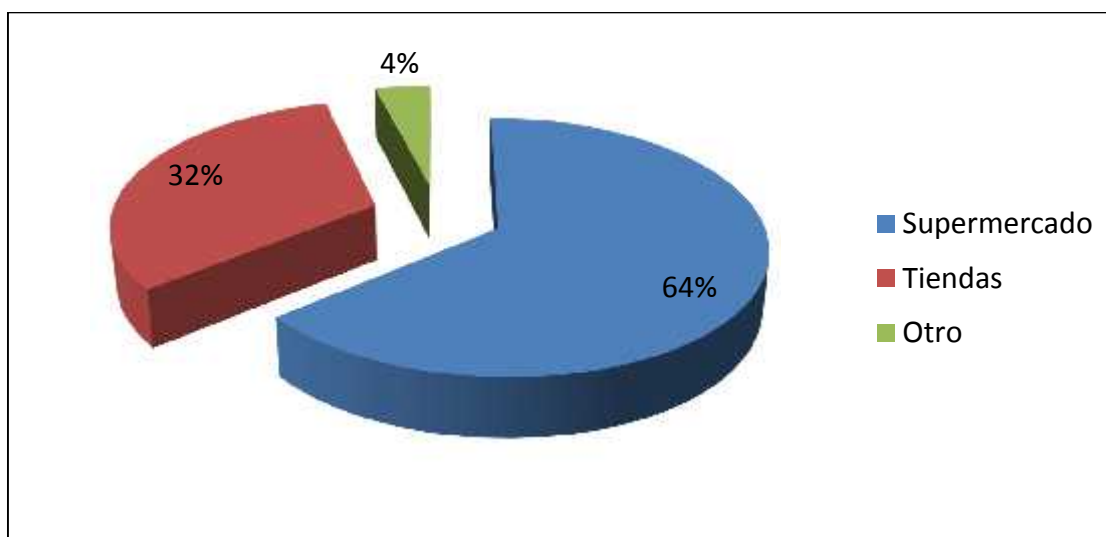
Tabla 21 Lugar donde consigue el agua de coco

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Supermercados	32	64%
Tiendas	16	32%
Otro	2	4%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta en Miami

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 25 Lugar donde consigue el agua de coco



Fuente: Encuesta en Miami

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Análisis: El 64% de los encuestados señala que el agua de coco la consigue en supermercados, mientras que el 32% la compra en las tiendas de barrio, y el 4% lo consigue en otros lugares.

Interpretación: La mayoría de los clientes prefieren comprar el agua de coco en Supermercados y tiendas, por lo que la cadena de comercialización del producto debe involucrar a estos negocios.

Pregunta 6: ¿Cómo considera usted la calidad de los productos ecuatorianos?

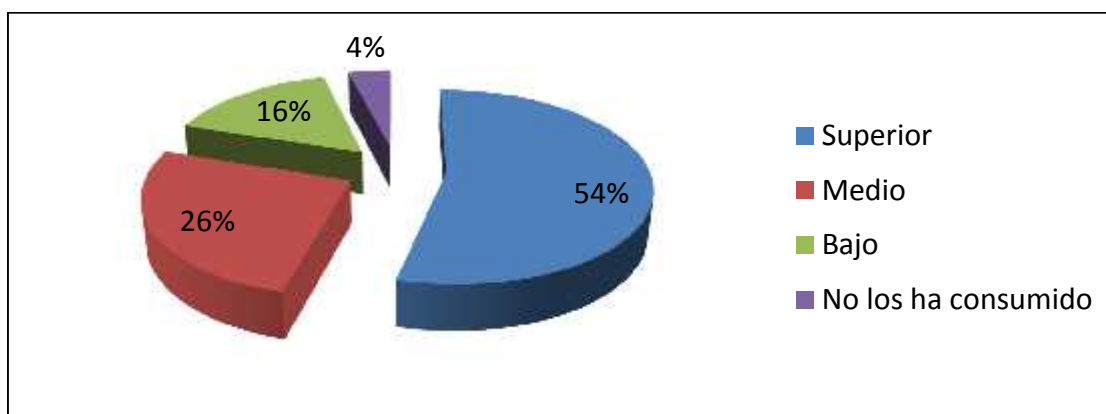
Tabla 22 Calidad de productos ecuatorianos

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Superior	27	54%
Medio	13	26%
Bajo	8	16%
No los ha consumido	2	4%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta en Miami

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 26 Calidad de productos ecuatorianos



Fuente: Encuesta en Miami

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Análisis: El 54% de los encuestados opinan que los productos ecuatorianos son de calidad superior, el 26% considera que son de calidad media, el 16% dice que son bajo de calidad y el 4% señala que no los ha consumido.

Interpretación: La mayoría de los encuestados consideran a los productos ecuatorianos entre calidad media y superior, lo cual permite conocer que el mercado si acepta los productos ecuatorianos, mostrando poca resistencia, lo cual es favorable para su introducción.

Pregunta 7: ¿Estaría usted dispuesto a comprar agua de coco embotellada proveniente de Ecuador?

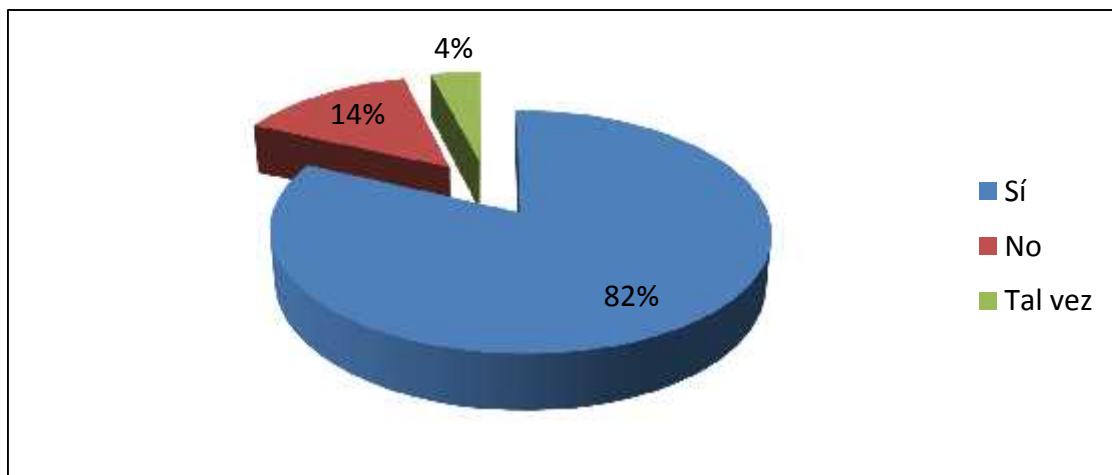
Tabla 23 Compra de agua de coco embotellada de Ecuador

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	41	82%
No	7	14%
Tal vez	2	4%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta en Miami

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 27 Compra de agua de coco embotellada de Ecuador



Fuente: Encuesta en Miami

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Análisis: El 82% de los encuestados dice que si estaría dispuesto a consumir agua de coco proveniente de Ecuador, mientras que el 14% señala que no y el 4% considera que tal vez la consumiría.

Interpretación: Los encuestados en su mayoría no muestran rechazo hacia el producto ecuatoriano por lo cual si consumirían el agua de coco embotellada de origen de Ecuador, lo que permite establecer que el mercado sí aceptaría el producto.

Pregunta 8: ¿Qué tipo de empaque usted preferiría para el agua de coco?

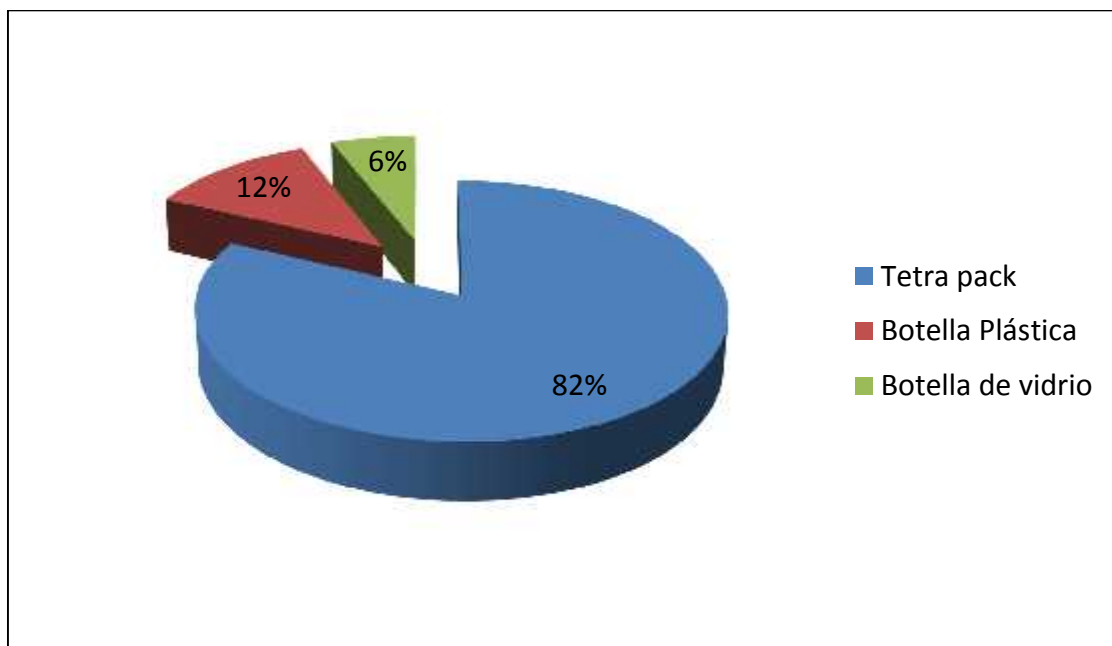
Tabla 24 Tipo de envase

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Tetra pack	41	82%
Botella Plástica	6	12%
Botella de vidrio	3	6%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta en Miami

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 28 Tipo de envase



Fuente: Encuesta en Miami

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Análisis: El 82% de los encuestados señala que prefiere un envase tetra pack, mientras que el 12% considera que una botella plástica y el 6% un envase de vidrio.

Interpretación: La mayoría de los encuestados prefiere consumir bebidas envasadas en tetra pack, debido a su fácil conservación, consumo y desecho, además de lo higiénico que es su proceso de fabricación.

Pregunta 9: ¿Cuánto dinero usted estaría dispuesto a pagar por una presentación de 250 ml de agua de coco?

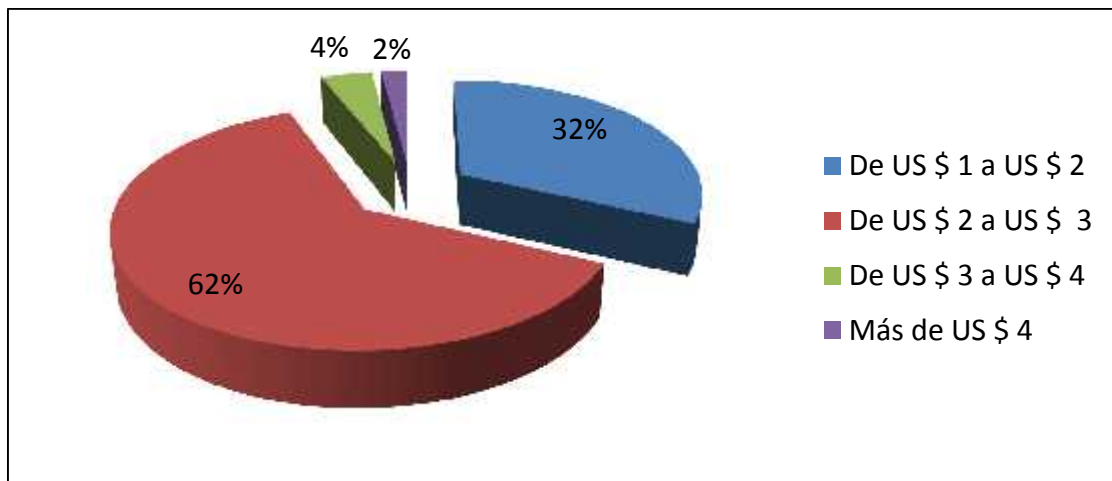
Tabla 25 Precio 250 ml. de agua de coco

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
De US \$ 1 a US \$ 2	16	32%
De US \$ 2 a US \$ 3	31	62%
De US \$ 3 a US \$ 4	2	4%
Más de US \$ 4	1	2%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta en Miami

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 29 Precio 250 ml. de agua de coco



Fuente: Encuesta en Miami

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Análisis: El 62% de los encuestados considera que el precio de un envase de 250 ml. De agua de coco que podría cancelar está entre US \$ 2 y 3; mientras que un 32% señala que el precio debería estar entre US \$ 1 y 2; un 4% opina que el precio estaría bien entre US \$ 3 y 4; un 2% estima que el precio podría ser más de US \$ 4.

Interpretación: La mayoría de los encuestados estarían dispuestos a pagar menos de US \$ 3 por un envase de 250 ml. De agua de coco.

Pregunta 10: ¿Cuánto dinero usted estaría dispuesto a pagar por una presentación de 1 litro de agua de coco?

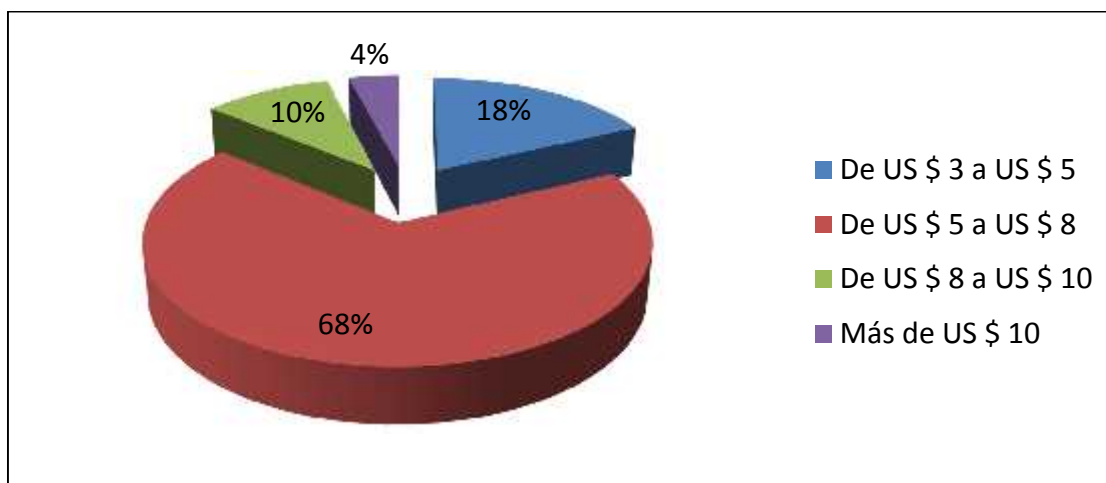
Tabla 26 Precio 1 L. de agua de coco

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
De US \$ 3 a US \$ 5	9	18%
De US \$ 5 a US \$ 8	34	68%
De US \$ 8 a US \$ 10	5	10%
Más de US \$ 10	2	4%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta en Miami

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 30 Precio 1 L. de agua de coco



Fuente: Encuesta en Miami

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Análisis: El 68% de los encuestados señalan que estarían dispuestos a pagar entre US \$ 5 y 8 por una presentación de 1 litro de agua de coco; el 18% considera que podría cancelar entre US \$ 3 y 5; el 10% opina que podría cancelar entre US \$ 8 y 10; y el 4% cancelaría más de US \$ 10.

Interpretación: La mayoría de los encuestados consideran que el precio del litro de agua de coco debería estar en menos de US \$ 8.

III. A. 1. e. 3. Encuesta realizada a los productores de coco en Ecuador.

Pregunta 1: ¿Cuál es su edad?

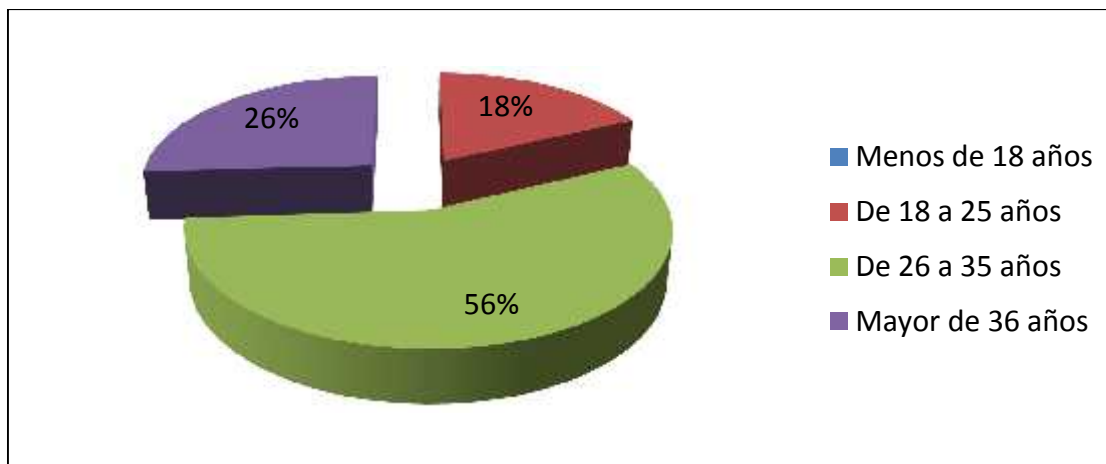
Tabla 27 Edad

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Menos de 18 años	0	0%
De 18 a 25 años	9	18%
De 26 a 35 años	28	56%
Mayor de 36 años	13	26%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta a productores de coco

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 31 Edad



Fuente: Encuesta a productores de coco

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Análisis: El 56% de los encuestados tiene edades entre 26 y 35 años, mientras que el 18% está en el rango entre 18 a 25, el 26% es mayor de 36 años.

Interpretación: Según los resultados la mayor población es mayor de 26 años lo cual favorece para establecer relaciones comerciales a largo plazo.

Pregunta 2: ¿Cuántas hectáreas de cultivo de palmeras de coco usted posee?

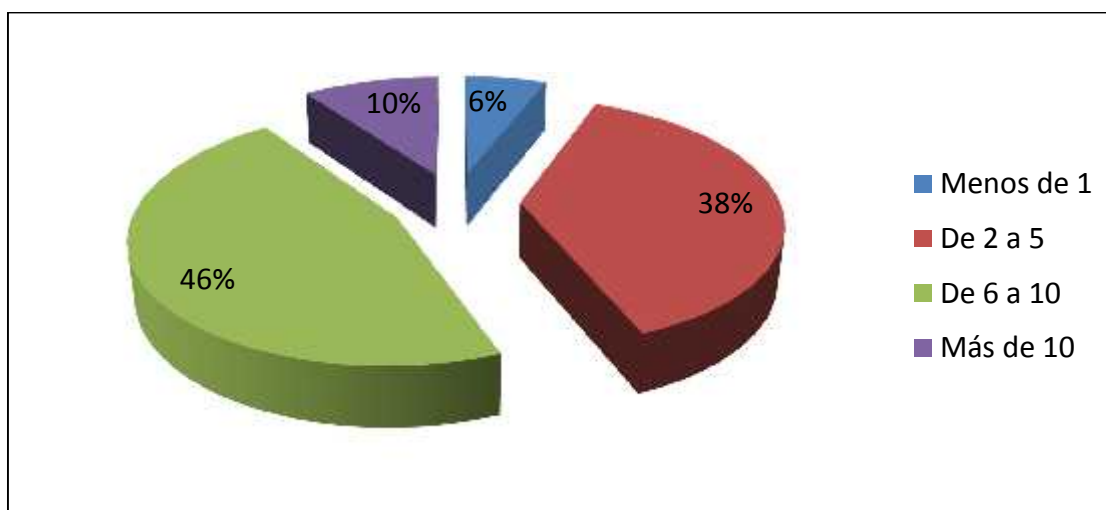
Tabla 28 Cantidad de hectáreas que posee

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Menos de 1	3	6%
De 2 a 5	19	38%
De 6 a 10	23	46%
Más de 10	5	10%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta a productores de coco

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 32 Cantidad de hectáreas que posee



Fuente: Encuesta a productores de coco

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Análisis: El 46% de los encuestados tiene entre 6 y 10 hectáreas, mientras que el 38% posee entre 2 y 5, el 10% es tiene más de 10 hectáreas, y el 6% tiene menos de 1 hectárea.

Interpretación: De acuerdo con los resultados una gran parte de los productores poseen más de 2 hectáreas, lo cual sería más conveniente para la empresa al comprarles su producción con contratos definidos.

Pregunta 3: ¿Qué cantidad de coco produce en su finca mensualmente?

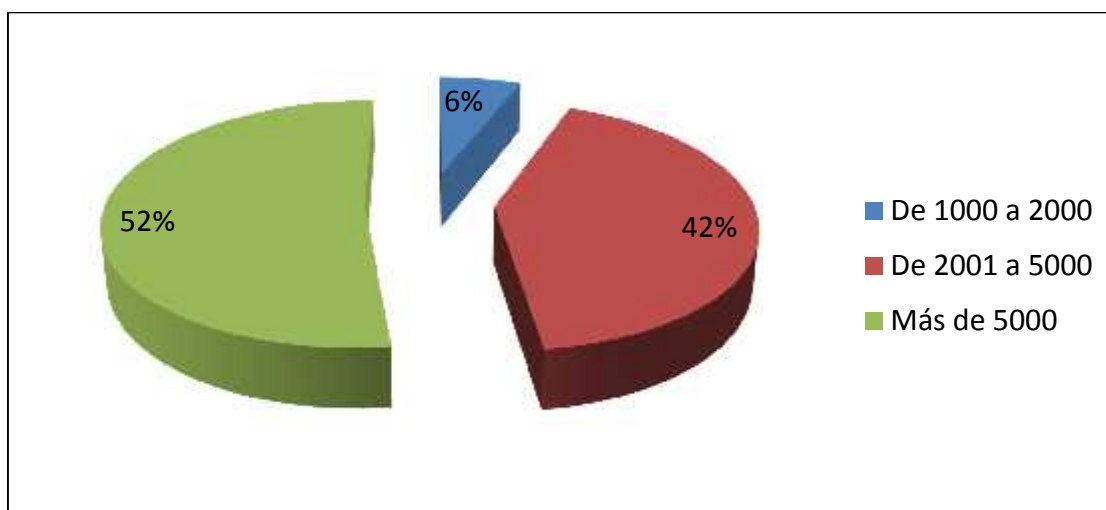
Tabla 29 Producción mensual

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
De 1000 a 2000	3	6%
De 2001 a 5000	21	42%
Más de 5001	26	52%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta a productores de coco

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 33 Producción mensual



Fuente: Encuesta a productores de coco

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Análisis: El 52% de los encuestados tiene una producción de más de 5000 cocos mensuales, mientras que el 42% está en el rango entre 2001 y 5000 cocos mensuales, y el 6% tiene de 1000 a 2000.

Interpretación: Por lo observado se puede señalar que la mayoría de los encuestados produce más de 5000 cocos de forma mensual, esto beneficiaría a la empresa para la firma de contratos de acuerdo con la necesidad de producción.

Pregunta 4: ¿Qué tiempo usted tiene de experiencia en la producción de coco?

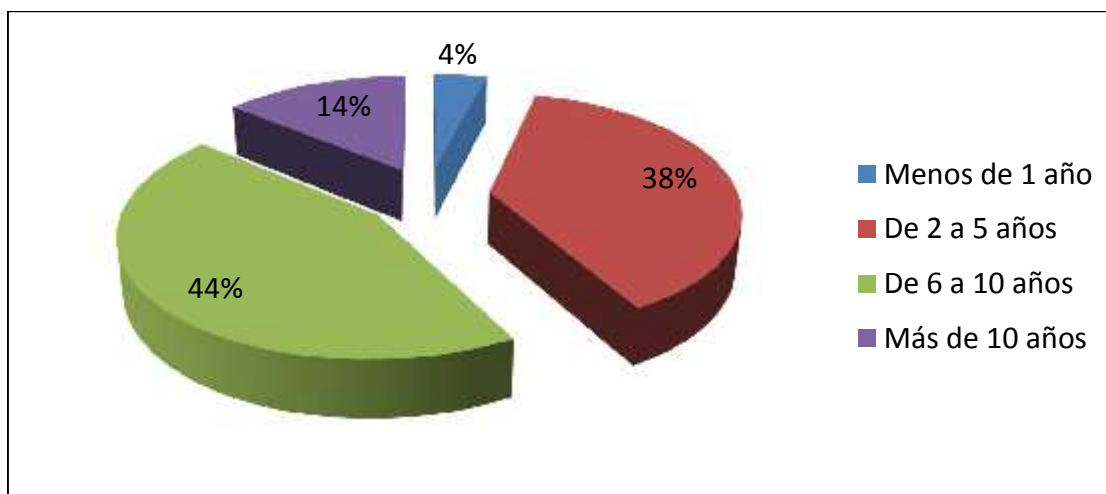
Tabla 30 Experiencia en la producción de coco

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Menos de 1 año	2	4%
De 2 a 5 años	19	38%
De 6 a 10 años	22	44%
Más de 10 años	7	14%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta a productores de coco

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 34 Experiencia en la producción de coco



Fuente: Encuesta a productores de coco

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Análisis: El 44% de los encuestados señala que tiene de 6 a 10 años produciendo coco, mientras que el 38% trabaja en este tipo de negocios entre 2 y 5 años, el 14% tiene más de 10 años de experiencia, y el 4% tiene menos de 1 año.

Interpretación: Por lo observado se puede claramente establecer la mayoría de los productores de coco tienen varios años de experiencia en el manejo de las plantaciones de coco, lo cual da mayor seguridad del cuidado y por lo tanto estabilidad en la producción.

Pregunta 5: ¿Recibe usted asesoramiento por algún profesional?

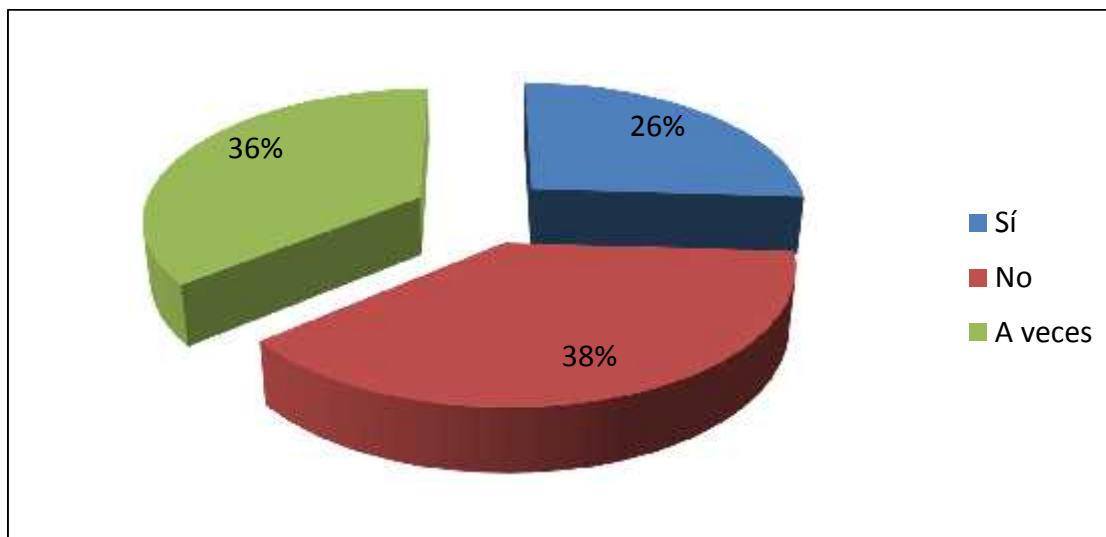
Tabla 31 Asesoramiento profesional

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	13	26%
No	19	38%
A veces	18	36%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta a productores de coco

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 35 Asesoramiento profesional



Fuente: Encuesta a productores de coco

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Análisis: El 38% de los encuestados señalan que no recibe asesoramiento, mientras que el 36% lo recibe a veces, y el 26% sí recibe asesoramiento de profesionales para el cuidado de sus plantaciones.

Interpretación: Sólo una cuarta parte de los encuestados recibe asesoramiento profesional para el cuidado de sus plantaciones, lo cual hace notar que la producción la realizan de manera empírica.

Pregunta 6: ¿Ha recibido usted capacitaciones o seminarios sobre las nuevas técnicas de producción amigables con el ambiente?

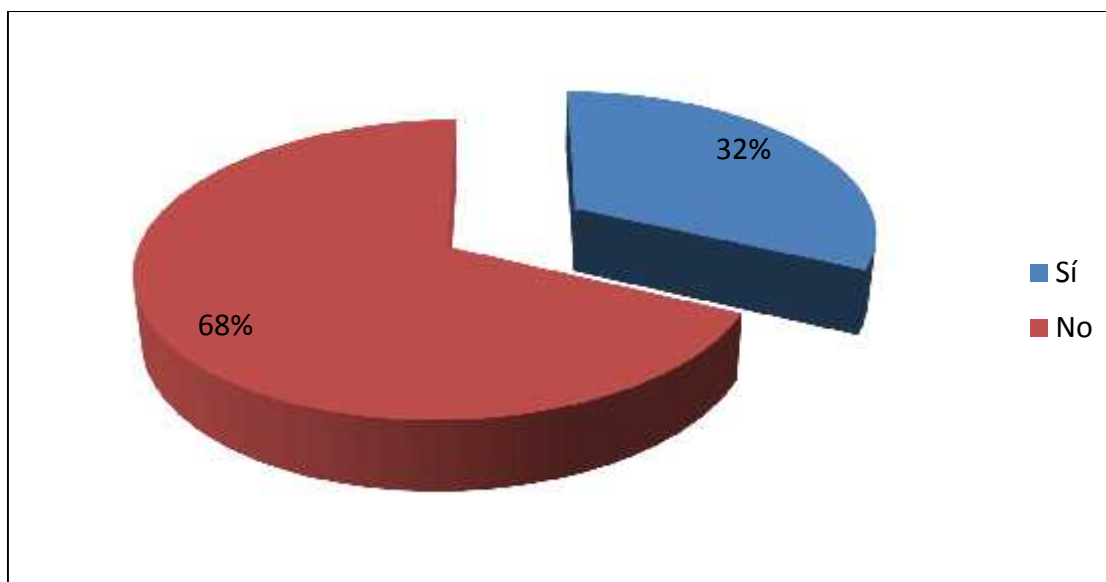
Tabla 32 Capacitaciones recibidas

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	16	32%
No	34	68%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta a productores de coco

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 36 Capacitaciones recibidas



Fuente: Encuesta a productores de coco

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Análisis: El 68% de los encuestados señalan que no han recibido capacitaciones sobre las nuevas técnicas de producción amigables con el ambiente, y el 32% dice que si ha recibido estas capacitaciones.

Interpretación: Los resultados muestran que los productores no dan prioridad a las capacitaciones sobre nuevas técnicas de producción que sean amigables con el ambiente.

Pregunta 7: ¿Qué tipo de productos usted utiliza en sus plantaciones?

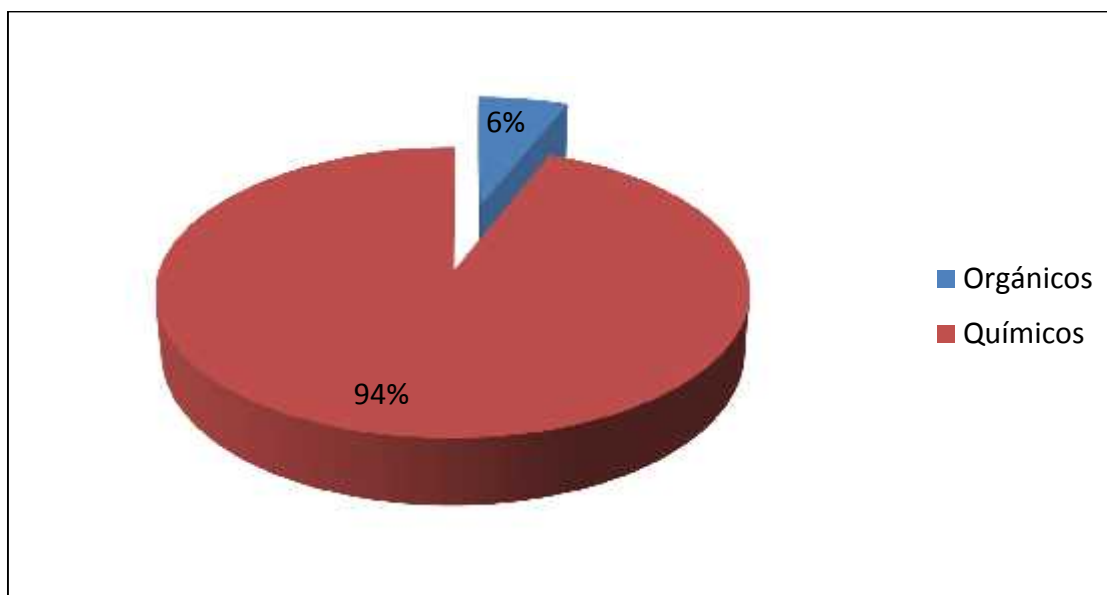
Tabla 33 Tipo de productos utilizados

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Orgánicos	3	6%
Químicos	47	94%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta a productores de coco

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 37 Tipo de productos utilizados



Fuente: Encuesta a productores de coco

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Análisis: El 94% de los encuestados expresa que utiliza productos químicos en sus plantaciones, y el 6% dice que utiliza productos orgánicos.

Interpretación: Según los resultados la mayoría de los productores utilizan químicos para su producción, por lo cual habría que realizar análisis químico del agua de coco con la finalidad de ver si está entre los rangos permitidos por la FDA en Estados Unidos.

Pregunta 8: ¿Firmaría un contrato de compraventa de su cosecha con una empresa exportadora de derivados de coco?

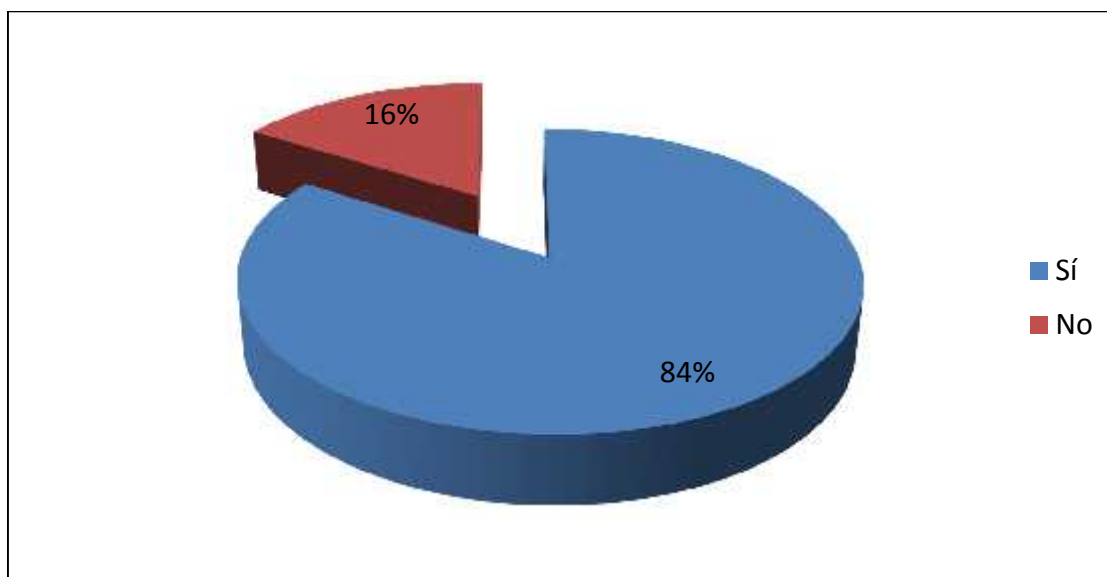
Tabla 34 Firma de contrato

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	42	84%
No	8	16%
Total	50	100%

Fuente: Encuesta a productores de coco

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 38 Firma de contrato



Fuente: Encuesta a productores de coco

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Análisis: El 84% de los encuestados manifiesta que si le gustaría firmar un contrato de compraventa de su producción con una empresa, mientras que el 16% no le gustaría firmar un contrato.

Interpretación: Existe la predisposición de la mayoría de los productores para firmar un contrato de compraventa de su producción de cocos a una empresa.

III. B. 1. Análisis de la oferta

Los datos proporcionados por Univisión que según un reportaje considerando la información de tiendas y supermercados de Miami, calculan que la oferta de derivados del coco está en 44.64 toneladas al año; en el mercado norteamericano existen empresas que venden el agua de coco embotellada a considerar las siguientes marcas: Vitacoco, Cocowell, Zico, Invo, Dr. Antonio Martins.

Figura 39 Marcas ofertantes de agua de coco en Miami



Fuente: (Mejía 18)

III. B. 1. b. Características de los principales productores

Vitacoco

La idea de esta empresa nació en New York cuando dos jóvenes conocieron a dos brasileñas, por lo cual uno de ellos viajó a Brasil a visitar a su amiga, llevándose una grata impresión sobre el agua de coco, por lo cual se dedicaron a la tarea de investigar las formas para llevar el agua de coco desde Brasil hacia New York. En la actualidad se comercializa en muchos de los Estados de la Unión Americana, tiene dos presentaciones una de agua de coco pura y otra de agua de coco con piña a un precio de \$ 2.25 y en envases de 250 ml.

Cocowell

Es uno de los principales productores de agua de coco del mundo, posee sus productos en el mercado Europeo y Norteamericano. Tiene dos presentaciones una de 330 ml. a un costo de US\$ 3.50 y otra de 1000 ml. a US\$ 8.96, el envase que utiliza es el tetra pack bricks. La planta de producción del agua de coco se encuentra en Brasil por cuanto consideran que los cocos de allí tienen el mejor sabor.

Zico

Zico es el producto estrella de la multinacional Coca Cola Company, quien compró acciones de la empresa productora de agua de coco en Brasil, la producción de esta empresa se la exporta hacia los mercados: europeo y norteamericano. La distribución del producto en el mercado norteamericano se la realiza por medio de las cadenas: Kroger, Walmart, Albertsons, Gelson`s, Xtramart, Vons, Safeway, Target, Stop&Shop, 7-eleven, Ralphs, amazon.com, Acme, FredMeyer, Wegmans, Jewel-Osco. Existen diferentes presentaciones del producto considerándose envases plásticos y tetra pack de tamaños de: 250 ml., 330 ml., 1 L., y 1.5 L.

Invo

Es producido con coco Tailandés, tiene una presentación en botellas plásticas pet de 300 ml., son distribuidos y comercializados en las principales cadenas de supermercados tanto europeo como estadounidense, el precio con el que es comercializado es de US\$ 3.45, no contiene azúcar, preservantes ni colorantes, es elaborado con cocos jóvenes verdes, se lo encuentra en presentaciones de plástico y el cartón contiene 12 unidades.

Dr. Antonio Martins.

Es elaborado a partir de un proceso de producción que considera sólo cocos a base de agricultura orgánica, es por ello que su costo es de US \$ 6,30 el envase de 300 ml., viene en presentación de vidrio que permite su mejor conservación.

III. B. 1. c. Proyección de la oferta**En Hamburgo - Alemania**

El Programa Nacional de Frutas considera que Alemania importó 14.683 toneladas métricas en el año 2014 que corresponde al 91% del requerimiento total de la industria con la finalidad de procesarlos en la elaboración de diferentes productos, por su resistencia para luego exportarlos hacia mercados externos, para el presente trabajo investigativo se ha estimado pertinente incrementar el valor de acuerdo con el crecimiento poblacional que según el Departamento de Estadísticas es del 1.9% anual.

Tabla 35 Oferta de fibra de coco en Alemania

AÑO	OFERTA ton/año
2014	14.683
2015	14.962
2016	15.246
2017	15.536
2018	15.831
2019	16.132

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

En Miami – Estados Unidos de América

Según datos del estudio realizado en el año 2014 por el Ministerio de Economía la oferta productos derivados del coco en Estados Unidos es del 98% de importación, siendo su principal proveedor Tailandia, sin embargo por enfermedades y vejez del cocotero ha disminuido su producción en un 40%, lo cual ha generado que la oferta haya disminuido cubriendo un 85% de la demanda del mercado, no encontrándose datos anteriores ni posteriores, para proyectar al futuro la demanda se considera el incremento poblacional que según el Departamento de Estadísticas de los Estados Unidos es de un promedio anual del 2.7%.

Tabla 36 Oferta de agua de coco en Miami

AÑO	OFERTA Litros/año
2014	6.854.400
2015	7.039.469
2016	7.229.534
2017	7.424.732
2018	7.625.200
2019	7.831.080

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Demanda insatisfecha

Una vez obtenidos los datos de la demanda y la oferta tanto de la fibra de coco como del agua de coco, se ha procedido a restar la demanda de la oferta, con lo cual se tiene como resultado la demanda insatisfecha de cada uno de los productos que se pretende procesar y exportar hacia esos mercados. De este resultado se logra conocer la

meta que tendría la empresa para producción y exportación del producto a fin de captar un porcentaje de esta demanda insatisfecha.

Tabla 37 Demanda insatisfecha de fibra de coco en Alemania

AÑO	OFERTA ton/año
2014	1.452
2015	1.792
2016	1.826
2017	1.861
2018	1.896
2019	2.275

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Tabla 38 Demanda insatisfecha de agua de coco en Miami

AÑO	OFERTA Litros/año
2014	1.209.600
2015	1.242.259
2016	1.275.800
2017	1.310.247
2018	1.345.623
2019	1.381.955

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

III. B. 1. d. Conclusiones generales y sobre las estadísticas del estudio de mercado

En el estudio de mercado se ha podido obtener como resultados que existe una demanda insatisfecha de fibra de coco en la ciudad de Hamburgo y de agua de coco en la ciudad de Miami que viabilizan el proyecto dado que hay mercado en el que se puede trabajar en dichos lugares con los productos que ofrece la empresa.

En la encuesta realizada a los empresarios en la ciudad de Hamburgo que se realizó vía correo electrónico se pudo conocer que en la mayoría existe la concepción que el producto ecuatoriano es de un nivel medio a superior, por lo cual si comprarían la fibra de coco proveniente del Ecuador, también se pudo conocer que la fibra de coco es utilizada en procesos industriales para la fabricación de almohadas, colchones, muebles, capillos y escobas, otros la utilizan como fertilizantes agrícolas y en la construcción. La mayoría realiza la compra de más de 501 kg., comprando mayormente de forma mensual, están dispuestos a cancelar más de 3 euros por la presentación de 5.5 kg.

Los resultados obtenidos en la encuesta realizada por correo electrónico a los habitantes de la ciudad de Miami, la mayoría está entre 18 y 35 años, los ingresos de la mayoría se encuentran en menos de US \$ 2000 hasta US \$ 5.000, a un gran porcentaje le gusta consumir el coco y el agua de coco, lo consume de manera semanal y quincenal, la mayoría consigue el agua de coco en Supermercados y tiendas, según un gran porcentaje de los encuestados los productos ecuatorianos son de calidad superior y media, lo que determina que la mayoría esté predispuesta a consumir agua de coco embotellada que provenga de Ecuador, prefiriendo que sea empacada en envase de tetra pack, estando dispuestos a pagar entre US \$ 1 a US \$ 3 por un envase de 250 ml. y entre US \$ 5 y US \$ 8 por envases de 1 litro.

En la encuesta a los productores de coco en Ecuador se pudo conocer que la mayoría tiene 26 años de edad en adelante, los cuales poseen entre 2 y 10 hectáreas de

cultivo de coco, produciendo entre 2001 y más de 5000 cocos de forma mensual, tienen una experiencia de 2 a 10 años en cultivo de coco, la mayoría expresa que no ha recibido asesoramiento por profesionales, tampoco han recibido capacitaciones sobre técnicas de producción amigables con el ambiente, utilizan productos químicos para el tratamiento de sus plantaciones, existe una predisposición de la mayoría de los productores para la firma de un contrato de compraventa de su cosecha a una empresa exportadora de derivados de coco.

Según el estudio de la demanda y la oferta se pudo establecer que existe demanda insatisfecha lo cual se puede considerar como una importante oportunidad para poder ingresar al mercado con los productos ecuatorianos que conllevará a la exportación del agua de coco al mercado Norteamericano y la fibra de coco al mercado Europeo.

III. C. Marketing Mix

III. C. 1. Definición del Producto

El producto que se ofertará al mercado Europeo y Norteamericano son derivados del coco, como lo son: agua de coco embotellada en Miami y fibra de coco en la ciudad de Hamburgo, la planta productora de estos derivados del coco se tiene previsto instalarla en Ecuador en el sector que sea determinado en el estudio técnico.

Agua de coco

El agua de coco embotellada estará disponible en presentación de 250ml. y de 1 litro el envase será tetra pack, y se ubicarán en una caja de cartón 24 unidades para facilitar el transporte, el tiempo de consumo será de 50 días, deberá estar refrigerada, la temperatura del producto deberá estar entre los 10°C y 25° C, las propiedades nutritivas

por cada 100ml. de agua de coco aporta nutrientes, vitaminas y minerales, por lo cual es recomendada para los deportistas, personas que están haciendo dieta, así como para personas con diabetes e hipertensión.

Tabla 39 Información nutricional de una porción de 100g. de agua de coco.

	DETALLE	CANTIDAD	VALOR
NUTRIENTE	Agua	(g.)	94.99
	Calorías	(Kcal.)	19
	Carbohidratos	(g.)	3.71
	Proteínas	(g.)	0.72
	Grasas	(g.)	0.20
	Colesterol	(mg.)	0
	Fibra	(g.)	1.1
VITAMINAS	Vitamina C	(mg.)	2.4
	Vitamina B1	(mg.)	0.03
	Vitamina B2	(mg.)	0.06
	Vitamina B3	(mg.)	0.08
	Vitamina B5	(mg.)	0.04
	Vitamina B6	(mg.)	0.03
	Vitamina B12	(mcg.)	0
	Folatos	(mcg.)	3
MI	Calcio	(mg.)	24

Magnesio	(mg.)	25
Fósforo	(mg.)	20
Sodio	(mg.)	105
Potasio	(mg.)	250
Hierro	(mg.)	0.29
Zinc	(mg.)	0.10
Cobre	(mg.)	0.04
Selenio	(mcg.)	1
Manganeso	(mg.)	0.14

Fuente: Botanical-online.com

Nombre comercial

El nombre comercial con el que se conocerá el agua de coco en el mercado será en español “cocos frescos”, en inglés “fresh coconuts”, que parte del concepto del negocio que es proporcionar un producto de calidad y saludable para los clientes y consumidores en general.

Logotipo

Es la representación del producto, por lo cual se ha considerado en el diseño la imagen de dos cocos, los colores a utilizarse son verde y anaranjado, el primero por cuanto los cocos son de ese color y según la psicología del color es un tono que simboliza la esperanza, y el anaranjado por cuanto es el color que simboliza la energía.

Figura 40 Logotipo para el agua de coco en español



Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 41 Logotipo para el agua de coco en inglés



Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Eslogan

Es la frase que representa el producto por lo cual se ha considerado pertinente la siguiente “Siempre frescos, siempre saludables”, en español y “Always fresh, always healthy” en inglés, este es el slogan que se utiliza para introducir al mercado norteamericano el producto.

Diseño envase

El tipo de envase a utilizarse para el producto según los resultados de la encuesta realizada el más preferido es Tetra Pack debido a su higiene, conservación y fácil desecho, que no ocasiona mayor impacto negativo al ambiente, es por ello que se utiliza el envase Tetra Brik Aseptic con canuto para la presentación de 250 ml., y con tapa rosca para la presentación de 1 L.

Figura 42 Diseño del envase Tetra Pak Brik Aseptic 1 L.



Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 43 Presentación de fibra de coco de 5.5 kg.



Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

III. C. 2. Análisis de precios

El precio que se fije para el producto será considerando que permitan cubrir los costos administrativos, operativos, y de exportación, así mismo proporcionen un margen de utilidad para la productora, el importador, y los distribuidores: mayorista y minorista. También se debe analizar los resultados del estudio de mercado en cuanto al precio que estarían dispuestos a pagar los consumidores, así mismo serán considerados los precios de los productos que se encuentran en el mercado, a considerarse en este aspecto los datos de la competencia en la ciudad de Miami.

Tabla 40 Precio del agua de coco en botella en EEUU

IMAGEN	MARCA	CONTENIDO	PRECIO	CONTENIDO	PRECIO
	Vitacoco	250ml.	\$ 2.25		
	Cocowell	330ml.	\$ 3,50	1000ml.	\$ 8.96
	Zico	250ml.	\$ 2,35		
	Invo	300ml.	\$ 3,45		
	Dr. Antonio Martins	500ml.	\$ 6,30		

Fuente: Supermercado Hispano – Miami

III. C. 2. a. Determinación del precio promedio

El precio promedio del agua de coco en Miami para una presentación de 250 ml es de US \$ 2,30; la presentación de 300 ml. es de US \$ 3,47; y, la presentación de un litro es de US \$ 8,96, por lo cual se ha considerado que el precio al público de la presentación de 250 ml. debe ser de US \$ 2,25 y la presentación de un litro debe ser de US \$ 7,00; con estos valores se logra cubrir los costos y gastos de producción y administrativos, así mismo los costos por exportación e importación, logística, transporte, comercialización y la utilidad correspondiente a cada uno de los involucrados en los canales de distribución.

En el caso de la fibra de coco se conoce que en el mercado alemán tiene un precio entre los US \$ 7,50 y US \$ 9,00 por la presentación de 5.5 kg, estimando los costos de producción que se tendrían se puede considerar que el precio de US \$ 7,00 por la presentación de 5.5 kilos en el puerto de Hamburgo que permitiría cubrir los costos y gastos que se incurren en el proceso de producción, transporte, exportación e importación del producto.

III. C. 2. b. Análisis histórico y proyección de precios

Por ser un producto nuevo se debe considerar que el precio debería mantenerse fijo durante dos o tres años con la finalidad que los consumidores conozcan el producto y éste sea posicionado en el mercado de las ciudades de Hamburgo y Miami, luego de lo cual se deberá realizar los ajustes considerando la inflación del año anterior para estimar el precio del año siguiente, debiendo realizarse un estudio para conocer los niveles de satisfacción tanto de los consumidores como de los distribuidores del producto a fin de considerarlos como elementos para la toma de decisión para incrementar el precio.

Tabla 41 Proyección de precio de la fibra de coco en Hamburgo a 5 años

DETALLE	1	2	3	4	5
AÑO					
Precio estimado para la venta al fabricante	\$ 7.00	\$ 7.00	\$ 7.25	\$ 7.50	\$ 7.75

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Tabla 42 Proyección de precio del agua de coco 250 ml. en Miami a 5 años

DETALLE	1	2	3	4	5
AÑO					
Precio estimado para la venta al consumidor final	\$ 2.25	\$ 2.25	2,50	2,75	3,00

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Tabla 43 Proyección de precio del agua de coco 1 L. en Miami a 5 años

DETALLE	1	2	3	4	5
AÑO					
Precio estimado para la venta al consumidor final	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,50	\$ 8,00	\$ 8,50

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

III. C. 3. Plaza

El lugar de venta del producto se ha considerado según el estudio de mercado que los consumidores de agua de coco en la ciudad de Miami la adquieren más frecuentemente en Supermercados y tiendas, sin embargo, otro lugar donde se la puede comercializar es

en los restaurant por cuanto es una bebida que puede acompañar el consumo de los alimentos.

En el caso de la fibra de coco el lugar de comercialización es directo desde la planta procesadora hacia el fabricante, no involucra a más personas dentro del proceso de comercialización, por cuanto se recibe el pedido y se lo despacha de forma directa al cliente.

III. C. 4. Canales de comercialización

Es importante seleccionar adecuadamente los canales de distribución a fin de garantizar que el producto llegue al consumidor final en óptimas condiciones, logrando que se realice un adecuado posicionamiento del producto en base al consumidor y considerando como estrategia la diferenciación del producto.

III. C. 4. a. Descripción de los canales de distribución

Para el agua de coco que se oferta por ser de rápido consumo es conveniente utilizar el siguiente canal de distribución: Productor/Exportador – Importador, Importador – Mayorista, Mayorista – Minorista, Minorista – Consumidor final.

Productor/Exportador – Importador: Se refiere a que el mismo productor es el exportador, quien se encarga de que el producto sea de calidad y llegue al importador siendo la primera cadena del canal de distribución.

Importador – Mayorista: El importador le vende los productos a cadenas de distribuidores mayoristas para que coloquen el producto en locales comerciales que venden al detalle.

Mayorista – Minorista: El distribuidor se encarga de la venta del producto a pequeños negocios quienes exhiben el producto.

Minorista – Consumidor final: El comerciante minorista tiene su local comercial minimarket, autoservicio, tienda, restaurantes entre otros, para que los consumidores finales que son los clientes los adquieran.

III. C. 4. b. Ventajas y desventajas de los canales previstos

La principal ventaja es que se contará al implementar el canal de comercialización Productor/Exportador – Importador, Importador – Mayorista, Mayorista – Minorista, Minorista – Consumidor final es que el producto se hará masivo puesto que se lo encontrará en diferentes supermercados y tiendas en toda la ciudad de Miami lo cual favorecerá para su posicionamiento en los consumidores. Otra ventaja es que se logrará proporcionar un margen de utilidad adecuado a todos los involucrados con el propósito de incentivarlos a las ventas del agua de coco FRESH COCONUTS.

La principal desventaja que se tiene es que se incrementan los costos porque cada uno de los participantes del canal de comercialización deben percibir un porcentaje de utilidad, lo cual hace que el precio final del producto sea más elevado y no exista la posibilidad de venderlo a un mejor precio.

III. C. 4. c. Descripción operativa de la trayectoria de comercialización.

Una vez que se han producido los productos se procede a la exportación hacia Alemania y Estados Unidos, para lo cual se debe cumplir con los requisitos establecidos en el país como son:

Exportación a Alemania

Para la exportación de fibra de coco se lo realiza con la subpartida 0801.119000-0000-0001 que tiene su origen en Ecuador, a fin de identificar su origen con la finalidad de aplicar los aranceles, que en el caso ecuatoriano tiene una tarifa del 7% del CIF para los productos de esta partida arancelaria, además se cobra un impuesto del 7% como IVA para productos comestibles y 12.9 euros por cada 100 kilos.

La Agencia de Regulación y Control Sanitario emite los certificados de controles de calidad en el manejo de la producción a fin de que se pueda garantizar el cumplimiento de los estándares de control sanitario y uso de pesticidas en los cultivos agrícolas. También la planta procesadora debe tener los respectivos permisos de funcionamiento, de salud y el registro sanitario correspondiente.

El producto debe estar registrado en la Declaración Aduanera Única de Exportación, y demás documentos a fin de que se realice el procedimiento correspondiente a la verificación y control por parte de la Autoridad Aduanera (Certificado de inspección en origen), esta documentación de exportación deberá ser enviada al importador a fin de que pueda realizar la desaduanización en el puerto.

La normativa Alemana y de la Unión Europea en general requieren que para el ingreso de productos agrícolas a este país se realice el cumplimiento de las normas de control sanitario y del uso de pesticidas en la producción de los productos, para lo cual existen las certificaciones EUREPGAP y el sello de calidad Qualitat und Sicherheit otorgado por la Centrales Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft (CMA).

Exportación a Estados Unidos

En el caso de Estados Unidos, se aplica a la importación de coco con la subpartida 0801.19 que procede de Ecuador dentro del régimen comercial de “Nación más Favorecida” con lo cual se aplica una tarifa arancelaria del 0%. Sin embargo las barreras no arancelarias que se utilizan entre Estados Unidos y Ecuador para los productos de la

subpartida 0801.19 consideran ciertas tasas Ad Valorem de 0.21% conforme a la normativa 1401 de 19 Code of Federal Regulations que son administrados por el United States Customs and Border Protection (USCBP) por la entrada formal de mercancías superior a los USD 2.000 según se establece en Maintenance Procession Fee (MPF2), el monto máximo de la tasa no podrá ser superior a USD 485 ni inferior a USD 25. Para las entradas informales es fija y está entre USD 5 y USD 9 por envío. También existe una tasa de entrada de mercancía por vía marítima que es el 0.125% es conocida como Harbor Maintenance Fee – HMF3.

Toda importación de productos alimenticios y bebidas para el consumo humano requiere de un permiso de la Food and Drug Administration (FDA) que debe estar registrado previamente para que los productos puedan ser comercializados en el mercado norteamericano, esto como cumplimiento a la Ley contra el Bioterrorismo, a la Ley de Salud Pública y a la Ley Federal Food, Drug and Cosmetic.

Los productos deben cumplir con el marcado de origen para poder ingresar a Estados Unidos según las normas y exigencias del USCBP, esto con la finalidad de informar al consumidor final e identificar el país de procedencia para la determinación del arancel que se debe aplicar, en caso de no contar con el marcado de origen se deberá cancelar una multa del 10% del valor establecido por el USCBP para el marcado bajo la supervisión del USCBP, y si no se puede cumplir dicho requisito la mercancía puede ser reexportado o destruido según el criterio del USCBP.

Los productos deben cumplir con las normas de etiquetado establecidas por la FDA, como lo es la información de panel que debe contener los datos nutricionales, ingredientes, advertencias, fecha de caducidad, productor, distribuidor con el nombre completo, dirección, teléfono y correo electrónico; adicional a ello debe tener un código de barras.

III. B. Estudio técnico

III. B. 1. Factores que determinan la localización

Se ha considerado la utilización del método cualitativo por puntos para la determinación de la Macrolocalización y Microlocalización, cuyos factores que inciden en el desarrollo del proyecto y serán evaluados son:

Terreno: Es importante que exista un terreno ubicado en una zona industrial o sector rural, debiendo establecerse conveniencia puesto que los precios por el metro cuadrado de terreno en zona industrial tiene un valor más alto que en una zona rural.

Vías de acceso: Para el éxito del negocio es imprescindible que existan vías en buen estado para acceder a las instalaciones de la empresa.

Infraestructura: El lugar debe contar con una infraestructura básica que faciliten las operaciones de la empresa.

Cercanía a proveedores: Debe ser un lugar donde se facilite el traslado del producto desde los proveedores, para abaratar costos de traslado.

Disponibilidad de servicios básicos: Es muy importante que el sitio cuente con servicios básicos como agua, alcantarillado, recolección de desechos, telefonía e internet.

Cercanía al puerto: La ubicación cerca al puerto es fundamental porque facilita el traslado de los productos para la exportación.

Disponibilidad de mano de obra: La mano de obra debe estar cerca del lugar de la planta procesadora.

Seguridad: Es importante que el lugar sea seguro tanto en los aspectos del terreno en caso de terremoto, como en lo delincriminal.

III. B. 1. a. Definición de la localización

Macrolocalización

Se ha considerado varios aspectos para elegir el sector de Engabao como el punto para el establecimiento de la planta procesadora del coco para la elaboración del agua de coco embotellada y la fibra de coco, debido a la cercanía que tiene a los productores de coco, así como por contar con vías de acceso en perfecto estado para el transporte terrestre, la cercanía al puerto de aguas profundas de Posorja hace que sea más conveniente dicho sector; se realizó una matriz para establecer la macrolocalización cuyos resultados mostraron que el lugar más óptimo es en el cantón General Villamil.

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: General Villamil

Tabla 44 Matriz de macrolocalización

FACTORES	PESO	VILLAMIL		GUAYAQUIL		BUCAY	
		VALOR	POND.	VALOR	POND.	VALOR	POND.
Terreno	0.20	5	1	2	0.40	4	0.80
Vías de acceso	0.10	4	0.40	5	1	4	0.40
Infraestructura	0.10	4	0.40	4	0.40	4	0.40
Cercanía a proveedores	0.30	5	1.50	3	0.90	2	0.60
Disponibilidad de servicios básicos	0.10	4	0.40	5	0.50	4	0.40
Cercanía al Puerto	0.20	4	0.80	5	1	2	0.40
Totales	1.00		4.50		4.20		3.00

Valores: 1 = Malo, 2 = Regular, 3 = Bueno, 4 = Muy bueno, 5 = Excelente

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Microlocalización

El mejor sitio para el establecimiento de la planta procesadora del coco, para la elaboración del agua de coco embotellada y la fibra de coco, es el sector de Engabao debido a la cercanía que tiene a los productores de coco, también la facilidad para que los trabajadores puedan ir, así como por contar con vías de acceso en perfecto estado para el transporte terrestre, considerados como aspectos muy importantes para la toma de decisión sobre la ubicación, estos resultados se los obtuvo de una matriz para establecer la microlocalización.

Cantón: General Villamil

Sector: Engabao

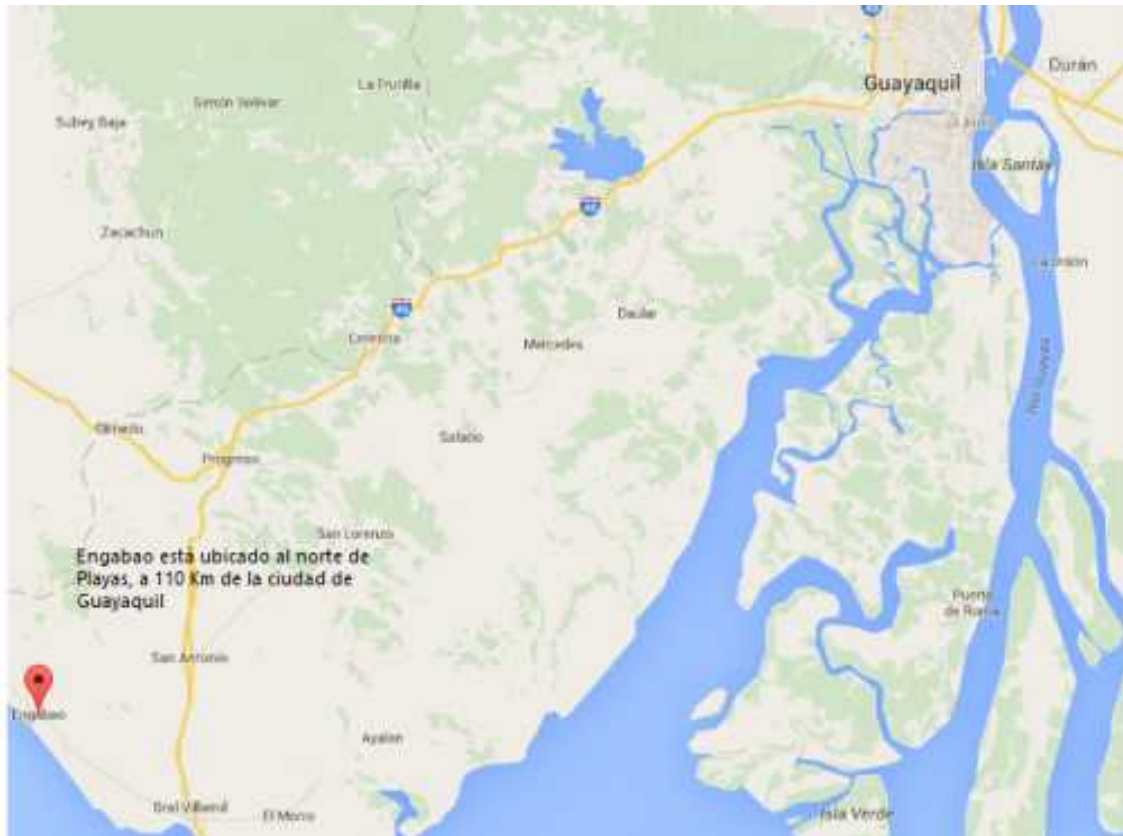
Tabla 45 Matriz de microlocalización

FACTORES	PESO	ENGABAO		DATA DE VILLAMIL		EL MORRO	
		VALOR	POND.	VALOR	POND.	VALOR	POND.
Terreno	0.20	5	1	2	0.40	4	0.80
Vías de acceso	0.10	4	0.40	5	1	4	0.40
Infraestructura	0.10	4	0.40	4	0.40	4	0.40
Cercanía a proveedores	0.20	5	1.50	3	0.90	2	0.60
Disponibilidad de servicios básicos	0.10	4	0.40	5	0.50	4	0.40
Disponibilidad de mano de obra	0.20	4	0.80	5	1	2	0.40
Seguridad	0.10	4	0.40	3	0.30	2	0.20
Totales	1.00		4.90		4.50		3.20

Valores: 1 = Malo, 2 = Regular, 3 = Bueno, 4 = Muy bueno, 5 = Excelente

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 44 Mapa de ubicación



Fuente: Google Maps

III. B. 2. Cadena Valor

La cadena de valor de Michael Porter contiene dos grupos de actividades principales de una empresa o negocio de manufactura que en muchos casos son adaptadas a otros tipos de empresas, estas actividades son: primarias y de apoyo, las actividades primarias contienen: logística de entrada, operaciones, logística de salida, mercadeo y ventas, y servicios. Las actividades de apoyo son: abastecimiento, desarrollo de tecnología, administración de los recursos humanos, e infraestructura de la empresa.

Figura 45 Cadena de valor de Michael Porter



Fuente: (Gareth y George 59)

Actividades primarias

Logística de entrada: El negocio cuenta con un área de recepción de materias primas en el que llegan los vehículos con los cocos, se revisan que estén en perfectas condiciones y de buena calidad, se los pesa para luego ser trasladados a la bodega de almacenamiento, ubicada en un área contigua, desde donde se despachan al área de producción.

Operaciones: En esta etapa se realiza la recepción de los cocos de la bodega de almacenamiento para ser trasladados al área de lavado, posterior a ello se los envía al área de perforación y extracción del agua, el agua es enviada al tanque de almacenamiento en el que acumula para el proceso de llenado de los envases, posteriormente son enviados al

área de empaquetado en donde se ubican en los cartones y se acumulan para ser trasladados al área de bodega de productos terminados.

La estopa una vez quitada el agua se la envía al área de desechos a fin de que se le extraiga la pulpa y se la traslade para el secado y posterior molida a fin de obtener la fibra de coco, que es ubicada en piezas de 5.5 kg., almacenadas en los pallets en el área de producto terminado de la fibra de coco.

La limpieza de las instalaciones se la realiza a diario luego de finalizado el proceso en cada una de las áreas y el mantenimiento de los equipos y maquinarias se lo realiza de manera preventiva cada año y correctiva cuando se presenta algún inconveniente para evitar el daño de los equipos lo cual ocasionaría pérdidas de tiempo y recursos.

Logística de salida: Una vez en bodegas el producto final del proceso del agua de coco se lo embarca en los pallets para ser ubicados en el contenedor, luego se lo sella y se traslada hacia el puerto marítimo donde se realizan los trámites pertinentes para su embarque en el buque con destino a Miami, se utiliza el INCOTERMS FOB que significa que el fabricante es responsable del producto hasta que esté embarcado en el buque, una vez en el puerto de destino el importador recibe el producto para su venta a los distribuidores y minoristas en los diferentes supermercados y tiendas.

Mercadeo y ventas: En la ciudad de Miami se realizará una campaña publicitaria de difusión del producto a través de la colocación de afiches en los puntos de venta, estos afiches contendrán información nutricional de la bebida de coco, además el importador puede realizar diferentes publicidades que podrían ser cubiertas hasta en un 50% por la empresa.

Servicios: Se realizará un sondeo en el mercado con la finalidad de conocer los niveles de aceptación del producto, esta actividad se la hará en el primer trimestre de

introducido el producto a fin de realizar los correctivos necesarios para la satisfacción de los clientes.

Las actividades de apoyo

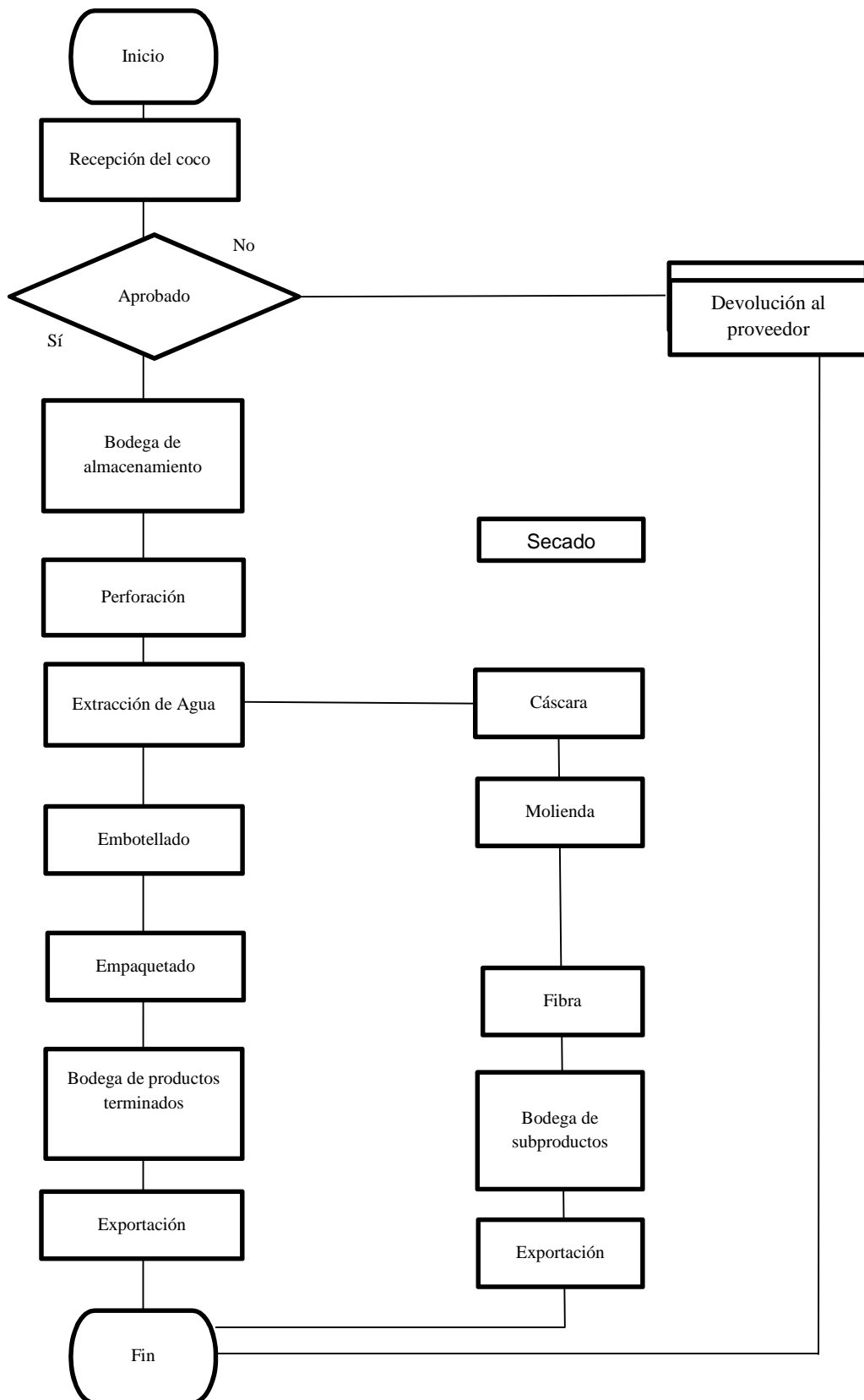
Abastecimiento: El jefe de compras es el responsable de tener un stock de materias primas y materiales necesarios para mantener la producción en caso de desabastecimiento del mercado de hasta por dos semanas, los cuales serán controlados por el sistema de inventarios realizado por el bodeguero y supervisado por el jefe de compras y jefe de operaciones. La adquisición de materiales y equipos responde a las necesidades actuales o futuras de la empresa, para lo cual cada jefe de área deberá emitir una solicitud al Gerente para su evaluación y búsqueda del financiamiento en conjunto con el contador.

Desarrollo de tecnología: Es vital para toda empresa estar actualizando sus equipos por nuevas tecnologías que se van desarrollando, lo cual permite ser más competitivos tanto en la parte productiva como en la comercialización, es por ello que el jefe de operaciones debe emitir una solicitud al Gerente para su evaluación y búsqueda del financiamiento de acuerdo con su necesidad.

Administración de los recursos humanos: El personal debe recibir de manera constante capacitaciones en calidad y producción con la finalidad de incrementen sus conocimientos en sus áreas de trabajo, también se tienen políticas de incentivo por cumplimiento de metas establecidas que permitan a los trabajadores obtener un mejor desempeño laboral.

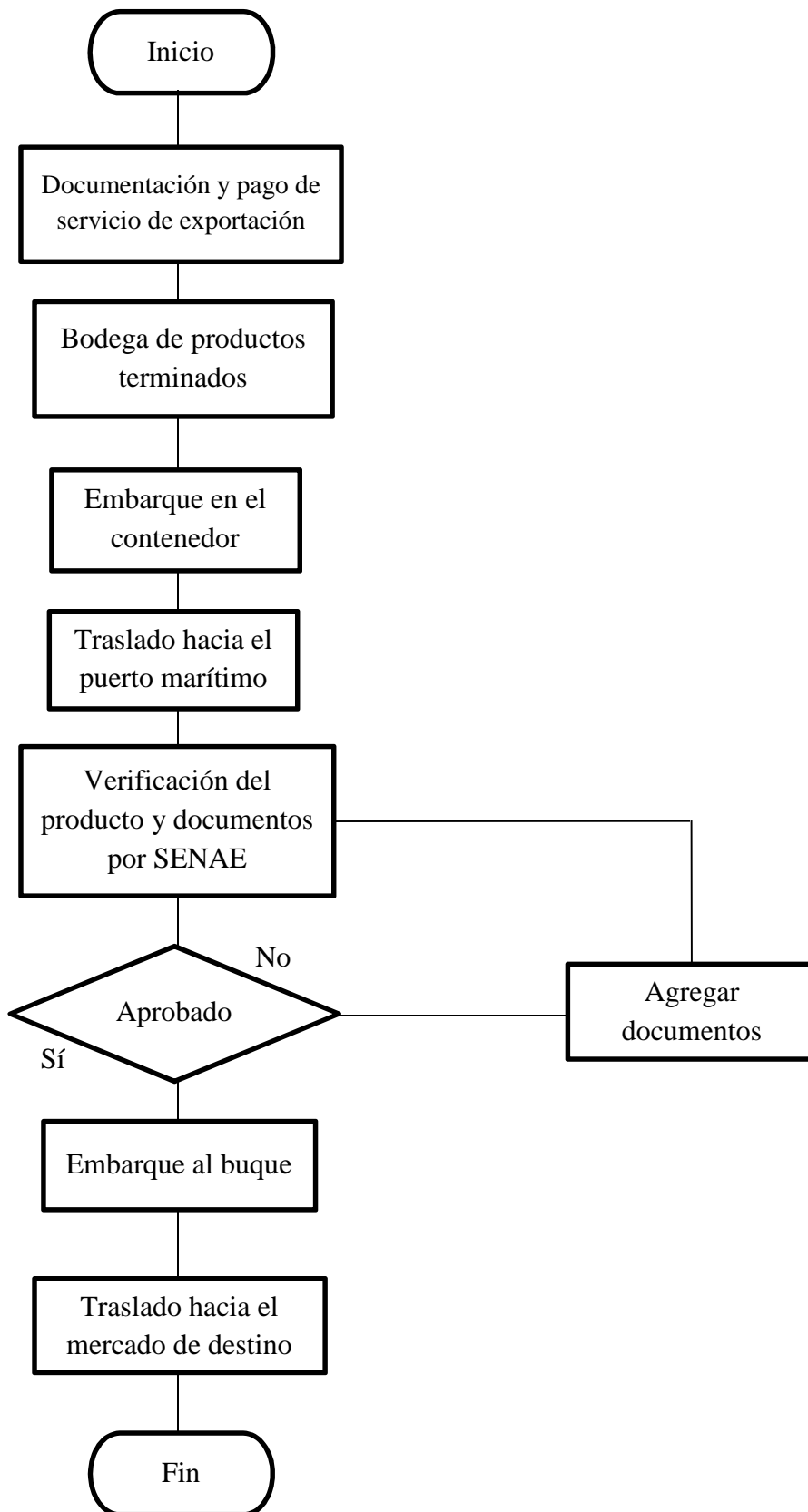
Infraestructura de la empresa: La alta gerencia es la encargada de la planificación y control de todas las áreas operativas y administrativas de la empresa, a fin de apoyar los procesos productivos que permitan a la empresa ser eficiente.

Figura 46 Flujoograma del proceso de producción de los derivados del coco



Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Figura 47 Flujograma del proceso de exportación



Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

III. B. 3. Inversiones del proyecto

III. B. 3. a. Inversiones en obras físicas que den soporte a las ventas

La empresa requiere para su funcionamiento un área total de terreno de 1.500 metros cuadrados, que servirán para la planta procesadora, además de una construcción de 978 metros cuadrados en dicho terreno y un área de 50 metros cuadrados para el área de tratamiento de las aguas residuales del proceso productivo. Además se requiere de una oficina administrativa de 40 metros cuadrados ubicada en la ciudad de Guayaquil, desde donde se realizan todos los asuntos administrativos.

III. B. 3. b. Inversiones en equipamiento que den soporte a las ventas

Los diferentes implementos que se requieren para que permitan la venta de los productos de la empresa son los siguientes:

Tabla 46 Maquinarias e implementos

DETALLE	CANTIDAD
Extractor de agua de coco	1
Envasadora tetra pack Brik Aseptic	1
Tanque industrial de acero inoxidable	1
Banda transportadora de selección	3
Trituradora	1
Cámara de frío	1
Mesa de trabajo de acero inoxidable	4
Balanza	1
Sistema de lavado y desinfección de coco	1
Central de aire acondicionado	2
Extintor contra incendio	10
Detector de humo	10
Cuchillos	10

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Tabla 47 Vehículos

DETALLE	CANTIDAD
Camión	2
Camioneta doble cabina	1
Montacargas	1

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

III. B. 3. c. Balance de personal

Se requiere el siguiente personal tanto administrativo, como de producción y ventas para el éxito de la empresa, quedando la posibilidad de contratar más personas si se requiere incrementar la producción.

Tabla 48 Requerimiento del personal fijo del negocio

CARGO	CANTIDAD DE TRABAJADORES	ÁREA
Gerente General	1	Administrativa
Secretaria	1	Administrativa
Jefe de contabilidad	1	Administrativa
Jefe de Comercio Exterior	1	Ventas
Jefe de operaciones	1	Producción
Operarios	5	Producción
Cargadores	2	Producción
Chofer	1	Producción
Jefe de compras	1	Producción
Bodeguero	1	Producción

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Existe la necesidad de contar con un personal externo que se le contrata para que cumpla alguna actividad específica durante un tiempo limitado por lo cual se le cancela sus honorarios por medio de una factura. El trabajo que realizan estas personas no genera responsabilidad patronal para la empresa por lo cual puede se considera como personal externo o auxiliar.

Tabla 49 Requerimiento del personal externo del negocio

CARGO	CANTIDAD DE TRABAJADORES	ÁREA
Asesor legal	1	Administrativa
Mantenimiento y reparación	1	Producción
Community manager/desarrollador web	1	Ventas

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

III. B. 3. d. Balance de materiales

El balance de materiales que se requiere para la empresa se encuentra expresado en las siguientes tablas de acuerdo al área que se necesite.

Tabla 50 Equipos de oficina

DETALLE	CANT.
Computadoras	7
Impresoras color	2
Copiadora	2
Teléfono fijo	7
Dispensador de agua	3
Impresoras blanco y negro	3
Acondicionador y cortinas de aire	2
Cámara de seguridad	4
Televisores	2

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Tabla 51 Mobiliarios

DETALLE	CANT.
Juego de sala	7
Escritorio	2
Sillas tipo secretaria	2
Archivador metálico 3 gavetas	7

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Tabla 52 Gasto en uniforme e implementos (Producción)

DETALLE	CANT.
Batas de laboratorio	10
Zapatos antideslizantes	7
Tapabocas	10
Gafas de protección	10
Gorro (operarios)	10
Guantes de látex	1
Otros	1

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

III. B. 3. e. Balance de insumos generales

Los insumos generales requeridos en el proceso productivo de la empresa son los siguientes:

Tabla 53 Materia prima en unidades

DETALLE	ANUAL	MENSUAL
Cocos	806.400	67.200

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Tabla 54 Envases y empaques en unidades

DETALLE	CANT.
Envases tetra pack (250 ml)	1'209.600
Envases tetra pack (1 L)	181.440
Canutos	1'209.600
Tapas	181.440
Piola	14.520
Cartones sencillos para envases 250 ml	50.400
Cartones corrugados (envases 250 ml)	12.600
Cartones corrugados (envases 1L)	7.560
Cinta adhesiva	252

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Tabla 55 Servicios básicos (Producción)

DETALLE	CANT.
Electricidad	50.000 kw
Agua potable	2.300 m3

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Tabla 56 Mantenimiento y combustible (Producción)

DETALLE	ANUAL
Maquinarias e implementos	4.866,50
Vehículo	10.350,00
TOTAL GASTOS	15.216,50

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

III. B. 3. f. Determinación de los costos de la operación administración

Los gastos que se tienen en la parte administrativa son los que se generan en la oficina ubicada en la ciudad de Guayaquil, estimándose los siguientes:

Tabla 57 Servicios básicos (Administrativo)

DETALLE	CANT.
Agua	240 m3
Luz	15.000 kw
Teléfono e internet	1 plan empresarial

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Tabla 58 Gasto en papelería (administrativo)

DETALLE	CANT.
Tarjeta de presentación	1.000
Facturas para ventas (block 100)	1.000
Orden de pedido (block 100)	1.000
Hojas membretadas	1.000
Sobres membretados	1.000
Otros	

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Tabla 59 Gastos de constitución

DETALLE	VALOR
Gasto de constitución	1.600,00
Patente y permisos	1.000,00
Registro sanitario	500,00
Estudio de factibilidad	1.000,00
Ficha ambiental	1.000,00
Propiedad intelectual	1.000,00
Sotfware	1.500,00

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

III. C. Estudio legal y ambiental

III. C. 1. Leyes y ordenanzas

En el país existen un sinnúmero de leyes y acuerdos ministeriales, así como ordenanzas municipales que regulan las actividades de las empresas a nivel nacional con la finalidad de que se garantice el cumplimiento del pago de los tributos, cuidado al ambiente, trato digno a los trabajadores, entre otros.

III. C. 1. a. Código Tributario

Establece que en toda actividad productiva se debe obtener el RUC, para lo cual se debe presentar: copia de cédula y copia del certificado de votación del representante legal, así como de la constitución de la compañía, planilla de servicios básicos, copia del contrato de arrendamiento o pago de los predios, por el volumen del negocio fue considerado como RUC Sociedades, por lo que es Agente de Retención, y deberá realizar sus declaraciones del IVA mensual, Retención en la fuente, también se debe hacer la declaración del impuesto a la Renta, entre otros impuestos que debe declarar de forma mensual y anual.

III. C. 1. b. Código de Trabajo y Ley de Seguridad Social

Señala que se debe registrar como empleador tanto en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) como en el Ministerio de Trabajo, para luego reconocer el ingreso o salida de los trabajadores con su respectivo sueldo, con la finalidad de que los empleados cuenten con contrato debidamente registrado y legalizado, los beneficios del Seguro General, así como todos los beneficios de ley, el aporte al fondo de reservas a

partir del primer año de trabajo, el goce de vacaciones, bonificaciones y compensaciones de ley.

III. C. 1. c. Ley de Aduanas

Para la exportación de productos hacia mercados internacionales se consideran una serie de requisitos entre los que se mencionan:

- Formulario Único de Exportación (FUE).
- Certificado de origen
- Certificado Fitosanitario (otorgado por AGROCALIDAD – Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la calidad).
- Para las exportaciones a Europa es necesario el certificado EUREPGAP o el sello Calidad Qualität und Sicherheit, y para las exportaciones a Estados Unidos es necesario contar con la certificación de la FDA.

III. C. 1. d. Código de Salud Pública

Según lo establece el código de salud se debe obtener un certificado de salud por cada trabajador que se encontrará en el área de producción, además se debe obtener un registro sanitario para garantizar la higiene y calidad del producto y el permiso anual de funcionamiento que emite la Agencia de Regulación y Control Sanitario.

III. C. 1. e. Código ambiental

Toda actividad industrial genera un impacto ambiental negativo, por lo cual en esta Ley se regula el control del impacto ambiental, que según la misma normativa el presente proyecto es de tipo bajo, por lo que debe contar con una ficha ambiental, que es un

documento en el que se expresa los procedimientos que se realizan para el tratamiento de los desechos que se generen por la actividad, a fin de evitar daños al ambiente.

III. C. 1. f. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

El gobierno está impulsando el cambio de la matriz productiva y en este marco las políticas públicas van dirigidas a mejorar los ingresos de divisas mediante la exportación de productos no tradicionales a mercados internacionales, con lo cual se logrará dinamizar la economía y salir de poco a poco de la dependencia del petróleo y de la exportación de materias primas y entrar a un campo donde se pueda agregar valor a los productos optimizando cada uno de los elementos que se utilizan en el proceso productivo, con lo cual se disminuye el impacto ambiental. Y es en éste Código que se norman aspectos tan importantes como lo son las exportaciones, facilitando y agilítándose los trámites en la Secretaría Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE).

III. C. 1. g. Normas de Agrocalidad

La Agencia de Regulación y Control de la calidad (Agrocalidad) expidió el manual de Buenas prácticas de manufactura para producción de agua de coco que establecen los principios básicos para el cuidado de la planta de envasado de agua de coco.

III. C. 1. h. Ordenanzas Municipales

La patente municipal es un permiso de funcionamiento que otorga el Municipio de cada localidad a todos quienes realizan alguna actividad productiva, para lo cual se debe realizar el registro en el área de rentas municipal, el valor depende del tipo de negocio que es clasificado en una tabla con diferentes rangos de acuerdo al capital.

III. C. 2. Estudio ambiental

Para la valoración del impacto ambiental que ocasiona la actividad de la planta de producción se utilizó la matriz de Leopold, analizando los aspectos de los factores abióticos como agua, suelo y aire, también se analizó el aspecto socioeconómico y el medio perceptible a fin de conocer los efectos positivos o negativos, los resultados se muestran en la tabla 60.

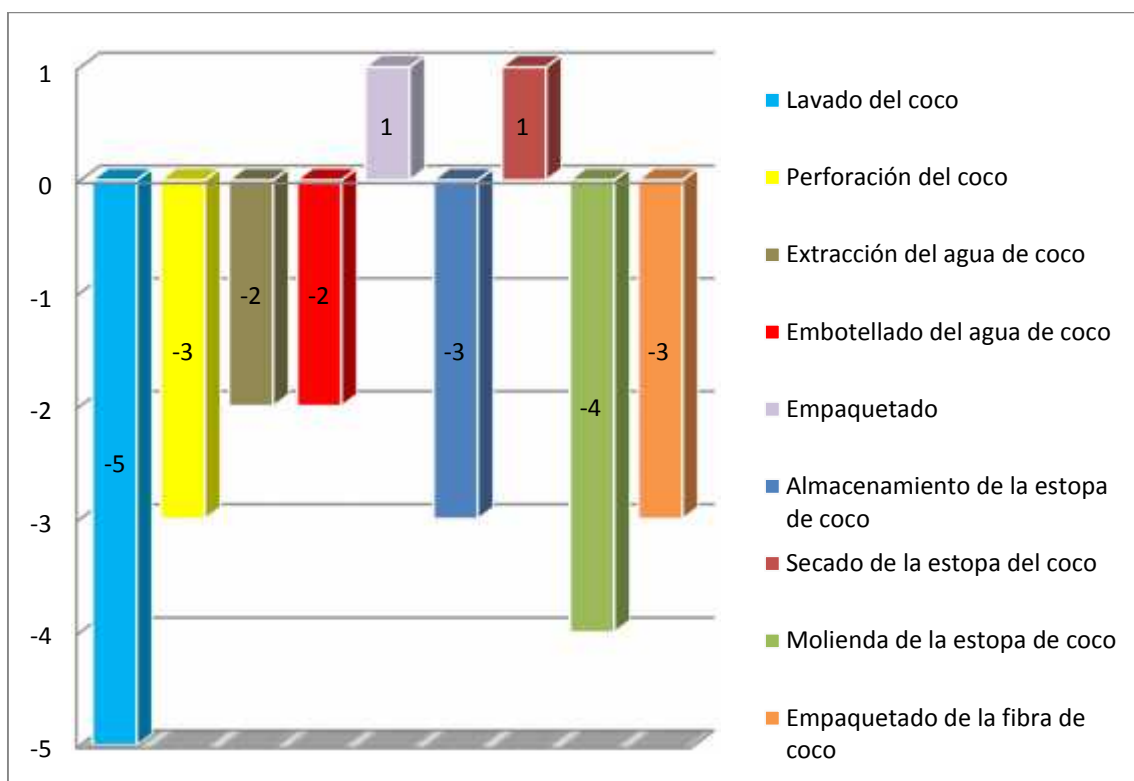
Tabla 60 Matriz de Leopold para la valoración de impactos ambientales

ACTIVIDADES f(x) = factores o actividades	ETAPA DE PROCESO OPERATIVO DE LA PLANTA DE PRODUCCIÓN									AFECTACIONES POSITIVAS	AFECTACIONES NEGATIVAS	TOTAL	TOTAL GENERAL	TOTAL PR FACTOR AFECTADO	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9						
f(x) = fact. Ambient. o elementos	Lavado del coco	Perforación del coco	Extracción del agua de coco	Embotellado del agua de coco	Empaquetado	Almacenamiento de la estopa de coco	Secado de la estopa de coco	Molienda de la estopa de coco	Empaquetado de la fibra de coco						
ABIOTICOS															
AGUA															
Calidad de Agua Superficial	-3/3										0	1	-9	-18	
Caudal	-3/3										0	1	-9		
SUELO															
Calidad del suelo (Erosión y Compact)											0	0	0	0	
Geología y geomorfología											0	0	0		
AIRE															
Calidad	-1/1					-1/1	-1/1	-1/1			0	4	-4	-11	
Ruido y vibraciones		-1/1	-1/1	-2/2				-3/3			0	4	-7		
SOCIOECONOMICO															
Salud Poblacional		-1/1						-3/3	-3/3		0	3	-19	-11	
Empleo	3/1	3/1	3/1	3/1	3/1	3/1	3/1	3/1	3/1	9	0	27			
Seguridad laboral	-2/2	-2/2	-3/2	-2/2	-3/2	-3/3		-3/3	-1/1	0	8	-19			
MEDIO PERCEPTIBLE															
Paisaje	-3/3					-1/1			-3/3		0	3	-19	-19	
Afectaciones Positivas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9					
Afectaciones Negativas	5	3	2	2	1	3	1	4	3		24				
PARCIALES	-5	-3	-2	-2	1	-3	1	-4	-3						
TOTAL GENERAL											-59,00				
%											100,00%				

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Los procesos operativos de la planta de producción de los derivados de coco ocasionan un bajo impacto ambiental, de acuerdo con los datos proporcionados por la matriz de Leopold que sirve para determinar el impacto ambiental que ocasiona alguna actividad productiva, en la siguiente figura se muestra un resumen de las actividades y el impacto que generan:

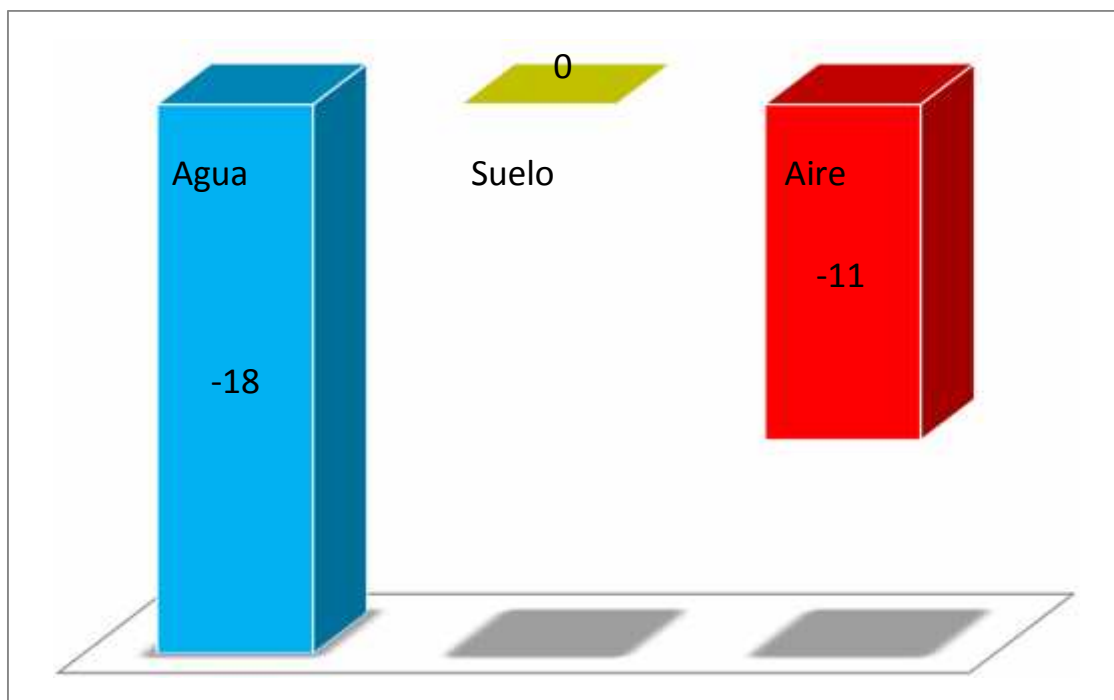
Figura 48 Efectos del proceso operativo en el ambiente



Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Los factores abióticos que serían afectados directamente por el proceso productivo serían de acuerdo con los datos de la matriz de Leopold se los muestra en detalle en la figura 49, en la que se expresan los resultados en cuanto al aire, suelo y agua.

Figura 49 Efectos del proceso operativo en el ambiente



Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Para establecer la conformidad o no conformidad de acuerdo con la normativa ambiental vigente en el estado ecuatoriano se ha considerado pertinente la utilización de una matriz de cumplimiento de las normas legales, donde se expone los principales requisitos por la autoridad ambiental en la que se establecen inclusive las sanciones que tendrían aquellas personas o empresas que violen alguna de las normas.

La empresa ECUACOCO S.A. que se dedicaría al procesamiento de los derivados del coco para la exportación hacia el mercado norteamericano y europeo presentaría bajo impacto ambiental, en la tabla 61 se muestran los resultados de la matriz de conformidad, estableciéndose el color verde (c) para señalar la conformidad o cumplimiento de la norma, el color amarillo (nc-) se refiere a que no cumple parcialmente la norma y el color rojo (NC+) señala la no conformidad mayor que expresa el no cumplimiento de la norma.

Tabla 61 Matriz de cumplimiento de normas legales

TÓPICOS	NORMATIVA	GRADO DE CUMPLIMIENTO
---------	-----------	-----------------------

		C	nc-	NC+
MARCO DE ACTUACIÓN AMBIENTAL				
Los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único De Manejo Ambiental.	LGA Art. 19			
Toda persona natural o jurídica que, en el curso de sus actividades estableciere que las mismas pueden producir o están produciendo daños ambientales a los ecosistemas, está obligada a informar sobre ello al Ministerio del ramo. En caso de incumplimiento el infractor será sancionado con una multa de veinte a doscientos salarios mínimos vitales generales.	LGA Art. 40			
El proponente está obligado a concienciar a su personal sobre la necesidad de no agredir y proteger el medio ambiente.	TULAS Libro VI			
PREVENCIÓN Y CONTROL DE LA CONTAMINACIÓN DEL SUELO				
Prevenir y evitar derrames sustancias contaminantes.	TULAS, Libro VI,			
PREVENCIÓN Y CONTROL DE LA CONTAMINACIÓN DEL AGUA				
Prevenir la contaminación del agua superficial por residuos.	TULAS, Libro VI			
Prevenir la contaminación del agua subterránea.	TULAS, Libro VI			
MANEJO DE DESECHOS				
Registros sobre la clasificación de desechos sólidos, volúmenes y o cantidades generales y la forma de tratamiento y/o disposición para cada uno de los desechos.	LIBRO VI, Anexo 6 TULAS			
Se prohíbe la disposición o abandono de desechos sólidos, cualquiera sea su procedencia a cielo abierto.	TULAS Libro VI Anexo 6 4.2.8			
Se prohíbe descargar sustancias o desechos peligrosos (líquidos- sólidos- semisólidos) fuera de los estándares permitidos.	TULAS LIBRO VI, Anexo 1			
MONITOREO				
El regulado es responsable por el monitoreo de sus emisiones, descargas o vertidos.	TULAS Libro VI Art. 75			
MONITOREO DE AGUA				
El regulado deberá mantener un registro de los efluentes generados, indicando el caudal del efluente, frecuencia de descarga, tratamiento aplicado a los efluentes, análisis de laboratorio y la disposición de los mismos, identificando el cuerpo receptor. Es mandatorio que el caudal reportado de los efluentes generados sea respaldado con datos de producción.	TULAS anexo 1 4.2.1.1.			
Se prohíbe la infiltración al suelo, de efluentes industriales tratados y no tratados.	TULAS LIBRO VI, Anexo 1 4.2.1.12			
Los sedimentos, lodos y sustancias sólidas provenientes de sistemas industriales no deberán disponerse en aguas superficiales, Subterráneas.	TULAS LIBRO VI, Anexo 1 4.2.1.21			

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

c = Cumplimiento nc- = no conformidad menor NC+ = No Conformidad Mayor.
LGA= Ley de Gestión Ambiental TULAS= Texto Unificado de la Legislación Ambiental Secundaria

III.D. Estudio administrativo

III. D. 1. Directrices de la empresa

Se ha considerado pertinente crear una compañía en sociedad anónima por cuanto se va a producir un bien para exportarlo hacia mercados muy exigentes y es más conveniente que sea una empresa formal la fabricante del producto lo cual permitirá tener mayor confianza en los consumidores. La compañía se denominará “Ecuadorian Coconuts S.A.” (ECUACOCO S.A.), tendrá una integración de capital de US \$ 800,00 sus accionistas serán: la Srta. Andrea Maingon García con el 40% de las acciones, la Srta. Joseline Flores Palacios con el 25% de las acciones y el Sr. Víctor Maingon Martínez, con el 35% de las acciones.

La compañía Ecuadorian Coconuts S.A. (ECUACOCO S.A.) se constituye en el año 2018 según una escritura pública de Constitución de Compañía que se celebraría en una Notaría del cantón Guayaquil, y que debe ser inscrita en el Registro Mercantil, y afiliada a la Cámara de Comercio de Guayaquil, obtener su RUC, cuya finalidad es la fabricación de diferentes productos derivados del coco y otras frutas para ser comercializadas tanto en el mercado local como en mercados extranjeros norteamericano y europeo.

El nombre comercial que se considera pertinente para el negocio como marca es “FRESH COCONUTS” nombre en inglés y “COCO FRESCO” nombre en español, sin embargo, a futuro se considera extenderse hacia otros países con lo que deberá realizar un estudio para establecer si es factible implementar un solo nombre a nivel mundial o si se utiliza la traducción para cada país.

III. D. 2. Misión, Visión y Valores Organizacionales

III. D. 2. a. Misión

Proporcionar a nuestros clientes en diferentes países, productos derivados del coco de calidad superior, que permitan la generación de ingresos económicos para el país, con lo cual se garantice la estabilidad de nuestros trabajadores y proveedores, brindando una alta rentabilidad a la inversionista.

III. D. 2. b. Visión

Al año 2023 ser los primeros exportadores de los derivados del coco ecuatoriano hacia mercados internacionales, diferenciados por la calidad de nuestros productos.

III. D. 2. c. Valores Organizacionales

1. **Calidad:** La empresa adopta como la principal política que permita producir un producto de valor superior, respetando las normas tanto nacionales como internacionales.
2. **Honestidad:** Todos los trabajadores que conforman la empresa deben tener como virtud ser honestos con lo que se ganará la confianza.
3. **Trabajo:** Cada uno de los trabajadores aporta desde su área de labor con un esfuerzo para que se pueda cumplir la misión y visión.
4. **Responsabilidad:** Es la obligación que todos tienen para asumir sus actos en el cumplimiento de sus tareas.
5. **Respeto:** Es el reconocimiento que se tiene a los derechos de cada ser, por lo cual se debe considerar que el derecho que tiene cada uno de los integrantes de la empresa comienza donde termina el derecho de otra persona y de la naturaleza.

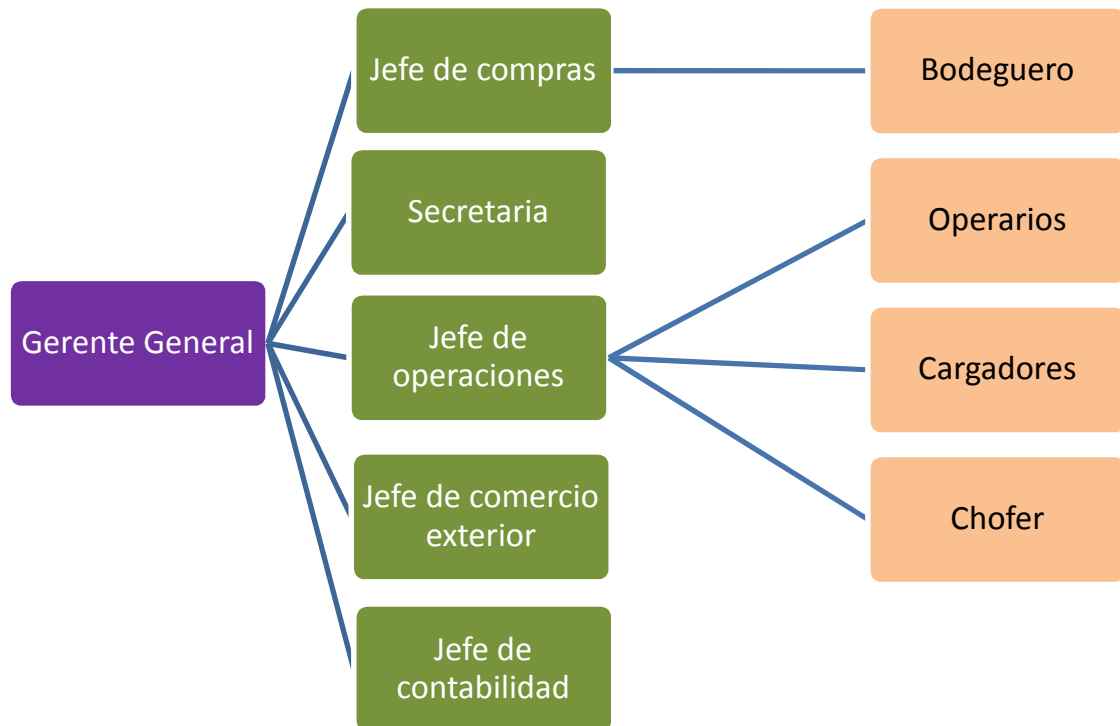
6. Compañerismo: El personal de la empresa es un equipo de trabajo por lo cual cada uno en su área aporta y todos deben apoyarse mutuamente para lograr el éxito.
7. Compromiso: Es la obligación de todo el personal de la empresa a cumplir con las normas de calidad vigentes a fin de tener una buena imagen de la organización.
8. Solidaridad: Es la capacidad que tiene la empresa de ponerse en lugar de personas que necesitan una ayuda.
9. Ética y profesionalismo: El ser ético da mayor confianza entre los clientes y consumidores, por lo cual todas las acciones van encaminadas a cumplir con las normas éticas que regulan nuestra sociedad.

III. D. 3. Estructura organizacional

Es muy importante desarrollar una estructura organizacional con el propósito de establecer la cantidad de trabajadores que se necesitan y las responsabilidades que tienen dentro del negocio, con la finalidad que se eviten duplicidad de funciones y se mejore la eficiencia, se ha considerado pertinente utilizar un sistema vertical en el que no se considere a un Jefe o supervisor que esté como Gerente General sino que se considere que es un líder que guía cada uno de las áreas funcionales de la organización con la convicción que se logrará ser mejores cada día.

Cada uno de los trabajadores de la empresa se encuentra expresado en el organigrama por cuanto se establece la jerarquía, los niveles de responsabilidad, a quién tienen que reportar a fin de que se cuente con una mejor organización de las actividades que se realizan en la empresa.

Figura 50 Organigrama de Ecuadorian Coconuts S.A.



Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

III. D. 3. a. Análisis y Valoración de Puestos

Gerente General

Secretaria

Jefe de compras

- Bodeguero

Jefe de operaciones

- Operarios

- Cargadores

- Chofer.

Jefe de comercio exterior

Jefe de contabilidad

III. D. 3. b. Manual de Funciones

Tabla 62 Gerente General

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES			
Cargo: Gerente General			
Descripción general: Es responsable de planificar, organizar y controlar la buena marcha de la empresa			
Ubicación del cargo: Administrativo.			
Responsabilidades y funciones			
Gestión administrativa <ul style="list-style-type: none"> Elabora, gestiona, controlar todas las actividades del negocio. Convocar a reuniones. Reclutar, seleccionar y contratar al personal para el negocio Evaluar el rendimiento de los trabajadores del negocio Controlar la buena marcha de cada área del negocio 		Gestión operativa. <ul style="list-style-type: none"> Verificar que la oficina y la planta procesadora tenga buena marcha. Controlar el personal que se requiera en la empresa. Representar la empresa judicial y extrajudicial. Elaborar junto con el jefe de contabilidad el presupuesto y el plan anual de compras. 	
Perfil del cargo:			
Edad: 20 – 45 años	Sexo: no específico	Nacionalidad: Ecuatoriana	
Nivel académico:			
Bachillerato: No	Técnico: No	Tecnológico: No	Superior: SI
Título: Ingeniero en empresas, gestión empresarial, economista o afines.			
Conocimientos adicionales:			
Ofimática: SI	Internet: SI	Inglés: SI	
Experiencia laboral:	1 año: SI	2 años: SI	3 años: SI
Responsabilidades			
Firma de responsabilidad: SI	Manejo de dinero: No	Manejo de equipo: SI	
Reporta a: Directorio		Supervisa a: Todos los trabajadores	

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Tabla 63 Secretaria

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES			
Cargo: Secretaria			
Descripción general: Es responsable de ejecutar las labores de recepción y almacenamiento de la información del negocio			
Ubicación del cargo: El cargo es administrativo			
Responsabilidades y funciones			
Gestión administrativa <ul style="list-style-type: none"> Elaborar, gestionar, controlar toda la documentación del negocio como los son: oficios, contratos, informes, actas, memorándums, etc. Convocar a reuniones. Controlar la agenda de gerencia. Ser discreta con asuntos confidenciales. Llevar controles administrativos vía expedientes, archivos, computador. 		Gestión operativa. <ul style="list-style-type: none"> Recibir, clasificar y registrar la correspondencia y documentación enviada y recibida, interna o externa Atender el teléfono y realizar llamadas del negocio. Registrar la agenda de actividades de gerencia. 	
Perfil del cargo:			
Edad: 20 – 35 años	Sexo: Femenino	Nacionalidad: Ecuatoriana	
Nivel académico:			
Bachillerato: SI	Técnico: SI	Tecnológico: SI	Superior: No
Título: Secretariado en español			
Conocimientos adicionales:			
Ofimática: SI	Internet: SI	Inglés: SI	
Experiencia laboral:	1 año: SI	2 años: SI	3 años: SI
Responsabilidades			
Firma de responsabilidad: No	Manejo de dinero: No	Manejo de equipo: SI	
Reporta a: Gerente General		Supervisa a: Ninguno	

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Tabla 64 Jefe de compras

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES			
Cargo: Jefe de compras			
Descripción general: Es responsable de la negociación, logística y coordinación de las actividades relacionadas a la compra de la materia prima para la producción de los productos del negocio.			
Ubicación del cargo: El cargo es administrativo			
Responsabilidades y funciones			
Gestión administrativa		Gestión operativa:	
<ul style="list-style-type: none"> Analizar los proveedores de las materias primas. Administrar un inventario de materias primas. Elaborar el presupuesto de compras y requerimientos para el año siguiente. 		<ul style="list-style-type: none"> Realizar los pedidos a los proveedores. Revisar el correo electrónico. Actualizar el inventario de materias primas. Mantener buena comunicación con el jefe de operaciones. Archivar los documentos que tienen que ver con su gestión. 	
Perfil del cargo:			
Edad: 20 – 35 años		Sexo: no especificado	
Nacionalidad: Ecuatoriana			
Nivel académico:			
Bachillerato: No	Técnico: No	Tecnólogo: No	Superior: Si
Título: Licenciado en Administración			
Conocimientos adicionales			
Ofimática: Si		Internet: Si	
Inglés: Si			
Experiencia laboral:	1 año:	2 años:	3 años: Si
Responsabilidades			
Firma de responsabilidad: Si		Manejo de dinero: No	
Reporta a: Gerente General		Manejo de equipo: Si	
		Supervisa a: Bodeguero	

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Tabla 65 Bodeguero

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES			
Cargo: Bodeguero			
Descripción general: Es responsable de mantener el resguardo de los bienes materiales del negocio, que se encuentren tanto en la bodega de almacenamiento como en la bodega de productos terminados.			
Ubicación del cargo: El cargo es operativo.			
Responsabilidades y funciones			
Gestión operativa:			
<ul style="list-style-type: none"> Mantener registro de ingresos y salidas de materiales, equipos, herramientas y otros que estén bajo su cuidado en las bodegas. Realizar diariamente el registro de los documentos que acreditan la existencia de materiales en bodega. Reportar al Jefe de compras cuando exista el stock mínimo de un producto. Informar en caso de pérdida, deterioro o robo de los bienes a su cuidado. 			
Perfil del cargo:			
Edad: 20 – 35 años		Sexo: masculino	
Nacionalidad: Ecuatoriana			
Nivel académico:			
Bachillerato: Si	Técnico: No	Tecnólogo: No	Superior: No
Título: Bachiller en carrera técnica			
Conocimientos adicionales			
Ofimática: Si		Internet: Si	
Inglés: No			
Experiencia laboral:	1 año:	2 años:	3 años: Si
Responsabilidades			
Firma de responsabilidad: Si		Manejo de dinero: No	
Reporta a: Jefe de Compras y Jefe de Comercio exterior		Manejo de equipo: Si	
		Supervisa a:	

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Tabla 66 Jefe de operaciones

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES			
Cargo: Jefe de operaciones			
Descripción general: Es responsable de supervisar a todos los trabajadores que cumplan sus funciones.			
Ubicación del cargo: El cargo es operativo			
Responsabilidades y funciones:			
Gestión administrativa:		Gestión operativa:	
<ul style="list-style-type: none"> Planificar y coordinar las actividades diarias del personal a su cargo. Solucionar problemas que se presenten en su área. Elaborar un informe del rendimiento de los trabajadores. Capacitar al personal a su cargo. 		<ul style="list-style-type: none"> Encender y apagar los equipos verificando su perfecto funcionamiento. Recibir al personal en las mañanas verificando la asistencia y puntualidad. Realizar los reportes de forma semanal sobre las actividades realizadas. Velar porque el personal cumpla las políticas de la empresa. Cumplir la producción mensual estimada. 	
Perfil del cargo:			
Edad: 20 - 35 años	Sexo: Masculino	Nacionalidad: Guatemalteca	
Nivel académico:			
Bachillerato: No	Técnico: Si	Tecnológico: Si	Superior: No
Título: Administración, Operaciones			
Conocimientos adicionales:			
Ofimática: Si	Internet: Si	Inglés: No	
Experiencia laboral:	1 año:	2 años: Si	3 años:
Responsabilidades:			
Firma de responsabilidad: No	Manejo de dinero: No	Manejo de equipo: Si	
Reporta a: Gerente		Supervisa a: Operarios, cargadores y chofer	

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Tabla 67 Operarios

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES			
Cargo: Bodeguero			
Descripción general: Es responsable de mantener el resguardo de los bienes materiales del negocio, que se encuentren tanto en la bodega de almacenamiento como en la bodega de productos terminados.			
Ubicación del cargo: El cargo es operativo.			
Responsabilidades y funciones:			
Gestión operativa:			
<ul style="list-style-type: none"> Mantener registro de ingresos y salidas de materiales, equipos, herramientas y otros que estén bajo su cuidado en las bodegas. Realizar diariamente el registro de los documentos que acreditan la existencia de materiales en bodega. Reportar al Jefe de compras cuando exista el stock mínimo de un producto. Informar en caso de pérdida, deterioro o robo de los bienes a su cuidado. 			
Perfil del cargo:			
Edad: 20 - 35 años	Sexo: masculino	Nacionalidad: Guatemalteca	
Nivel académico:			
Bachillerato: Si	Técnico: No	Tecnológico: No	Superior: No
Título: Bachiller en carrera técnica			
Conocimientos adicionales:			
Ofimática: Si	Internet: Si	Inglés: No	
Experiencia laboral:	1 año:	2 años: Si	3 años: Si
Responsabilidades:			
Firma de responsabilidad: Si	Manejo de dinero: No	Manejo de equipo: Si	
Reporta a: Jefe de Compras y Jefe de Comercio exterior		Supervisa a:	

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Tabla 68 Cargadores

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES			
Cargo: Cargador			
Descripción general: Es responsable del traslado de los productos del negocio, durante las etapas de recepción de la materia prima y traslado del producto luego de procesado hasta las bodegas de productos terminados.			
Ubicación del cargo: El cargo es operativo			
Responsabilidades y funciones:			
Gestión operativa:			
<ul style="list-style-type: none"> • Transportar la materia prima hasta la bodega de almacenamiento. • Transportar los productos procesados hasta la bodega de productos terminados. • Llenar los contenedores con los productos terminados los días establecidos. • Realizar la limpieza de su área de trabajo. • Recibir y constatar el volumen de productos que traslada. • Cumplir con el horario establecido. • Informar sobre alguna anomalía que se presente. • Realizar el requerimiento de materiales y equipos al jefe inmediato. • Cumplir con el uniforme y la vestimenta asignada para el proceso de producción. 			
Perfil del cargo:			
Edad: 20 – 35 años	Sexo: masculino	Nacionalidad: Ecuatoriana	
Nivel académico:			
Dashlerato: No	Técnico: No	Tecnológico: No	Superior: No
Título: Ninguno			
Conocimientos adicionales:			
Omnílica: No	Internet: No	Inglés: No	
Experiencia laboral:	1 año:	2 años: SI	3 años:
Responsabilidades:			
Firma de responsabilidad: No	Manejo de dinero: No	Manejo de equipo: SI	
Reporta al: Jefe de Operaciones		Supervisa a:	

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Tabla 69 Chofer.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES			
Cargo: Chofer			
Descripción general: Es responsable del transporte de las materias primas y productos terminados del negocio.			
Ubicación del cargo: El cargo es operativo			
Responsabilidades y funciones:			
Gestión operativa:			
<ul style="list-style-type: none"> • Transportar la materia prima hasta las instalaciones. • Transportar los productos terminados hasta el puerto marítimo. • Verificar que los vehículos del negocio funcionen correctamente, llevándolo hasta los talleres autorizados por Gerencia para el mantenimiento. • Realizar la limpieza del vehículo a su cargo. • Respetar los límites de velocidad establecidos. • Cumplir con las normas de tránsito. • Cumplir con el horario establecido. • Informar sobre alguna anomalía que se presente. • Realizar el requerimiento de materiales al jefe inmediato. • Cumplir con el uniforme y la vestimenta asignada. 			
Perfil del cargo:			
Edad: 20 – 35 años	Sexo: masculino	Nacionalidad: Ecuatoriana	
Nivel académico:			
Dashlerato: No	Técnico: SI	Tecnológico: No	Superior: No
Título: Chofer profesional			
Conocimientos adicionales:			
Omnílica: No	Internet: No	Inglés: No	
Experiencia laboral:	1 año:	2 años:	3 años: SI
Responsabilidades:			
Firma de responsabilidad: No	Manejo de dinero: No	Manejo de equipo: SI	
Reporta al: Jefe de Operaciones		Supervisa a:	

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Tabla 70 Jefe de comercio exterior

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES			
Cargo: Jefe de comercio exterior			
Descripción general: Es responsable de la gestión comercial internacional para la exportación de los productos.			
Ubicación del cargo: Administrativo.			
Responsabilidades y funciones:			
Gestión administrativa:			
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer un plan de acción para la gestión internacional del producto. • Realizar estudios de mercados para la consolidación en los mercados que no tiene presencia y la expansión hacia nuevos mercados. • Realizar un presupuesto de gastos de exportación de los productos de manera mensual y anual. • Mantener contacto con el departamento de producción. • Realizar todos los trámites necesarios para la exportación de los productos a los mercados de destino. • Seguimiento, control y gestión a todo el proceso de exportación hasta que el producto llegue a su destino. • Viajar una vez al año a los mercados destino para el seguimiento del producto e identificar nuevas oportunidades de negocios. • Representar al negocio en las ferias realizadas por el MIDRO, COMEX, PROICOMEX u otros eventos de promoción de los productos ecuatorianos en mercados internacionales. 			
Perfil del cargo:			
Edad: 20 - 35 años	Sexo: no específico	Nacionalidad: Ecuatoriana	
Nivel académico:			
Bachillerato: No	Técnico: No	Tecnológico: No	Superior: Si
Título: Ingeniero en Comercio Exterior y Transporte Marítimo			
Conocimientos adicionales:			
Oratoria: Si	Informática: Si	Inglés: Si	
Experiencia laboral:	1 año:	2 años:	3 años: Si
Responsabilidades:			
Firma de responsabilidad: Si	Manejo de dinero: No	Manejo de equipo: Si	
Reporta al: Gerente General		Supervisa a: Ninguno.	

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Tabla 71 Jefe de contabilidad

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES			
Cargo: Jefe de contabilidad			
Descripción general: Es el responsable del área contable, debiendo tener al día los estados financieros, aplicando los principios de contabilidad generalmente aceptados, debiendo realizar el análisis de los estados financieros para optimizar los recursos del negocio. Elabora el presupuesto del negocio.			
Ubicación del cargo: El cargo es administrativo.			
Responsabilidades y funciones:			
Gestión administrativa:		Gestión operativa:	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar los estados financieros y presupuestos en las fechas requeridas. • Verificar y controlar los movimientos del efectivo. • Verificar el correcto ingreso de las cuentas en los libros auxiliares. • Verificar el valor de las inventarios de mercancías. • Realizar, junto con el Gerente las pagos a los proveedores, trabajadores y otros. 		<ul style="list-style-type: none"> • Realizar las declaraciones de impuestos. • Revisar las facturas de los proveedores, previo el pago. • Revisar y analizar las conciliaciones bancarias. • Registro de las transacciones en los libros auxiliares. • Elaboración de los estados financieros. • Pago de los beneficios de ley a los trabajadores. 	
Perfil del cargo:			
Edad: 20 - 40 años	Sexo: No específico	Nacionalidad: Ecuatoriana	
Nivel académico:			
Bachillerato: Si	Técnico: Si	Tecnológico: Si	Superior: Si
Título: Contador Público Autorizado			
Conocimientos adicionales:			
Oratoria: Si	Informática: Si	Inglés: Si	
Experiencia laboral:	1 año:	2 años:	3 años: Si
Responsabilidades:			
Firma de responsabilidad: Si	Manejo de dinero: Si	Manejo de equipo: Si	
Reporta al: Gerente General		Supervisa a:	

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

III. D. 3. c. Sistema de Remuneraciones y compensaciones

Las remuneraciones mensuales que se consideran pertinentes para los trabajadores que se contratarían se las ha fijado en la tabla 72, además de este sueldo se suman las compensaciones establecidas en las leyes como son: aporte patronal para el IESS, décimo cuarto sueldo, décimo tercer sueldo, fondos de reserva, vacaciones, horas extras y utilidades.

En el caso de los cargos por lo que se cancela como remuneración el sueldo básico se ha estimado un incremento salarial de acuerdo con la tabla que establece anualmente el Ministerio de Trabajo, para los otros cargos que tienen un salario mayor al básico se mantiene su remuneración congelada por espacio de cinco años, luego de los cuales se tomará la decisión de un incremento según la responsabilidad, no obstante se puede establecer un bono compensatorio por buen rendimiento laboral desde el segundo hasta el quinto año.

Tabla 72 Sueldo del personal del negocio

CARGO	CANTIDAD DE TRABAJADORES	SUELDO MENSUAL
Gerente General	1	\$ 1.200,00
Secretaria	1	\$ 500,00
Jefe de Compras	1	\$ 800,00
Bodeguero	1	\$ 400,00
Jefe de operaciones	1	\$ 800,00
Operario	5	\$ 366,00
Cargadores	2	\$ 366,00
Chofer	1	\$ 400,00
Jefe de comercio exterior	1	\$ 800,00
Jefe de contabilidad	1	\$ 800,00
Total	15	\$ 8.262,00

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

III. D. 4. Selección de la Estrategia Competitiva

La estrategia competitiva que se ha considerado para el producto FRESH COCONUTS consiste en la diferenciación, debido a que en el proceso de fabricación la selección de la materia prima es fundamental para que el producto sea percibido por su calidad superior, sabor, olor, y propiedades nutricionales que le brinda beneficios al consumidor, lo cual será promocionado a fin de lograr un posicionamiento del producto como un producto de valor superior por su calidad.

III. D. 4. a. Posicionamiento Estratégico

Se ha considerado pertinente el posicionamiento estratégico basado en los atributos del producto que brinda un mejor estilo de vida por lo que se ha planteado como eslogan “siempre frescos, siempre saludables” y en inglés “always fresh, always healthy” a fin de que el público objetivo que se encuentra preocupado por su salud, se sienta identificado lo que lo lleve al consumo del producto.

III.E. Estudio financiero

III. E. 1. Inversiones del proyecto

El proyecto requiere invertir una cuantiosa cantidad de dinero que permita instalar la planta procesadora del agua y fibra de coco para la exportación hacia mercados internacionales. Para iniciar el proyecto se necesita en el primer mes de los siguientes valores que representan los recursos que se necesitan para hacer operativa la empresa en cada uno de sus procesos productivos, los cuales serán el aporte de los accionistas y créditos a los que se recurrirá.

Tabla 73 Inversiones iniciales del proyecto

DETALLE	VALOR
Obra física para el negocio	\$ 135.900,00
Maquinarias e implementos	97.330,00
Vehículos	207.000,00
Equipos de oficina	20.010,00
Mobiliarios	6.910,00
Capital de trabajo	97.068,70
Activo diferido	7.600,00
INVERSION TOTAL	\$ 571.818,70

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

III. E. 2. Determinación de la inversión inicial en activos fijos que den soporte a las ventas

Tabla 74 Obra física para el negocio

DETALLE	CANT.	VALOR TOTAL
Terreno	1,500 m2	\$ 15.000,00
Construcción	978 m2	\$ 48.900,00
Oficina administrativa	40 m2	\$ 70.000,00
Sistema de tratamiento de aguas residuales	50 m2	\$ 2.000,00
TOTAL		\$ 135.900,00

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Tabla 75 Maquinaria e implementos

DETALLE	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Extractor de agua de coco	1	\$ 8.000,00
Envasadora tetra pack Brik Aseptic	1	\$ 25.000,00
Tanque industrial de acero inoxidable	1	\$ 4.500,00
Banda transportadora de selección	3	\$ 14.400,00
Trituradora	1	\$ 20.000,00
Cámara de frío	1	\$ 11.000,00
Mesa de trabajo de acero inoxidable	4	\$ 1.400,00
Balanza	1	\$ 450,00
Sistema de lavado y desinfección de coco	1	\$ 6.000,00
Central de aire acondicionado	2	\$ 6.000,00
Extintor contra incendio	10	\$ 500,00
Detector de humo	10	\$ 80,00
Cuchillos	10	\$ 100,00
TOTAL		\$ 97.330,00

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Tabla 76 Vehículo

DETALLE	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Camión	2	\$ 168.000,00
Camioneta doble cabina	1	\$ 28.000,00
Montacargas	1	\$ 11.000,00
TOTAL		\$ 207.000,00

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Tabla 77 Equipos de oficina

DETALLE	CANT.	VALOR TOTAL
Computadoras	7	\$ 3.500,00
Impresoras color	2	\$ 800,00
Copiadora	2	\$ 2.400,00
Teléfono fijo	7	\$ 210,00
Dispensador de agua	3	\$ 3.000,00
Impresoras blanco y negro	3	\$ 900,00
Acondicionador y cortinas de aire	2	\$ 6.000,00
Cámara de seguridad	4	\$ 2.000,00
Televisores	2	\$ 1.200,00
TOTAL		\$ 20.010,00

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Tabla 78 Mobiliarios

DETALLE	CANT.	VALOR TOTAL
Juego de sala	7	\$ 3.500,00
Escritorio	2	\$ 800,00
Sillas tipo secretaria	2	\$ 2.400,00
Archivador metálico 3 gavetas	7	\$ 210,00
TOTAL		\$ 6.910,00

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

III. E. 3. Proyección de ventas anuales para cada uno de los cinco años

La proyección de ventas se la ha realizado considerando la tasa de inflación del país y el incremento poblacional de las ciudades de destino de los productos, con lo cual se ha podido estimar ventas en unidades y ventas en dólares, a fin de tomar un mejor criterio al analizar las ventas totales que realizaría la empresa.

Tabla 79 Proyección de ventas en unidades

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Presentación de 250 ml	1209600	1294998	1386425	1484306	1589098
Presentación de 1 L	181440	194250	207964	222646	238365
Presentación de 5,5 kg.	14520	15153	15814	16503	17223
Total	1405560	1504400	1610202	1723455	1844686

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

Tabla 80 Proyección de ventas en dólares

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Presentación de 250 ml	\$ 934.019,64	\$ 999.961,43	\$1.070.558,70	\$1.146.140,15	\$1.227.057,64
Presentación de 1 L	\$ 524.912,76	\$ 561.971,60	\$ 601.646,80	\$ 644.123,06	\$ 689.598,15
Presentación de 5,5 kg.	\$ 81.017,24	\$ 86.088,92	\$ 91.478,09	\$ 97.204,61	\$ 103.289,62
Total	\$1.539.949,64	\$1.648.021,95	\$1.763.683,59	\$1.887.467,82	\$2.019.945,42

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

III. E. 4. Proyección de ventas mensual para el primer año

Es importante mencionar la capacidad de ventas que tendría la empresa de forma mensual por lo que en la tabla 84 se muestra de forma clara la cantidad de productos en unidades que se producirían de forma mensual, de igual forma se expone el total en dólares mensuales que ingresarían por la venta de los productos.

Tabla 81 Proyección de ventas mensuales

DETALLE	PRODUCCIÓN EN UNIDADES	PRODUCCIÓN EN DÓLARES
Presentación de 250 ml	100.800	\$ 77.834,97
Presentación de 1 L	15.120	\$ 43.742,73
Presentación de 5,5 kg.	1.210	\$ 6.751,44
Total		\$ 128.329,14

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

III. E. 4. a. Inversiones en capital de trabajo que den soporte a las ventas

Como capital de trabajo están consideradas todas las inversiones que se deben realizar para el proceso productivo, por lo cual se ha estimado los costos y gastos que se incurren para que se pueda tener el producto terminado.

Tabla 82 Capital de trabajo

DETALLE	AÑO 1	MES 1
Costos de producción	\$ 1.109.608,94	\$ 92.467,41
Gastos de administración	40.185,00	3.348,75
Gastos de ventas	66.045,80	5.503,82
Gastos Generales	1.680,00	140,00
Gastos de financiamiento	34.163,50	2.984,92
TOTAL GASTOS	\$ 1.251.683,24	\$ 104.444,90

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

III. E. 4. b. Estado de resultados

Con los datos de las proyecciones realizadas se ha obtenido un estado de resultados que muestra la evolución de los ingresos con los costos y gastos de la empresa durante el primer año de sus actividades productivas, según estos resultados se obtendría una utilidad que es considerada como viable para la empresa.

Tabla 83 Estado de resultados

ECUACOCO S.A.		
ESTADO DE RESULTADOS		
AL, 30 DE JUNIO DE 2018		
VENTAS NETAS	\$ 1.539.949,64	
Costos de producción	\$ 1.109.608,94	
UTILIDAD BRUTA		\$ 430.340,70
Gastos de ventas	66.045,80	
Gastos administrativos	40.185,00	
Gastos generales	1.680,00	
Gastos de financiamiento	34.163,50	
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 288.266,40
PARTICIPACION A TRABAJADORES		\$ 43.239,96
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 245.026,44
IMPUESTO A LA RENTA		\$ 61.256,61
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 183.769,83

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

III. E. 4. c. Balance General.

Tabla 84 Balance General

ECUACOCO S.A.		
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL		
AL, 30 DE JUNIO DE 2018		
ACTIVOS		
ACTIVO CORRIENTE		
Efectivo y equivalentes	\$ 11.977,48	
Inventarios	\$ 92.467,41	
Total de activo corriente		\$ 104.444,90
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		
Terreno	\$ 15.000,00	
Edificio	\$ 120.900,00	
Maquinaria e implementos	\$ 97.330,00	
Vehículo	\$ 207.000,00	
Equipos de oficina	\$ 20.010,00	
Mobiliario	\$ 6.910,00	
Total de propiedad planta y equipos		\$ 467.150,00
ACTIVOS DIFERIDOS		
Gasto de constitución	\$ 1.600,00	
Patente y permisos	\$ 1.000,00	
Registro sanitario	\$ 500,00	
Estudio de factibilidad	\$ 1.000,00	
Ficha ambiental	\$ 1.000,00	
Propiedad intelectual	\$ 1.000,00	
Software	\$ 1.500,00	
Total de activos diferidos		\$ 7.600,00
TOTAL DE ACTIVOS		\$ 579.194,90
PASIVOS		
PASIVOS CORRIENTE		
Cuentas/Documents por pagar	\$ 28.959,74	
Total de Pasivos Corrientes		\$ 28.959,74
PASIVOS NO CORRIENTES		
Préstamo bancario	\$ 400.000,00	
Total de Pasivos no Corrientes		\$ 400.000,00
TOTAL DE PASIVOS		\$ 428.959,74
PATRIMONIO		
Capital Social	\$ 150.235,15	
Total de Patrimonio		\$ 150.235,15
TOTAL DE PASIVOS + PATRIMONIO		\$ 579.194,90

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

III. E. 4. d. Análisis de sensibilidad.

Sensibilidad de los Ingresos:

Al disminuir los ingresos en un 11%, sin que exista variación en los otros rubros la TIR es del 13%; el VAN viene a ser negativo - \$ 846,79; el tiempo de recuperación de la inversión sería de 3 años, 9 meses y 14 días; la relación costo/beneficio sería de \$ 1.15 lo cual indica que por cada dólar invertido se obtendría quince centavos de utilidad, el ROIC sería de \$ 0.97, lo que quiere decir que por cada dólar invertido se pierden tres centavos.

Al disminuir los ingresos en un 6,5% e incrementarse los costos de producción en un 6,5% la TIR sería del 14%; el VAN es \$ 2.178,61; el tiempo de recuperación de la inversión sería de 3 años, 8 meses y 24 días; la relación costo/beneficio viene a ser de \$ 1,14 lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrían catorce centavos de utilidad; mientras que con el ROIC se tendría \$ 0.99 lo que significa que por cada dólar invertido se tendría un centavo de pérdida.

Sensibilidad de los costos

Al incrementarse los costos de producción en un 16% sin incremento en el precio la TIR sería del 14%; el VAN es de \$ 3.505,15; el tiempo de recuperación de la inversión sería de 3 años, 8 meses y 24 días; la relación costo/beneficio viene a ser de \$ 1,13 lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrían trece centavos de utilidad; mientras que con el ROIC se tendría \$ 0.99 lo que significa que por cada dólar invertido se tendría un centavo de pérdida.

III. E. 4. e. Análisis de escenarios

Se ha considerado pertinente el análisis de escenarios considerar las variaciones tanto en ingresos como en costos de producción, los gastos no se han considerado debido a que no tienen un valor significativo que afecte mayormente el proceso.

ESCENARIO OPTIMISTA = Incremento de 5% de ingresos, 5% en costos y 5% en gastos, da como resultado que se tendría un VAN de \$ 492.319,70, la TIR sería de 41%, el periodo de recuperación de la inversión sería de 2 años, 2 meses y 12 días, el costo beneficio estaría en \$ 1.30 y el ROIC en \$ 2.22. De acuerdo con estos resultados si sería rentable la inversión por lo que el proyecto debería acogerse.

Tabla 85 Escenario optimista

ECUACOCO S.A.			
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
AL, 30 DE JUNIO DE 2018			
VENTAS NETAS	\$	1.616.947,12	
Costos de producción	\$	1.165.089,39	
UTILIDAD BRUTA			\$ 451.857,74
Gastos de ventas		69.348,09	
Gastos administrativos		42.194,25	
Gastos generales		1.764,00	
Gastos de financiamiento		35.871,68	
UTILIDAD OPERACIONAL			\$ 302.679,72
PARTICIPACION A TRABAJADORES			\$ 45.401,96
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			\$ 257.277,76
IMPUESTO A LA RENTA			\$ 64.319,44
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO			\$ 192.958,32

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

ESCENARIO PESIMISTA 1 = Decremento de 11% de ingresos, sin incremento en costos y gastos, con lo que se tendría la TIR es del 13%; el VAN viene a ser negativo - \$ 846,79; el tiempo de recuperación de la inversión sería de 3 años, 8 meses y 28 días; la relación costo/beneficio sería de \$ 1.15, el ROIC sería de \$ 0.97. Según estos resultados no sería muy rentable el proyecto.

Tabla 86 Escenario pesimista 1

ECUACOCO S.A.			
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
AL, 30 DE JUNIO DE 2018			
VENTAS NETAS	\$	1.370.555,18	
Costos de producción	\$	1.109.608,94	
UTILIDAD BRUTA			\$ 260.946,24
Gastos de ventas		66.045,80	
Gastos administrativos		40.185,00	
Gastos generales		1.680,00	
Gastos de financiamiento		34.163,50	
UTILIDAD OPERACIONAL			\$ 118.871,94
PARTICIPACION A TRABAJADORES			\$ 17.830,79
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			\$ 101.041,15
IMPUESTO A LA RENTA			\$ 25.260,29
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO			\$ 75.780,86

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

ESCENARIO PESIMISTA 2 = Decremento de 6.5% de ingresos, incremento 6.5% en costos y sin incremento en gastos, con lo que se tendría la TIR sería del 14%; el VAN es de \$ 2.178,61; el tiempo de recuperación de la inversión sería de 3 años, 8 meses y 24 días; la relación costo/beneficio viene a ser de \$ 1,14; mientras que con el ROIC se tendría \$ 0.99. Según estos resultados no sería muy rentable el proyecto, por lo que se podría rechazar.

Tabla 87 Escenario pesimista 2

ECUACOCO S.A.		
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL		
AL, 30 DE JUNIO DE 2018		
VENTAS NETAS	\$	1.439.852,92
Costos de producción	\$	1.176.185,48
UTILIDAD BRUTA		\$ 263.667,44
Gastos de ventas		66.045,80
Gastos administrativos		40.185,00
Gastos generales		1.680,00
Gastos de financiamiento		34.163,50
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 121.593,14
PARTICIPACION A TRABAJADORES	\$	18.238,97
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 103.354,17
IMPUESTO A LA RENTA	\$	25.838,54
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		\$ 77.515,63

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

ESCENARIO PESIMISTA 3 = Sin variaciones en los ingresos, con un incremento del 16% en costos y sin incremento en gastos, se tendría la TIR del 14%; el VAN sería de \$ 3.505,15; el tiempo de recuperación de la inversión estaría en 3 años, 8 meses y 24 día; la relación costo/beneficio vendría a ser de \$ 1,13; mientras que con el ROIC se tendría \$ 0.99. Según estos resultados no sería muy rentable el proyecto, por lo que el proyecto podría rechazarse.

Tabla 88 Escenario pesimista 3

ECUACOCO S.A.		
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL		
AL, 30 DE JUNIO DE 2018		
VENTAS NETAS	\$	1.539.949,64
Costos de producción	\$	1.287.146,37
UTILIDAD BRUTA		<hr/>
	\$	252.803,27
Gastos de ventas		66.045,80
Gastos administrativos		40.185,00
Gastos generales		1.680,00
Gastos de financiamiento		34.163,50
UTILIDAD OPERACIONAL		<hr/>
	\$	110.728,97
PARTICIPACION A TRABAJADORES	\$	16.609,35
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		<hr/>
	\$	94.119,63
IMPUESTO A LA RENTA	\$	23.529,91
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		<hr/>
	\$	70.589,72

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

III. E. 5. Valor de desecho en el año 5

Dentro de los activos de la empresa se cuenta con unos que se deprecian en 3, 5, 10 y 20 años respectivamente por lo que en la siguiente tabla se expresan los resultados de la depreciación de los activos.

Tabla 89 Valor de desecho en el año 5

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Obra física para el negocio	\$ 6.045,00	\$ 6.045,00	\$ 6.045,00	\$ 6.045,00	\$ 6.045,00
Maquinarias e implementos	\$ 9.733,00	\$ 9.733,00	\$ 9.733,00	\$ 9.733,00	\$ 9.733,00
Vehículo	\$ 41.400,00	\$ 41.400,00	\$ 41.400,00	\$ 41.400,00	\$ 41.400,00
Equipos de oficina	\$ 6.670,00	\$ 6.670,00	\$ 6.670,00	-	-
Mobiliarios	\$ 2.303,33	\$ 2.303,33	\$ 2.303,33	-	-
TOTAL	\$ 66.151,33	\$ 66.151,33	\$ 66.151,33	\$57.178,00	\$ 57.178,00

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

III. E. 6. Evaluación del proyecto

III. E. 6. a. Estimación de la tasa de descuento (costo promedio ponderado de capital)

Tabla 90 Tasa de descuento

ITEMS	DETALLE	CAPITAL	%	COSTO	
				CAPITAL	PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL
1	Propio	\$ 150.235,15	25,94%	10%	2,59%
2	Letras de cambio/pagaré	\$ 28.959,74	5,00%	3%	0,15%
3	Préstamo bancario	\$ 400.000,00	69,06%	9,03%	6,24%
TOTAL		\$ 579.194,90	100,00%		8,98%

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

III. E. 6. b. Flujo de caja

Tabla 91 Flujo de caja

	INVERSION INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS EN EFECTIVO		\$ 1.539.949,64	\$1.648.021,95	\$ 1.763.683,59	\$ 1.887.467,82	\$ 2.019.945,42
EGRESOS EN EFECTIVO						
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN		\$ 1.109.608,94	\$ 1.146.955,25	\$ 1.193.806,10	\$ 1.242.699,65	\$ 1.293.724,95
(=) UTILIDAD BRUTA		\$ 430.340,70	\$ 501.066,70	\$ 569.877,49	\$ 644.768,18	\$ 726.220,46
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 40.185,00	\$ 44.015,22	\$ 45.934,29	\$ 47.937,02	\$ 50.027,08
(-) GASTOS DE VENTAS		\$ 66.045,80	\$ 69.590,41	\$ 72.624,55	\$ 75.790,98	\$ 79.095,47
(-) GASTOS GENERALES		\$ 1.680,00	\$ 1.560,00	\$ 1.560,00	\$ 1.560,00	\$ 1.560,00
(-) DEPRECIACION		\$ 66.151,33	\$ 66.151,33	\$ 66.151,33	\$ 57.178,00	\$ 57.178,00
(=) UTILIDAD OPERATIVA		\$ 256.278,57	\$ 319.749,73	\$ 383.607,32	\$ 462.302,17	\$ 538.359,92
(-) INTERESES BANCARIOS		\$ 34.163,50	\$ 30.551,50	\$ 26.939,50	\$ 23.327,50	\$ 19.715,50
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$ 222.115,07	\$ 289.198,23	\$ 356.667,82	\$ 438.974,67	\$ 518.644,42
(-) 15% REPARTICION EMPLEADOS		\$ 33.317,26	\$ 43.379,73	\$ 53.500,17	\$ 65.846,20	\$ 77.796,66
(-) IMPUESTO A LA RENTA		\$ 41.535,52	\$ 54.080,07	\$ 66.696,88	\$ 82.088,26	\$ 96.986,51
(=) UTILIDAD NETA		\$ 147.262,29	\$ 191.738,43	\$ 236.470,76	\$ 291.040,21	\$ 343.861,25
(+) DEPRECIACION		\$ 66.151,33	\$ 66.151,33	\$ 66.151,33	\$ 57.178,00	\$ 57.178,00
(=) FLUJO DE EFECTIVO NETO	(\$579.194,90)	\$ 213.413,62	\$ 257.889,76	\$ 302.622,10	\$ 348.218,21	\$ 401.039,25
FLUJO DESCONTADO		\$ (365.781,27)	\$(107.891,51)	\$ 194.730,59	\$ 542.948,80	\$ 943.988,05

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

III. E. 6. c. Cálculo del VAN

Tabla 92 Valor Actual Neto

PERIODO	FLUJO NETO	VALOR PRESENTE
0	\$ (579.194,90)	\$ (579.194,90)
1	\$ 213.413,62	\$ 188.212,03
2	\$ 257.889,76	\$ 200.578,60
3	\$ 302.622,10	\$ 207.575,63
4	\$ 348.218,21	\$ 210.645,63
5	\$ 401.039,25	\$ 213.950,40

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

TASA DE DESCUENTO = TASA BANCARIA + NIVEL DE INFLACION**TASA DE DESCUENTO = 9,03% + 4,36%****TASA DE DESCUENTO = 13,39%****VALOR PRESENTE NETO****(VPN) \$ 441.767,40****III. E. 6. d. Cálculo de la TIR**

Tabla 93 Tasa Interna de Retorno

PERIODO	FLUJO NETO
0	\$ (579.194,90)
1	\$ 213.413,62
2	\$ 257.889,76
3	\$ 302.622,10
4	\$ 348.218,21
5	\$ 401.039,25

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

TASA DE DESCUENTO = TASA BANCARIA + NIVEL DE INFLACION**TASA DE DESCUENTO = 9,03% + 4,36%****TASA DE DESCUENTO = 13,39%**

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

38,19%

III. E. 6. e. Tiempo de recuperación de la inversión

Tabla 94 Tiempo de recuperación de la inversión

PERIODO	FLUJO NETO	FLUJO ACUMULADO
AÑO 1	\$ 213.413,62	\$ 213.413,62
AÑO 2	\$ 257.889,76	\$ 471.303,39
AÑO 3	\$ 302.622,10	
AÑO 4	\$ 348.218,21	
AÑO 5	\$ 401.039,25	

INVERSION INICIAL	\$	579.194,90	
RECUPERADO (AÑO 1 Y 2)	\$	471.303,39	
ULTIMO FLUJO (AÑO 3)	\$	302.622,10	
POR RECUPERAR (AÑO 3)	\$	107.891,51	
PR: AÑO 3		0,36	
PR: 2,36 AÑOS			
AÑOS	2		2 AÑOS
MESES	0,36	0,36 * 12 MESES = 4,32	4 MESES
DÍAS	0,32	0,32 * 30 DÍAS = 9,6	10 DIAS

Elaboración: Andrea Maingon y Joseline Flores

III. E. 6. f. Cálculo de las razones financieras del proyecto.

Los indicadores de liquidez del proyecto para conocer la razón corriente indican que por cada dólar que la empresa debe a corto plazo, tiene \$ 3.61 para respaldo de la deuda.

$$\text{Razón corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivos Corrientes}} = \frac{\$ 104.444,90}{\$ 28.959,74} = \$ 3,61$$

Realizando la prueba ácida para conocer el respaldo que se tiene sin contar los inventarios en los activos corrientes, se tiene que por cada dólar que se adeuda en el corto plazo se cuenta con 41 centavos para el respaldo de la deuda.

$$\begin{aligned} \text{Prueba ácida} &= \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivos Corrientes}} = \frac{\$ 104.444,90 - \$ 92.467,41}{\$ 28.959,74} = \\ &= \frac{\$ 11.977,49}{\$ 28.747,18} = \$ 0,41 \end{aligned}$$

Los indicadores de endeudamiento del proyecto determinados por el nivel de endeudamiento determinan que por cada dólar que se ha invertido 74 centavos han sido financiados por los acreedores por lo que se constituyen en deuda a corto o largo plazo.

$$\text{Nivel de endeudamiento} = \frac{\text{Total de Pasivos}}{\text{Total de Activos}} = \frac{\$ 428.959,74}{\$ 579.194,90} = \$ 0,74$$

Para conocer la concentración de la deuda a corto plazo que se tiene como resultado que por cada dólar que la empresa adeuda 7 centavos tienen vencimiento corriente o en el corto plazo.

$$\begin{aligned} \text{Concentración de la deuda a corto plazo} &= \frac{\text{Pasivos Corrientes}}{\text{Pasivos no Corrientes}} \\ &= \frac{\$ 28.959,74}{\$ 400.000,00} = \$ 0,07 \end{aligned}$$

Los indicadores de rentabilidad del proyecto se encuentran determinados por el margen de utilidad sobre las ventas se pudo conocer que por cada dólar invertido se obtienen 19 centavos de utilidad operacional.

$$\text{Margen de utilidad sobre ventas} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas netas}} = \frac{\$ 288.266,40}{\$ 1.539.949,64}$$
$$= \$ 0,19$$

Para conocer la tasa de rendimiento luego de aplicar la fórmula se tuvo como resultado que los socios obtendrían un rendimiento del 122% sobre la inversión que han realizado, esto se debe a que la empresa ha realizado un apalancamiento bastante alto, lo cual genera las altas utilidades beneficiando de esta manera a los inversionistas.

$$\text{Tasa del rendimiento} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}} = \frac{\$ 216.292,15}{\$ 146.196,43} = \$ 1,22$$

El margen de utilidad bruto indica que por cada dólar invertido en el proyecto se obtendrían 12 centavos de utilidad neta.

$$\text{Margen de utilidad bruto} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}} = \frac{\$ 183.769,83}{\$ 1.539.949,64} = \$ 0,12$$

Como rendimiento sobre la inversión se ha obtenido como resultado que por cada dólar invertido en el proyecto se genera 32 centavos de utilidad neta.

$$\text{Rendimiento sobre la inversión} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo total}} = \frac{\$ 183.769,83}{\$ 579.194,90} = \$ 0,32$$

III. E. 6. g. Resultados y consideraciones de la evaluación

Mediante la evaluación financiera que se ha realizado al proyecto se considera que es un emprendimiento que tiene un potencial muy grande porque es un producto saludable que tiene buena acogida tanto en el mercado local como en el extranjero por lo que se considera que es pertinente estimar que según los cálculos financieros es factible el proyecto.

La evaluación de los indicadores muestran que con los costos operativos que se manejan se puede obtener ingresos económicos que permitirían a los accionistas alcanzar un retorno de la inversión en casi dos años considerando que el producto tenga acogida en el mercado internacional y que no existan variables que vayan a perjudicar a la empresa, como la introducción de otras marcas, enfermedades de las plantaciones o el aumento de los aranceles que se cancelan para ingresar los productos a dichos países.

IV. CONCLUSIONES O RECOMENDACIONES

Conclusiones

El producto que se ha considerado para el proyecto tiene una demandada alta en el mercado extranjero debido a su calidad y sus propiedades nutritivas, además que por el clima y la geografía del país permite que exista mayor luminosidad durante el año lo cual favorece a la fruta para su producción.

El proyecto que se pretende impulsar es muy rentable considerando que se aprovechan todos los componentes del coco, el agua para exportarla hacia el mercado norteamericano y la fibra para el mercado europeo, lo cual hace que el proceso productivo sea óptimo. Esto permite que el proyecto ofrezca una oportunidad importante para el país porque se estaría impulsando el cambio de la matriz productiva al exportar un producto ya terminado y no solo materia prima.

Los agricultores dedicados al cultivo de coco que han sido considerados en el presente estudio producen las cantidades requeridas para el proyecto y no tienen firmados contratos con otras empresas o compradores, además manifestaron su predisposición para la firma de un contrato de venta a la empresa ECUACOCO S.A. lo cual es una oportunidad que generaría una ventaja competitiva de la empresa.

El proceso de producción en el país permite manejar precios bajos a fin de que se proporcione un margen de utilidad entre el 20 y 30% a los involucrados en la cadena de distribución, el entrenamiento del personal que labora para la empresa es fundamental porque con mejor capacitación se puede lograr mejores niveles de desempeño y productividad.

El proyecto genera un impacto ambiental bajo, puesto que no se generan desperdicios porque se procede a su tratamiento para la producción de un subproducto

que será exportado hacia el mercado europeo obteniendo un mejor precio aprovechando cada componente de estos procesos con el fin de que la empresa sea un ejemplo en el sector empresarial.

La exportación del agua de coco hacia el mercado Norteamericano, específicamente a la ciudad de Miami debido a su gran población latina que prefiere degustar los productos hechos en Sudamérica, este lugar fue seleccionado debido a que la duración del viaje en buque permite la conservación del producto además de dar un lapso prudencial de tiempo para su distribución y consumo. El ingreso de la fibra de coco al mercado alemán como materia prima que permite su procesamiento para la realización de diferentes productos; la ciudad de Hamburgo por su puerto marítimo facilita el traslado en modalidad carga suelta.

Recomendaciones

El Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) debe establecer un programa de asesoría a los productores de coco a fin de que se realice un proceso de producción que involucre la menor cantidad de utilización de químicos y pesticidas, así mismo el Ministerio de Comercio Exterior debe realizar la difusión internacional del coco como un producto ecuatoriano que tiene propiedades nutritivas con el propósito que sea exportado hacia diferentes mercados nuevos.

El Ministerio de Productividad proporcionar mayor apoyo en capacitación y asesorías, a los emprendimientos que ayudan a la implementación del cambio de la matriz productiva, la Corporación Financiera Nacional por medio de sus líneas de créditos para emprendimientos que fortalezcan estas industrias al presentar un potencial de crecimiento importante para el desarrollo de los agricultores, los trabajadores y accionistas en general.

Los agricultores a través de sus organizaciones en convenio con ONG fomentar capacitaciones sobre el uso de los plaguicidas y pesticidas de contenido químico que son permitidos en los mercados internacionales a fin de que su producción pueda ser comprada por medio de un contrato de venta exclusiva a alguna empresa se exportación de los productos derivados del coco por cuanto se puede obtener un mejor precio.

Debido a que la empresa ECUACOCO S.A. no se va a hacer cargo de la comercialización del coco en el mercado externo sino que sólo realizará la venta a un importador de aquellos mercados y que ellos lo distribuirán utilizando la cadena de distribución en la que todos deben percibir un porcentaje de ganancias hay que considerar que los precios del coco no se vayan a elevar puesto que al ocurrir dejaría un margen pequeño de utilidad a la empresa para que se pueda exportar el producto o también podría ser el caso que se incrementen los aranceles en dichos países hacia los productos ecuatorianos con lo que se tendría utilidades bajas que dificultaran la sostenibilidad de la empresa, se tiene realizar estudios de otros mercados internacionales.

El incremento de la exportación del agua de coco debe ser considerada como una opción para los próximos años, con el fin de tener mayor volumen de ventas, no sólo al mercado Norteamericano, sino otros mercados que prefieren consumir el agua de coco, lo cual generará mejores ingresos para la empresa y el país.

Incrementar el negocio del procesamiento de la fibra de coco, se compre la estopa a otras empresas que realizan venta de jugos o agua de coco que las botan a la basura, esto con la finalidad que se pueda producir un mayor volumen de fibra de coco que sea exportada para generar mayor ingreso de divisas para el país, que permitirá incrementar el volumen del negocio.

BIBLIOGRAFÍA

Andino, Juan y Pedro Bustos. Estudio de la prefactibilidad de la producción de leche de coco. Quito: Universidad San Francisco de Quito. Tesis de Ingeniería, 2012.

Arias, Fidias. El proyecto de investigación. Tercera edición. Caracas: Editorial Episteme, 1999.

Baca, Gabriel. Evaluación de proyectos . México: McGraw Hill, 2010.

Bernal, César. Metodología de la investigación. Tercera edición. Bogotá: Editorial Pearson educación, 2010.

Cajas, Darwin. Diseño de un triturador pulverizador de estopa de coco para la producción de sustrato granulado. Quito: Escuela Politécnica Nacional. Tesis de Ingeniería, 2011.

Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana. «Perfil económico de cocos.» Dominicana exporta (2011): 1-16.

Córdoba, Marcial. Formulación y evaluación de proyecto. Bogotá: Ecoe Ediciones, 2011.

EKOS. «El comercio entre Ecuador y EEUU.» EKOS (2013): 66-70.

El diario. «Futuro prometedor para el coco.» El diario 08 de 02 de 2014: 3.

FAO. «Agua de coco embotellada.» Enfoques (2007): 3-18.

FEDEXPOR. «Estudio estadístico de las relaciones comerciales e inversión entre la Unión Europea y el Ecuador.» (2013): 25-32.

Fontaine, Ernesto. Evaluación social de proyectos de inversión. México: Pearson educación, 2008.

Gareth, Jones y Jennifer George. Administración contemporánea. México: Editorial McGraw Hill, 2010.

Gómez, Sergio. Metodología de la investigación. Tercera edición. Bogotá: Editorial McGraw Hill, 2012.

González, Francisco. Estudio de la demanda nacional de pulpa, fibra y agua para la compactación de la oferta regional del cocotero. México: Conacoco, 2006.

Hernández, Roberto, Carlos Fernández y Pilar Baptista. Metodología de la investigación. Cuarta edición. México: Editorial McGraw Hill, 2006.

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. Evolución Enero - Diciembre 2013 exportaciones ecuatorianas. Guayaquil: PROECUADOR, 2014.

La Hora. «Productores de coco demandan revisar políticas de comercialización.» 02 de 09 de 2013: 5.

Mejía, Shirley. Plan de negocio exportador para el montaje de una planta de conservas a base de coco en la ciudad de Cartagena con destino a la ciudad de Miami. Cartagena: Universidad de Cartagena. Tesis de Ingeniería, 2005.

Meza, Jhonny. Evaluación financiera de proyectos. Bogotá: Ecoe Ediciones, 2010.

Morales, Arturo y José Morales. Proyectos de inversión, evaluación y formulación. México: McGraw Hill, 2009.

Niño, Víctor. Metodología de la investigación, diseño y ejecución. Primera edición. Bogotá: Ediciones de la U, 2011.

PROEcuador. Evolución Enero - Diciembre 2013 exportaciones ecuatorianas. Guayaquil: PROEcuador, 2014.

Programa Nacional de Frutas de El Salvador. «Boletín de mercado del coco.» FRUTAL ES (2001): 2-14.

Rojas, David. Evaluación de proyectos para ingenieros. Bogotá: Ecoe ediciones, 2007.

Santander, Verónica. Plan de comercio exterior y negociación internacional para exportar cacao en grano "fino y de aroma" desde la parroquia La Unión, Esmeraldas hacia

Hamburgo, Alemania. Quito: Escuela Politécnica del Ejército. Tesis de Ingeniería., 2010.

Varas, Arístides. Siete pasos para una tesis exitosa. Primera edición. Lima: Editorial Universidad San Martín de Porres, 2012.

Vélez, Tarin. Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de choco-coco para exportar al mercado Holandés. Guayaquil: Universidad Tecnológica Equinoccial. Tesis de Ingeniería., 2012.

ANEXOS

PLAN DE TRABAJO

Descripción

El trabajo de conclusión de carrera se lo ha planteado en cinco etapas, las mismas en las que se va desarrollando la investigación siguiendo los parámetros que estipulan las normas de la universidad para estos trabajos.

Primera etapa

En la primera etapa se ha considerado la realización del plan de trabajo en cinco semanas, las estudiantes destinarán 3 horas semanales para el diseño del plan de trabajo en el que se estima lograr concluirlo.

Segunda etapa

En esta etapa se realizará la elaboración de la metodología que se utilizará durante el proceso investigativo que servirá el modelo o ruta a seguir para la obtención de la información que sea requerida, con lo cual construirá el conocimiento actual sobre el tema en estudio, el uso de la metodología de la investigación garantiza que los procedimientos sean válidos puesto que son herramientas universales que se usan en los trabajos investigativos.

Tercera etapa

En la tercera etapa del proyecto se destinarán cinco horas semanales en las cuales se trabajará para la recolección de la información necesaria para elaborar las bases

teóricas que sustenten la investigación del trabajo de conclusión de carrera, utilizando libros, tesis, revistas de autores nacionales y extranjeros, también se realizará un estudio de fuentes de internet en páginas web tanto del gobierno con datos oficiales sobre exportaciones como de diferentes autores.

En esta etapa se realizará una búsqueda exhaustiva de información sobre las variables de la investigación, también se analizará la situación problemática que se presenta en el trabajo investigativo y se redactarán los objetivos de la investigación tanto general como específicos que le dan forma a la investigación, haciendo ajustes de ser necesario a los de la propuesta aceptada por el Consejo Directivo. Como dificultades se considera que no existen datos actualizados del año 2015 sobre las exportaciones de coco. Los integrantes del grupo dedicarán bastante tiempo a la lectura para poder ir construyendo el marco teórico.

Cuarta etapa

Se realizará en veinte semanas tiempo en el cual se va a elaborar los diferentes estudios que componen los estudios de factibilidad que se deben realizar previos a los planes de inversión con los que se podrá tener un criterio técnico y científico sobre la inversión que se va a realizar; esto para que los inversionistas puedan tener mejores elementos para la toma de decisiones. En estos estudios se analizará el mercado, los requerimientos que se necesitan para elaborar el producto final, las leyes, decretos, acuerdos ministeriales y ordenanzas que se hayan realizado y que afecten al proceso productivo, también se analizará la estructura organizativa necesaria para el buen funcionamiento del negocio, así mismo se analizará la parte económica y financiera que se requiere para la inversión, culminando con un estudio sobre la rentabilidad que proporcionará el negocio proyectándolo en un tiempo de cinco años.

Quinta etapa

El trabajo de elaboración del informe final del trabajo de conclusión de carrera se lo realizará en siete semanas en las que se irá estructurando la información generada en capítulos que sigan una secuencia lógica, se consideran las normas establecidas en el manual para la elaboración de monografías de la Universidad del Pacífico.

Como dificultades que se podría tener en esta etapa es que el trabajo no sea considerado completo y se requiera realizar nuevos estudios que permitan satisfacer los requerimientos del proyecto y del tribunal que evaluará el Trabajo de Conclusión de Carrera.

ACTIVIDAD \ TIEMPO	AGO				SEP				OCT				NOV				DIC				ENE				FEB				MAR				ABR				MAY			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Etapa III Formulación General									X	X	X	X																												
Fundamentos teóricos									X	X	X																													
Tutoría											X																													
Planteamiento del problema												X																												
Tutoría												X																												
Objetivos y justificación													X																											
Tutoría												X																												
Etapa IV Estudio de factibilidad																																								
Estudio de mercado													X	X	X	X																								
Tutoría															X																									
Estudio técnico																	X	X	X	X																				
Tutoría																				X																				
Estudio legal y ambiental																					X	X	X	X																
Tutoría																							X																	
Estudio administrativo																							X	X	X	X														
Tutoría																									X															
Estudio financiero																											X	X	X	X										
Tutoría																													X											
Etapa V Estructuración del trabajo de conclusión de carrera																																								
Capítulo I																																	X							
Capítulo II																																		X						

Presupuesto

DETALLE	VALOR	TOTAL
Gastos de la Etapa I Plan de trabajo		20,00
Impresiones	20,00	
Gastos de la Etapa II Metodología		20,00
Impresiones y copias	20,00	
Gastos de la Etapa III Formulación general		50,00
Impresiones y copias	50,00	
Gastos de la Etapa IV Estudio de factibilidad		7.800,00
Estudio de mercado	1.000.00	
Estudio técnico	2.500.00	
Estudio legal y ambiental	1.800.00	
Estudio administrativo	1.000,00	
Estudio financiero	1.500.00	
Gastos de la Etapa V Estructuración del trabajo de conclusión de carrera		200,00
Impresiones y copias	200,00	
Total de Gastos de las etapas		\$ 8.090,00

Formato del cuestionario de investigación de mercado

Formato de encuestas en Español

Encuesta realizada a los empresarios de la ciudad de Hamburgo (Alemania) con el propósito de conocer el nivel de aceptación que tendría la fibra de coco a fin de verificar la factibilidad de introducir al mercado estos productos.

Por favor marque con una X la respuesta:

1) ¿Cómo considera usted la calidad de los productos ecuatorianos?

Superior () Medio () Bajo () No los ha consumido ()

2) ¿Estaría usted dispuesto a comprar fibra de coco proveniente de Ecuador?

Sí () No () Tal vez ()

3) ¿Cuál es el uso que le dan a la fibra de coco?

Almohadas, colchones y muebles ()

Cepillos y escobas ()

Material de construcción ()

Fertilizante ()

4) ¿Qué cantidad de fibra de coco usted compra mensualmente?

1 – 50 kg () 51 – 100 kg () 101 – 200 kg ()

501 – 1000 kg () Más de 1000 kg ()

5) ¿Con qué frecuencia usted compra fibra de coco a sus proveedores?

Diario () Semanal () Quincenal () Mensual () Trimestral ()

6) ¿Cuánto dinero usted estaría dispuesto a pagar por una presentación de 5.5 kg. de fibra de coco?

€1.00 a 2.00 () €2.00 a 3.00 () €3.00 a 4.00 () Más de €4.00

Muchas gracias...

Formato de encuestas en Alemán

Umfrage der Arbeitgeber in der Stadt Hamburg (Deutschland), um die Akzeptanz zu wissen, dass die Durchführbarkeit der Einführung Markt diese Produkte zu überprüfen, würde Coir.

Markieren Sie bitte mit einem X die Antwort:

1) Wie beurteilen Sie die Qualität der ecuadorianischen Produkte in Betracht ziehen?

Superior Zimmer () Medium () Low () nicht verbraucht ()

2) Sind Sie bereit sein, Kokosfasern aus Ecuador zu kaufen?

Ja () Nein () Vielleicht ()

3) Was ist der Gebrauch, Kokos- geben?

Kissen, Matratzen und Möbel ()

Bürsten und Besen ()

Baumaterial ()

Fertilizer ()

4) Wie viel kaufen Sie coir monatlich?

1-50 kg (): 51 - 100 kg (): 101 - 200 kg ()

501 - 1000 kg () mehr als 1000 kg ()

5) Wie oft kaufen Sie Ihre Lieferanten Coir?

Journal () Wöchentlich () Biweekly () monatlich () Quarterly ()

6) Wie viel Geld wären Sie bereit, für eine Präsentation von 5,5 kg zu zahlen. Coir?

€1,00 bis 2,00 () von 2,00 bis 3,00 € () €3,00-4,00 () mehr als 4,00 € ()

Vielen Dank ...

Correos electrónicos enviados y recibidos de empresarios de Hamburgo

De: adelfried.schultz@witt-weiden.de
Fecha: viernes, 5 de agosto de 2016
Asunto: Umfrage
Para: andrea maingon <maingon22@gmail.com>
CC: Joseline Flores Palacios <jochy_93@hotmail.com>

Liebe:

Anbei finden Sie die Antwort auf Ihre Anforderungen der Erhebung finden, ich weiß, dass meine coir nach Kolumbien kauft, also würde ich Ihren Vorschlag Preis, Qualität mögen und Versandmethode des Produkts.

In Erwartung Ihrer Antwort.

Mit freundlichen Grüßen

Adelfried Schultz
Export Manager
Hamburg - Deutschland
Tel: 0049 (0) 89 343 80 - 14
Skype: a.schultz
E-mail:
<http://www.witt-weiden.de/>

adelfried.schultz@witt-weiden.de

De: andrea maingon <maingon22@gmail.com>
Enviado: jueves, 04 de agosto de 2016 14:13:25
Para: adelfried.schultz@witt-weiden.de
Cc: Joseline Flores Palacios
Asunto: Umfrage

Guayaquil 04, august 2016

Messrs.
Witt Weiden
Deutschland

Bettwäsche, Handtücher, Bettwäsche, Handtücher, Bettwäsche und Handtücher sind im Preis inbegriffen. Das Frühstück ist im Preis inbegriffen. Das Frühstück ist im Preis inbegriffen. Die Vorauszahlung der gesamten Buchungssumme ist am Tag der Buchung erforderlich und ist nicht erstattbar.

Bitte informieren Sie mich irgendwelche Kommentare oder Vorschläge, wenn es Interesse an Ihrem Unternehmen für den Kauf von ecuadorianischen Kokosfaser ist.

Grüße

Andrea Maingon
email :maingon22@gmail.com
telefono: 593987749235
skype : andrea.maingon1

De: eldwin.krakauer@dieffenbacher.de
Fecha: lunes, 8 de agosto de 2016
Asunto: Umfrage
Para: andrea maingon <maingon22@gmail.com>
CC: Joseline Flores Palacios <jochy_93@hotmail.com>

Liebe:

Vielen Dank für Ihre Kontaktaufnahme, ich die Antworten auf die Umfrage unseres Unternehmens senden, zusätzlich zu dem, was wir möchten Ihr Unternehmen Vorschlag zu wissen, von Ihrem Land coir zu importieren, haben wir sehr gute Referenzen von der Qualität der ecuadorianischen Produkt.

Wir erwarten Ihre Antwort mit großem Interesse, Geschäfte zu machen.

Mit freundlichen Grüßen

Eldwin Krakauer
Export Manager
Hamburg - Deutschland
Tel: 0049 (0) 89 343 25 - 82
Skype: eldwin.k1
E-mail:
www.dieffenbacher.de

eldwin.krakauer@dieffenbacher.de

De: andrea maingon <maingon22@gmail.com>
Enviado: jueves, 04 de agosto de 2016 14:16:39
Para: eldwin.krakauer@dieffenbacher.de
Cc: Joseline Flores Palacios
Asunto: Umfrage

Guayaquil 04, august 2016

Messrs.
Dieffenbacher
Deutschland

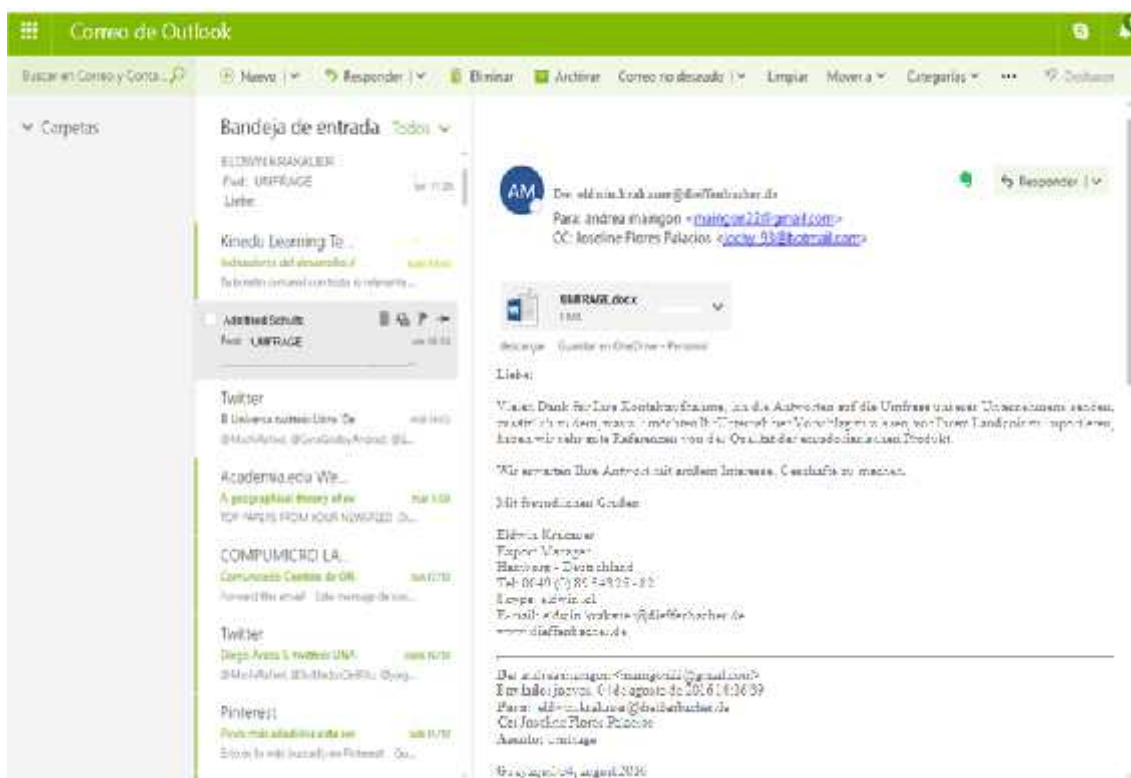
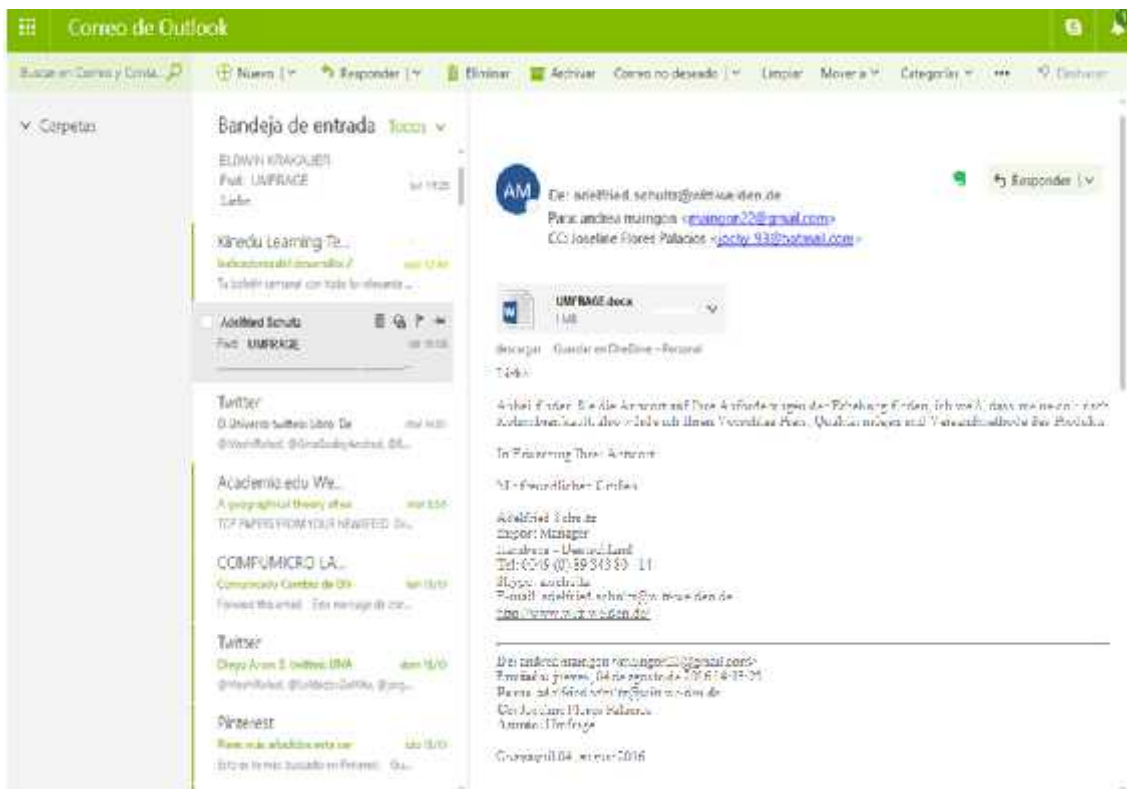
Bettwäsche, Handtücher, Bettwäsche, Handtücher, Bettwäsche und Handtücher sind im Preis inbegriffen. Das Frühstück ist im Preis inbegriffen. Das Frühstück ist im Preis inbegriffen. Die Vorauszahlung der gesamten Buchungssumme ist am Tag der Buchung erforderlich und ist nicht erstattbar.

Bitte informieren Sie mich irgendwelche Kommentare oder Vorschläge, wenn es Interesse an Ihrem Unternehmen für den Kauf von ecuadorianischen Kokosfaser ist.

Grüße

Andrea Maingon
email :maingon22@gmail.com
telefono: 593987749235
skype : andrea.maingon1

Captura de pantalla de los correos de Hamburgo recibidos con las respuestas de las encuestas realizadas a empresas



Formato de encuestas en Español

Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Miami (Estados Unidos) con el propósito de conocer el nivel de aceptación que tendría el agua de coco embotellada a fin de verificar la factibilidad de introducir al mercado estos productos.

Por favor marque con una X la respuesta:

1) ¿Cuál es su edad?

Menor de 18 años () De 18 a 25 () De 26 a 35 () Mayor de 36 ()

2) ¿Cuánto es su ingreso mensual?

Menos de \$ 2.000 () De \$ 2.001 a \$ 5.000 () De \$ 5.001 a \$ 10.000 ()
Más de \$ 10.000 ()

3) ¿Le gusta consumir el agua de coco?

Si () No ()

4) ¿Con qué frecuencia usted consume coco y/o agua de coco?

Diario () Semanal () Quincenal () Mensual () Semestral ()

5) ¿En qué lugar usted consigue el agua de coco?

Supermercados () Tiendas () Otro ()Cuál _____

6) ¿Cómo considera usted la calidad de los productos ecuatorianos?

Superior () Medio () Bajo () No los ha consumido ()

7) ¿Estaría usted dispuesto a comprar agua de coco embotellada proveniente de Ecuador?

Sí () No () Tal vez ()

8) ¿Qué tipo de empaque usted preferiría para el agua de coco?

Tetra pack () Botella plástica () Botella de vidrio ()

9) ¿Cuánto dinero usted estaría dispuesto a pagar por una presentación de 250 ml de agua de coco?

US \$ 1.00 a 2.00 () US \$ 2.00 a 3.00 ()
US \$ 3.00 a 4.00 () Más de US \$ 4.00 ()

10) ¿Cuánto dinero usted estaría dispuesto a pagar por una presentación de 1 litro de agua de coco?

US \$ 3.00 a 5.00 () US \$ 5.00 a 8.00 ()
US \$ 8.00 a 10.00 () Más de US \$ 10.00 ()

Muchas gracias...

Formato de encuestas en Inglés

Survey of the inhabitants of the city of Miami (United States) in order to know the level of acceptance that would have the bottled coconut water in order to verify the feasibility of introducing market these products.

Please mark with an X the answer:

1) What is your age?

Under 18 () From 18 to 25 () From 26 to 35 () Over 36 ()

2) How much is your monthly income?

Less than \$ 2,000 () From \$ 2,001 to \$ 5,000 ()
From \$ 5,001 to \$ 10,000 () More than \$ 10,000 ()

3) Would you like to consume coconut water?

Yes () no ()

4) How often do you consume coconut and / or coconut water?

Journal () Weekly () Biweekly () Monthly () Semiannual ()

5) Where do you get coconut water?

Supermarkets () Shops () Other () What _____

6) How do you consider the quality of Ecuadorian products?

Superior () Medium () Low () not the consumed ()

7) Would you be willing to buy bottled coconut water from Ecuador?

Yes () No () Maybe ()

8) What kind of packaging would you prefer to coconut water?

Tetra pack () Plastic Bottle () Glass bottle ()

9) How much money would you be willing to pay for a presentation of 250 ml of coconut water?

US \$ 1.00 to 2.00 () US \$ 2.00 to 3.00 ()
US \$ 3.00 to 4.00 () More than US \$ 4.00 ()

10) How much money would you be willing to pay for a presentation of 1 liter of coconut water?

US \$ 3.00 to 5.00 () US \$ 5.00 to 8.00 ()
US \$ 8.00 to 10.00 () More than \$ 10.00 ()

Thank you very much...

Correos electrónicos enviados y recibidos de habitantes de la ciudad de Miami

Responder|
jueves 04/08, 21:48
De: ile-mora@hotmail.com
Fecha: jueves, 4 de agosto de 2016
Asunto: Survey
Para: andrea maingon <maingon22@gmail.com>
CC: Joseline Flores Palacios <jochy_93@hotmail.com>

Dear Andrea:

Thank you for considering me to respond to your survey, herewith find my answer, and as a personal opinion I love the idea that there is an Ecuadorian brand products there in this country, I moved nine years ago, miss you so much my country, its landscapes, food, people, I hope to return soon.

Best regards.

Sincerely

Ilenia Mora Ruíz
Tel: 001-305- 902056065
Skype: ile-mora

De: andrea maingon <maingon22@gmail.com>
Enviado: jueves, 04 de agosto de 2016 16:33:12
Para: ile-mora@hotmail.com
Cc: Joseline Flores Palacios
Asunto: Survey

Guayaquil 04 August 2016

Dear Mr. (Mrs.) (Miss):

Attached hereto is a survey which requested deign to answer it and send it back for analysis and tabulation, it refers to a market research to determine the feasibility of introducing bottled coconut water in the city of Miami.

Awaiting your valuable response, I sign you.

Cordially,

Andrea Maingon
email :maingon22@gmail.com
telefono: 593987749235
skype : andrea.maingon1

Responder|
viernes 05/08, 09:21
De: vaneliss88@hotmail.com
Fecha: viernes, 5 de agosto de 2016
Asunto: Survey
Para: andrea maingon <maingon22@gmail.com>
CC: Joseline Flores Palacios <jochy_93@hotmail.com>

Dear Andrea:

I am pleased to send the survey responses that allowed me to be a participant, I congratulate you on the project, I think it's that there is presence of Ecuadorian products in this city when I am Peruvian, came 4 years ago, I wish you success in your venture.

Best regards.

Vanessa Lisseth Estrada Pin
Tel: 001-305- 7864027394

De: andrea maingon <maingon22@gmail.com>
Enviado: jueves, 04 de agosto de 2016 16:36:41
Para: vaneliss88@hotmail.com
Cc: Joseline Flores Palacios
Asunto: Survey

Guayaquil 04 August 2016

Dear Mr. (Mrs.) (Miss):

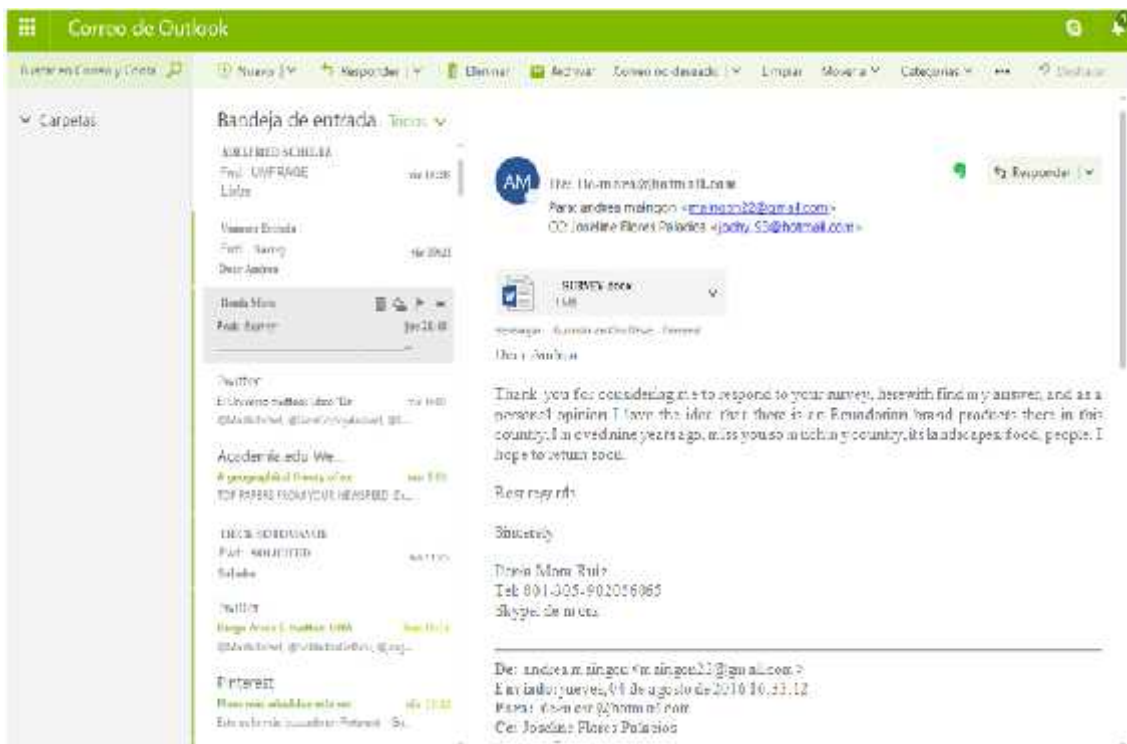
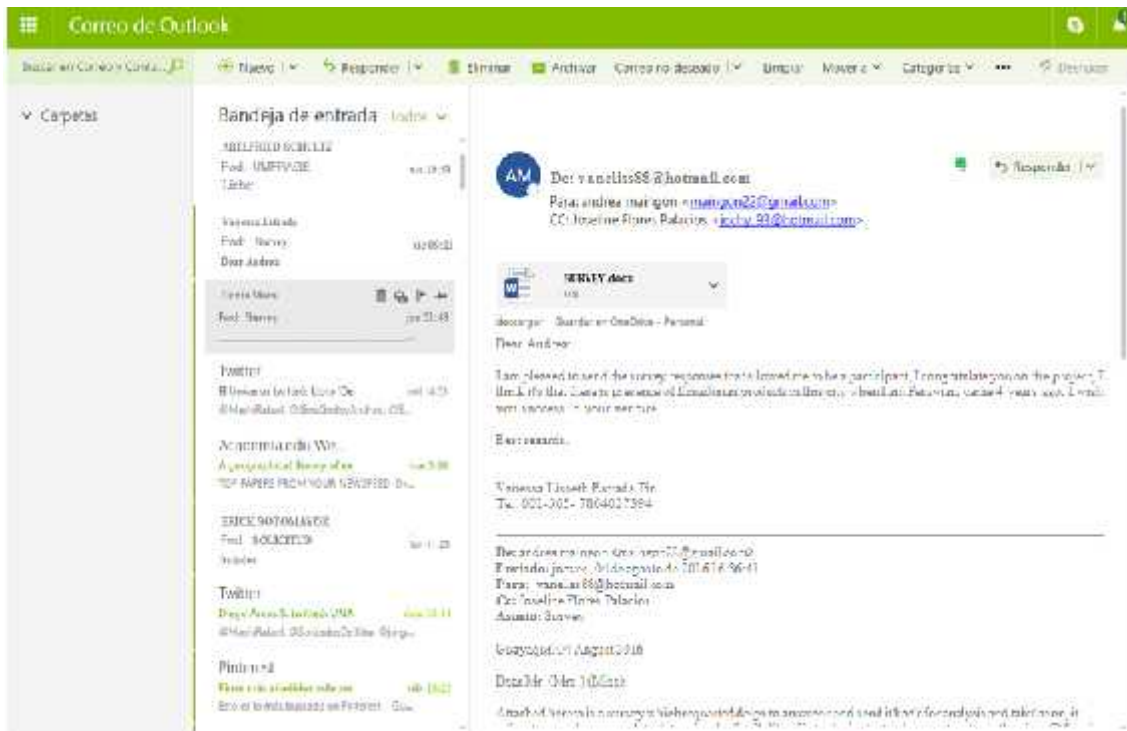
Attached hereto is a survey which requested deign to answer it and send it back for analysis and tabulation, it refers to a market research to determine the feasibility of introducing bottled coconut water in the city of Miami.

Awaiting your valuable response, I sign you.

Cordially,

Andrea Maingon
email :maingon22@gmail.com
telefono: 593987749235
skype : andrea.maingon1

Captura de pantalla de los correos de Miami recibidos con las respuestas de las encuestas realizadas a habitantes de dicha ciudad



Encuesta realizada a los productores de coco en Ecuador con el propósito de conocer el nivel de producción de cocos a fin de verificar la factibilidad de introducir al mercado norteamericano y europeo estos productos.

Por favor marque con una X la respuesta:

1) ¿Cuál es su edad?

Menor de 18 años () De 18 a 25 () De 26 a 35 () Mayor de 36 ()

2) ¿Cuántas hectáreas de cultivo de palmeras de coco usted posee?

Menos de 1 () De 2 a 5 () De 6 a 10 () Más de 10 ()

3) ¿Qué cantidad de coco produce en su finca mensualmente?

De 1000 a 2000 () De 2001 a 5000 () Más de 5001 ()

4) ¿Qué tiempo usted tiene de experiencia en la producción de coco?

Menos de 1 año () De 2 a 5 años ()
De 6 a 10 años () Más de 10 años ()

5) ¿Recibe usted asesoramiento por algún profesional?

Sí () No () A veces ()

6) ¿Ha recibido usted capacitaciones o seminarios sobre las nuevas técnicas de producción amigables con el ambiente?

Sí () No ()

7) ¿Qué tipo de productos usted utiliza en sus plantaciones?

Orgánicos () Químicos ()

8) ¿Firmaría un contrato de compraventa de su cosecha con una empresa exportadora de derivados de coco?

Sí () No ()

Muchas gracias...

1. Detalle de costos

Costos de materiales directos								
Detalle por proceso								
Materia prima producción de agua de coco 250 ml								
detalle	Cantidad a producir	rendimiento por coco	valor del coco	total de cocos	costo de materiales	Total de costo de materia prima por unidad	Total de costo de materia prima anual	Total de costo de materia prima mensual
Presentación de 250 ml	1.209.600	0,42	\$ 0,80	504.000	\$ 0,16	\$ 0,49	\$ 596.736,00	\$ 49.728,00
Materia prima producción de agua de coco 1 L								
detalle	Cantidad a producir	rendimiento por coco	valor del coco	total de cocos	costo de materiales	Total de costo de materia prima por unidad	Total de costo de materia prima anual	Total de costo de materia prima mensual
Presentación de 1 L	181.440	1,67	\$ 0,80	302.400	\$ 0,35	\$ 1,68	\$ 305.424,00	\$ 25.452,00
Materia prima producción fibra de coco								
detalle	Cantidad a producir	rendimiento por coco	valor del coco	total de cocos	costo de materiales	Total de costo de materia prima	Total de costo de materia prima anual	Total de costo de materia prima mensual
Presentación de 5,5 kg.	14.520	0,02	\$ -	798.600	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 145,20	\$ 12,10

Costos de mano de obra directa

Inflación 4%

AÑO	SALARIO POR EMPLEADO	IESS 20,5%		FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Pago Anual x empleados	Pago mensual x empleados
		PATRONAL (empleador) <i>11,15%</i>	PERSONAL (empleado) <i>9,45%</i>						
<i>1</i>	\$ 13.584,00	22.640,00	10.867,20			1.132,00	1.132,00	38.488,00	3.207,33
<i>2</i>	\$ 13.584,00	22.640,00	10.867,20	1.132,00	566,00	1.132,00	1.132,00	40.186,00	3.348,83
<i>3</i>	\$ 14.176,26	23.627,10	11.341,01	1.181,36	590,68	1.181,36	1.181,36	41.938,11	3.494,84
<i>4</i>	\$ 14.794,35	24.657,25	11.835,48	1.232,86	616,43	1.232,86	1.232,86	43.766,61	3.647,22
<i>5</i>	\$ 15.439,38	25.732,30	12.351,50	1.286,62	643,31	1.286,62	1.286,62	45.674,84	3.806,24
TOTAL	\$ 71.577,99	\$ 119.296,65	\$ 57.262,39	\$4.832,83	\$ 2.416,42	\$5.964,83	\$5.964,83	210.053,56	17.504,46

Operarios, Cargadores y Chofer

Costos indirectos de fabricación												
<u>Materiales indirectos</u>												
Materiales indirectos producción de agua de coco 250 ml												
detalle	Cantidad a producir	Cartón sencillo	Cartón corrugado	Cinta de embalaje	Agua	Electricidad	Combustible	Uniformes e implemento	Artículo de aseo	Total de costo de materiales indirectos por unidad	Total de costo de materiales indirectos anual	Total de costo de materiales indirectos mensual
Presentación de 250 ml	1.209.600	\$1.008,00	\$2.016,00	\$ 27,72	\$383,33	\$ 2.000,00	\$ 2.300,00	\$ 285,00	\$240,00	\$ 0,01	\$ 8.260,05	\$ 688,34
Materiales indirectos producción de agua de coco 1 L												
detalle	Cantidad a producir	Cartón sencillo	Cartón corrugado	Cinta de embalaje	Agua	Electricidad	Combustible	Uniformes e implemento	Artículo de aseo	Total de costo de materiales indirectos por unidad	Total de costo de materiales indirectos anual	Total de costo de materiales indirectos mensual
Presentación de 1 L	181.440	\$ -	\$2.116,80	\$ 27,72	\$383,33	\$ 2.000,00	\$ 2.300,00	\$ 285,00	\$240,00	\$ 0,04	\$ 7.352,85	\$ 612,74
Materiales indirectos producción fibra de coco												
detalle	Cantidad a producir	Cartón sencillo	Cartón corrugado	Cinta de embalaje	Agua	Electricidad	Combustible	Uniformes e implemento	Artículo de aseo	Total de costo de materiales indirectos por unidad	Total de costo de materiales indirectos anual	Total de costo de materiales indirectos mensual
Presentación de 5,5 kg.	14.520	\$ -	\$ -	\$ -	\$383,33	\$ 2.000,00	\$ 2.300,00	\$ 285,00	\$240,00	\$ 0,36	\$ 5.208,33	\$ 434,03

Mano de Obra indirecta

Inflación 4%

AÑO	SALARIO POR EMPLEADO	IESS 20,5%		FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Pago Anual x empleados	Pago mensual x empleados
		PATRONAL (empleador)	PERSONAL (empleado)						
		11,15%	9,45%						
1	\$ 24.000,00	40.000,00	19.200,00			2.000,00	2.000,00	68.000,00	5.666,67
2	\$ 24.000,00	40.000,00	19.200,00	2.000,00	1.000,00	2.000,00	2.000,00	71.000,00	5.916,67
3	\$ 25.046,40	41.744,00	20.037,12	2.087,20	1.043,60	2.087,20	2.087,20	74.095,60	6.174,63
4	\$ 26.138,42	43.564,04	20.910,74	2.178,20	1.089,10	2.178,20	2.178,20	77.326,17	6.443,85
5	\$ 27.278,06	45.463,43	21.822,45	2.273,17	1.136,59	2.273,17	2.273,17	80.697,59	6.724,80
TOTAL	\$ 126.462,88	\$ 210.771,47	\$ 101.170,31	\$ 8.538,57	\$ 4.269,29	\$10.538,57	\$10.538,57	371.119,36	30.926,61

Jefe de producción, Jefe de compras, bodeguero

Costos Generales de fabricación

Depreciaciones

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Obra física para el negocio	\$ 6.045,00	\$ 6.045,00	\$ 6.045,00	\$ 6.045,00	\$ 6.045,00
Maquinarias e implementos	\$ 9.733,00	\$ 9.733,00	\$ 9.733,00	\$ 9.733,00	\$ 9.733,00
Vehículo	\$ 41.400,00	\$ 41.400,00	\$ 41.400,00	\$ 41.400,00	\$ 41.400,00
Total	\$ 57.178,00	\$ 57.178,00	\$ 57.178,00	\$ 57.178,00	\$ 57.178,00

Amortizaciones

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gasto de constitución	1.600,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Patente y permisos	1.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Registro sanitario	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Estudio de factibilidad	1.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ficha ambiental	1.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Propiedad intelectual	1.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sotfware	1.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL GASTOS	7.600,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Mantenimiento

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinarias e implementos	4.866,50	4.866,50	4.866,50	4.866,50	4.866,50
Vehículo	10.350,00	10.350,00	10.350,00	10.350,00	10.350,00
TOTAL GASTOS	15.216,50	15.216,50	15.216,50	15.216,50	15.216,50

Total de costos de producción

DETALLE	Costos de materiales directos	Costos de mano de obra directa	Costos indirectos de fabricación (materiales indirectos)	Costos indirectos de fabricación (mano de obra indirecta)	Costos Generales de fabricación	TOTAL ANUAL	TOTAL MENSUAL	UNIDADES A PRODUCIR	COSTO UNITARIO
Presentación de 250 ml	\$ 596.736,00	\$ 12.829,33	\$ 8.260,05	\$ 22.666,67	\$ 26.664,83	\$ 667.156,89	\$ 55.596,41	1.209.600	\$ 0,55
Presentación de 1 L	\$ 305.424,00	\$ 12.829,33	\$ 7.352,85	\$ 22.666,67	\$ 26.664,83	\$ 374.937,69	\$ 31.244,81	181.440	\$ 2,07
Presentación de 5,5 kg.	\$ 145,20	\$ 12.829,33	\$ 5.208,33	\$ 22.666,67	\$ 26.664,83	\$ 67.514,37	\$ 5.626,20	14.520	\$ 4,65
TOTAL	\$ 902.305,20	\$ 38.488,00	\$ 20.821,24	\$ 68.000,00	\$ 79.994,50	\$ 1.109.608,94	\$ 92.467,41		

Resumen de costos de producción

DETALLE	Costos fijos	Costos variables
Costos indirectos de fabricación (mano de obra indirecta)	\$ 68.000,00	\$ -
Costos Generales de fabricación	\$ 79.994,50	\$ -
Costos de materiales directos	\$ -	\$ 902.305,20
Costos de mano de obra directa	\$ -	\$ 38.488,00
Costos indirectos de fabricación (materiales indirectos)	\$ -	\$ 20.821,24
TOTAL	\$ 147.994,50	\$ 961.614,44

2. Tabla de depreciación y amortización de los activos

ACTIVO	Obra física para el negocio		
VALOR	\$ 120.900,00		
AÑOS DE VIDA	20		
UTIL	20		
PERIODO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
AÑO 0			\$ 120.900,00
AÑO 1	\$ 6.045,00	\$ 6.045,00	\$ 114.855,00
AÑO 2	\$ 6.045,00	\$ 12.090,00	\$ 108.810,00
AÑO 3	\$ 6.045,00	\$ 18.135,00	\$ 102.765,00
AÑO 4	\$ 6.045,00	\$ 24.180,00	\$ 96.720,00
AÑO 5	\$ 6.045,00	\$ 30.225,00	\$ 90.675,00
AÑO 6	\$ 6.045,00	\$ 36.270,00	\$ 84.630,00
AÑO 7	\$ 6.045,00	\$ 42.315,00	\$ 78.585,00
AÑO 8	\$ 6.045,00	\$ 48.360,00	\$ 72.540,00
AÑO 9	\$ 6.045,00	\$ 54.405,00	\$ 66.495,00
AÑO 10	\$ 6.045,00	\$ 60.450,00	\$ 60.450,00
AÑO 11	\$ 6.045,00	\$ 66.495,00	\$ 54.405,00
AÑO 12	\$ 6.045,00	\$ 72.540,00	\$ 48.360,00
AÑO 13	\$ 6.045,00	\$ 78.585,00	\$ 42.315,00
AÑO 14	\$ 6.045,00	\$ 84.630,00	\$ 36.270,00
AÑO 15	\$ 6.045,00	\$ 90.675,00	\$ 30.225,00
AÑO 16	\$ 6.045,00	\$ 96.720,00	\$ 24.180,00
AÑO 17	\$ 6.045,00	\$ 102.765,00	\$ 18.135,00
AÑO 18	\$ 6.045,00	\$ 108.810,00	\$ 12.090,00
AÑO 19	\$ 6.045,00	\$ 114.855,00	\$ 6.045,00
AÑO 20	\$ 6.045,00	\$ 120.900,00	\$ -

ACTIVO Maquinarias e implementos
VALOR \$ 97.330,00
AÑOS DE VIDA UTIL 10

PERIODO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
AÑO 0			\$ 97.330,00
AÑO 1	\$ 9.733,00	\$ 9.733,00	\$ 87.597,00
AÑO 2	\$ 9.733,00	\$ 19.466,00	\$ 77.864,00
AÑO 3	\$ 9.733,00	\$ 29.199,00	\$ 68.131,00
AÑO 4	\$ 9.733,00	\$ 38.932,00	\$ 58.398,00
AÑO 5	\$ 9.733,00	\$ 48.665,00	\$ 48.665,00
AÑO 6	\$ 9.733,00	\$ 58.398,00	\$ 38.932,00
AÑO 7	\$ 9.733,00	\$ 68.131,00	\$ 29.199,00
AÑO 8	\$ 9.733,00	\$ 77.864,00	\$ 19.466,00
AÑO 9	\$ 9.733,00	\$ 87.597,00	\$ 9.733,00
AÑO 10	\$ 9.733,00	\$ 97.330,00	\$ -

ACTIVO Vehículo
VALOR \$ 207.000,00
AÑOS DE VIDA UTIL 5

PERIODO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
AÑO 0			\$ 207.000,00
AÑO 1	\$ 41.400,00	\$ 41.400,00	\$ 165.600,00
AÑO 2	\$ 41.400,00	\$ 82.800,00	\$ 124.200,00
AÑO 3	\$ 41.400,00	\$ 124.200,00	\$ 82.800,00
AÑO 4	\$ 41.400,00	\$ 165.600,00	\$ 41.400,00
AÑO 5	\$ 41.400,00	\$ 207.000,00	\$ -

ACTIVO Equipos de oficina
VALOR \$ 20.010,00
AÑOS DE VIDA UTIL 3

PERIODO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
AÑO 0			\$ 20.010,00
AÑO 1	\$ 6.670,00	\$ 6.670,00	\$ 13.340,00
AÑO 2	\$ 6.670,00	\$ 13.340,00	\$ 6.670,00
AÑO 3	\$ 6.670,00	\$ 20.010,00	\$ -

ACTIVO Mobiliarios
VALOR \$ 6.910,00
AÑOS DE VIDA UTIL 3

PERIODO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
AÑO 0			\$ 6.910,00
AÑO 1	\$ 2.303,33	\$ 2.303,33	\$ 4.606,67
AÑO 2	\$ 2.303,33	\$ 4.606,67	\$ 2.303,33
AÑO 3	\$ 2.303,33	\$ 6.910,00	\$ -

Resumen de las depreciaciones

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Obra física para el negocio	\$ 6.045,00	\$ 6.045,00	\$ 6.045,00	\$ 6.045,00	\$ 6.045,00
Maquinarias e implementos	\$ 9.733,00	\$ 9.733,00	\$ 9.733,00	\$ 9.733,00	\$ 9.733,00
Vehículo	\$ 41.400,00	\$ 41.400,00	\$ 41.400,00	\$ 41.400,00	\$ 41.400,00
Equipos de oficina	\$ 6.670,00	\$ 6.670,00	\$ 6.670,00		
Mobiliarios	\$ 2.303,33	\$ 2.303,33	\$ 2.303,33		
TOTAL	\$ 66.151,33	\$ 66.151,33	\$ 66.151,33	\$ 57.178,00	\$ 57.178,00

3. Tabla de amortización y pago de la deuda

TABLA DE AMORTIZACIÓN

PRESTAMO	\$ 400.000,00
% TASA ANUAL	9,03%
% TASA	
MENSUAL	0,75%
TIEMPO /MESES	120

PERIODO	PAGO	INTERES	ABONO	SALDO
0				\$ 400.000,00
1	\$ 6.318,25	\$ 2.984,92	\$ 3.333,33	\$ 396.666,67
2	\$ 6.293,17	\$ 2.959,83	\$ 3.333,33	\$ 393.333,33
3	\$ 6.268,08	\$ 2.934,75	\$ 3.333,33	\$ 390.000,00
4	\$ 6.243,00	\$ 2.909,67	\$ 3.333,33	\$ 386.666,67
5	\$ 6.217,92	\$ 2.884,58	\$ 3.333,33	\$ 383.333,33
6	\$ 6.192,83	\$ 2.859,50	\$ 3.333,33	\$ 380.000,00
7	\$ 6.167,75	\$ 2.834,42	\$ 3.333,33	\$ 376.666,67
8	\$ 6.142,67	\$ 2.809,33	\$ 3.333,33	\$ 373.333,33
9	\$ 6.117,58	\$ 2.784,25	\$ 3.333,33	\$ 370.000,00
10	\$ 6.092,50	\$ 2.759,17	\$ 3.333,33	\$ 366.666,67
11	\$ 6.067,42	\$ 2.734,08	\$ 3.333,33	\$ 363.333,33
12	\$ 6.042,33	\$ 2.709,00	\$ 3.333,33	\$ 360.000,00
13	\$ 6.017,25	\$ 2.683,92	\$ 3.333,33	\$ 356.666,67
14	\$ 5.992,17	\$ 2.658,83	\$ 3.333,33	\$ 353.333,33
15	\$ 5.967,08	\$ 2.633,75	\$ 3.333,33	\$ 350.000,00
16	\$ 5.942,00	\$ 2.608,67	\$ 3.333,33	\$ 346.666,67
17	\$ 5.916,92	\$ 2.583,58	\$ 3.333,33	\$ 343.333,33
18	\$ 5.891,83	\$ 2.558,50	\$ 3.333,33	\$ 340.000,00
19	\$ 5.866,75	\$ 2.533,42	\$ 3.333,33	\$ 336.666,67
20	\$ 5.841,67	\$ 2.508,33	\$ 3.333,33	\$ 333.333,33
21	\$ 5.816,58	\$ 2.483,25	\$ 3.333,33	\$ 330.000,00
22	\$ 5.791,50	\$ 2.458,17	\$ 3.333,33	\$ 326.666,67
23	\$ 5.766,42	\$ 2.433,08	\$ 3.333,33	\$ 323.333,33
24	\$ 5.741,33	\$ 2.408,00	\$ 3.333,33	\$ 320.000,00
25	\$ 5.716,25	\$ 2.382,92	\$ 3.333,33	\$ 316.666,67
26	\$ 5.691,17	\$ 2.357,83	\$ 3.333,33	\$ 313.333,33
27	\$ 5.666,08	\$ 2.332,75	\$ 3.333,33	\$ 310.000,00
28	\$ 5.641,00	\$ 2.307,67	\$ 3.333,33	\$ 306.666,67
29	\$ 5.615,92	\$ 2.282,58	\$ 3.333,33	\$ 303.333,33
30	\$ 5.590,83	\$ 2.257,50	\$ 3.333,33	\$ 300.000,00
31	\$ 5.565,75	\$ 2.232,42	\$ 3.333,33	\$ 296.666,67
32	\$ 5.540,67	\$ 2.207,33	\$ 3.333,33	\$ 293.333,33
33	\$ 5.515,58	\$ 2.182,25	\$ 3.333,33	\$ 290.000,00

34	\$ 5.490,50	\$ 2.157,17	\$ 3.333,33	\$ 286.666,67
35	\$ 5.465,42	\$ 2.132,08	\$ 3.333,33	\$ 283.333,33
36	\$ 5.440,33	\$ 2.107,00	\$ 3.333,33	\$ 280.000,00
37	\$ 5.415,25	\$ 2.081,92	\$ 3.333,33	\$ 276.666,67
38	\$ 5.390,17	\$ 2.056,83	\$ 3.333,33	\$ 273.333,33
39	\$ 5.365,08	\$ 2.031,75	\$ 3.333,33	\$ 270.000,00
40	\$ 5.340,00	\$ 2.006,67	\$ 3.333,33	\$ 266.666,67
41	\$ 5.314,92	\$ 1.981,58	\$ 3.333,33	\$ 263.333,33
42	\$ 5.289,83	\$ 1.956,50	\$ 3.333,33	\$ 260.000,00
43	\$ 5.264,75	\$ 1.931,42	\$ 3.333,33	\$ 256.666,67
44	\$ 5.239,67	\$ 1.906,33	\$ 3.333,33	\$ 253.333,33
45	\$ 5.214,58	\$ 1.881,25	\$ 3.333,33	\$ 250.000,00
46	\$ 5.189,50	\$ 1.856,17	\$ 3.333,33	\$ 246.666,67
47	\$ 5.164,42	\$ 1.831,08	\$ 3.333,33	\$ 243.333,33
48	\$ 5.139,33	\$ 1.806,00	\$ 3.333,33	\$ 240.000,00
49	\$ 5.114,25	\$ 1.780,92	\$ 3.333,33	\$ 236.666,67
50	\$ 5.089,17	\$ 1.755,83	\$ 3.333,33	\$ 233.333,33
51	\$ 5.064,08	\$ 1.730,75	\$ 3.333,33	\$ 230.000,00
52	\$ 5.039,00	\$ 1.705,67	\$ 3.333,33	\$ 226.666,67
53	\$ 5.013,92	\$ 1.680,58	\$ 3.333,33	\$ 223.333,33
54	\$ 4.988,83	\$ 1.655,50	\$ 3.333,33	\$ 220.000,00
55	\$ 4.963,75	\$ 1.630,42	\$ 3.333,33	\$ 216.666,67
56	\$ 4.938,67	\$ 1.605,33	\$ 3.333,33	\$ 213.333,33
57	\$ 4.913,58	\$ 1.580,25	\$ 3.333,33	\$ 210.000,00
58	\$ 4.888,50	\$ 1.555,17	\$ 3.333,33	\$ 206.666,67
59	\$ 4.863,42	\$ 1.530,08	\$ 3.333,33	\$ 203.333,33
60	\$ 4.838,33	\$ 1.505,00	\$ 3.333,33	\$ 200.000,00
61	\$ 4.813,25	\$ 1.479,92	\$ 3.333,33	\$ 196.666,67
62	\$ 4.788,17	\$ 1.454,83	\$ 3.333,33	\$ 193.333,33
63	\$ 4.763,08	\$ 1.429,75	\$ 3.333,33	\$ 190.000,00
64	\$ 4.738,00	\$ 1.404,67	\$ 3.333,33	\$ 186.666,67
65	\$ 4.712,92	\$ 1.379,58	\$ 3.333,33	\$ 183.333,33
66	\$ 4.687,83	\$ 1.354,50	\$ 3.333,33	\$ 180.000,00
67	\$ 4.662,75	\$ 1.329,42	\$ 3.333,33	\$ 176.666,67
68	\$ 4.637,67	\$ 1.304,33	\$ 3.333,33	\$ 173.333,33
69	\$ 4.612,58	\$ 1.279,25	\$ 3.333,33	\$ 170.000,00
70	\$ 4.587,50	\$ 1.254,17	\$ 3.333,33	\$ 166.666,67
71	\$ 4.562,42	\$ 1.229,08	\$ 3.333,33	\$ 163.333,33
72	\$ 4.537,33	\$ 1.204,00	\$ 3.333,33	\$ 160.000,00
73	\$ 4.512,25	\$ 1.178,92	\$ 3.333,33	\$ 156.666,67
74	\$ 4.487,17	\$ 1.153,83	\$ 3.333,33	\$ 153.333,33
75	\$ 4.462,08	\$ 1.128,75	\$ 3.333,33	\$ 150.000,00
76	\$ 4.437,00	\$ 1.103,67	\$ 3.333,33	\$ 146.666,67
77	\$ 4.411,92	\$ 1.078,58	\$ 3.333,33	\$ 143.333,33

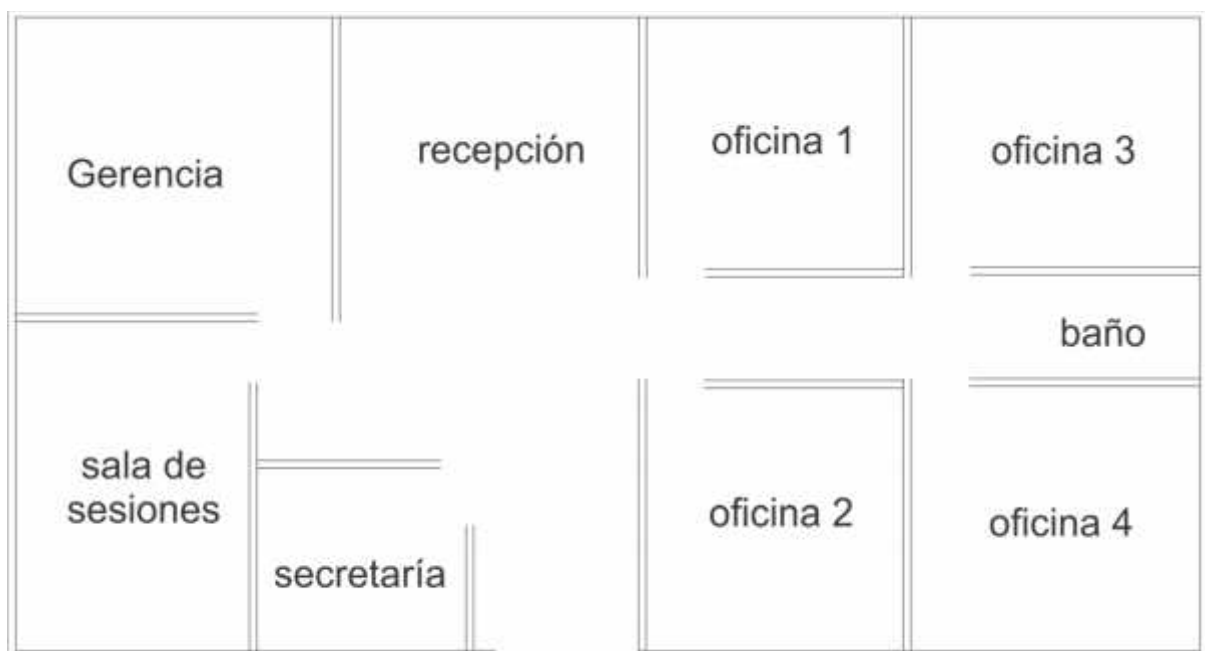
78	\$ 4.386,83	\$ 1.053,50	\$ 3.333,33	\$ 140.000,00
79	\$ 4.361,75	\$ 1.028,42	\$ 3.333,33	\$ 136.666,67
80	\$ 4.336,67	\$ 1.003,33	\$ 3.333,33	\$ 133.333,33
81	\$ 4.311,58	\$ 978,25	\$ 3.333,33	\$ 130.000,00
82	\$ 4.286,50	\$ 953,17	\$ 3.333,33	\$ 126.666,67
83	\$ 4.261,42	\$ 928,08	\$ 3.333,33	\$ 123.333,33
84	\$ 4.236,33	\$ 903,00	\$ 3.333,33	\$ 120.000,00
85	\$ 4.211,25	\$ 877,92	\$ 3.333,33	\$ 116.666,67
86	\$ 4.186,17	\$ 852,83	\$ 3.333,33	\$ 113.333,33
87	\$ 4.161,08	\$ 827,75	\$ 3.333,33	\$ 110.000,00
88	\$ 4.136,00	\$ 802,67	\$ 3.333,33	\$ 106.666,67
89	\$ 4.110,92	\$ 777,58	\$ 3.333,33	\$ 103.333,33
90	\$ 4.085,83	\$ 752,50	\$ 3.333,33	\$ 100.000,00
91	\$ 4.060,75	\$ 727,42	\$ 3.333,33	\$ 96.666,67
92	\$ 4.035,67	\$ 702,33	\$ 3.333,33	\$ 93.333,33
93	\$ 4.010,58	\$ 677,25	\$ 3.333,33	\$ 90.000,00
94	\$ 3.985,50	\$ 652,17	\$ 3.333,33	\$ 86.666,67
95	\$ 3.960,42	\$ 627,08	\$ 3.333,33	\$ 83.333,33
96	\$ 3.935,33	\$ 602,00	\$ 3.333,33	\$ 80.000,00
97	\$ 3.910,25	\$ 576,92	\$ 3.333,33	\$ 76.666,67
98	\$ 3.885,17	\$ 551,83	\$ 3.333,33	\$ 73.333,33
99	\$ 3.860,08	\$ 526,75	\$ 3.333,33	\$ 70.000,00
100	\$ 3.835,00	\$ 501,67	\$ 3.333,33	\$ 66.666,67
101	\$ 3.809,92	\$ 476,58	\$ 3.333,33	\$ 63.333,33
102	\$ 3.784,83	\$ 451,50	\$ 3.333,33	\$ 60.000,00
103	\$ 3.759,75	\$ 426,42	\$ 3.333,33	\$ 56.666,67
104	\$ 3.734,67	\$ 401,33	\$ 3.333,33	\$ 53.333,33
105	\$ 3.709,58	\$ 376,25	\$ 3.333,33	\$ 50.000,00
106	\$ 3.684,50	\$ 351,17	\$ 3.333,33	\$ 46.666,67
107	\$ 3.659,42	\$ 326,08	\$ 3.333,33	\$ 43.333,33
108	\$ 3.634,33	\$ 301,00	\$ 3.333,33	\$ 40.000,00
109	\$ 3.609,25	\$ 275,92	\$ 3.333,33	\$ 36.666,67
110	\$ 3.584,17	\$ 250,83	\$ 3.333,33	\$ 33.333,33
111	\$ 3.559,08	\$ 225,75	\$ 3.333,33	\$ 30.000,00
112	\$ 3.534,00	\$ 200,67	\$ 3.333,33	\$ 26.666,67
113	\$ 3.508,92	\$ 175,58	\$ 3.333,33	\$ 23.333,33
114	\$ 3.483,83	\$ 150,50	\$ 3.333,33	\$ 20.000,00
115	\$ 3.458,75	\$ 125,42	\$ 3.333,33	\$ 16.666,67
116	\$ 3.433,67	\$ 100,33	\$ 3.333,33	\$ 13.333,33
117	\$ 3.408,58	\$ 75,25	\$ 3.333,33	\$ 10.000,00
118	\$ 3.383,50	\$ 50,17	\$ 3.333,33	\$ 6.666,67
119	\$ 3.358,42	\$ 25,08	\$ 3.333,33	\$ 3.333,33
120	\$ 3.333,33	\$ 0,00	\$ 3.333,33	\$ 0,00

4. Otros: planos, diagramas, facturas pro forma de equipos, etc.


Planos de la planta de producción




Planos de la oficina



Proforma de equipos de cómputo

 Quito, Av. Colón E4-149 y Foch; Edif. Salazar Gómez Oficina 02 Planta Baja Telf: 2231920 - 5103464 Cel: 095296978 - 099009889 Email: moralesmora_digital@hotmail.com Siguenos en http://www.facebook.com/MoralesMoraDigital				
CLIENTE:	ECUACOCO S.A.			
DIRECCION:	GUAYAQUIL			
RUC:	1714579818	PROFORMA		
TELF:	2484623	FECHA:	30/04/2018	
PRODUCTO	CANT	V. UNIT	DESC	V. PARCIAL
TELEFONO INALAMBRICO PANASONIC KXTG 1711	1	35,71		35,71
CALCULADORA CASIO FXS2	1	13,39		13,39
COMPUTADOR ESCRITORIO ARMADO	1	580,36		580,36
IMPRESORA MLTIFUNCION LASER XEROX	1	892,86		892,86
REALIZADO POR		RECIBI CONFORME		SUBTOTAL
				1522,32
				IVA
				182,68
				TOTAL
				1705,00

Proforma de mobiliarios

				
Quito, Av. Colón E4-149 y Foch; Edif. Salazar Gómez Oficina 02 Planta Baja Telf: 2231920 - 5103464 Cel: 095296978 - 099009889 Email: moralesmora_digital@hotmail.com Siguenos en http://www.facebook.com/MoralesMoraDigital				
CLIENTE:	ECUACOCO S.A.			
DIRECCION:	GUAYAQUIL			
RUC:	1714579818	PROFORMA		
TELF:	2484623	FECHA:	30/04/2018	
PRODUCTO	CANT	V. UNIT	DESC	V. PARCIAL
ESTACION DE TRABAJO	1	205,36		205,36
SILLAS GIRATORIAS	1	98,21		98,21
MESAS PARA SALA DE REUNIONES	1	316,96		316,96
MUEBLE ARCHIVERO	1	142,86		142,86
LIBRERO MULTIUSO	1	71,43		71,43
REALIZADO POR		RECIBI CONFORME		
			SUBTOTAL	834,82
			IVA	100,18
			TOTAL	935,00

Cotización de Servicios de Exportación en Comexdi



Quito, 28 de abril de 2018

Señor(es),

A Quien(es) corresponda(n)

Presente.

De mis consideraciones

Reciba(n) un cordial saludo de todos quienes conformamos COMEXDI (Agentes de Aduana).

Tenemos el agrado de dirigirnos a Usted(es), con el objetivo de ofrecer(les) un Servicio Integrado de Comercio exterior, cubriendo las necesidades más importantes en todo lo relacionado al Proceso Logístico en Importaciones y Exportaciones.

Empresa con amplia trayectoria, comprometidos con el desarrollo del comercio exterior, brindamos a nuestros clientes servicios de asesoría aduanera en todo lo competente al mundo de las importaciones y exportaciones.

Contamos con el servicio profesional y la experiencia necesaria de peritos en seguros, capacitados para hacer el seguimiento, control, custodia e inspección final de la mercadería, minimizando el riesgo existente en todas las operaciones arrojando resultados óptimos frente a los nuevos desafíos en la era de la globalización.

Confíados en nuestra capacidad para servirle(s) eficientemente, esperamos ser merecedores de su confianza y aceptación para brindarle(s) el servicio que usted(es) se merece(n).

Atentamente,

Ing. Angela Ruiz

JEFE DE OPERACIONES

COMEXDI AGENTES DE ADUANA



QUIENES SOMOS

COMEXDI es una compañía con más de 25 años de experiencia. Cuenta con un staff de profesionales integrado por Agentes de Aduana, Auxiliares de Comercio Exterior y personal administrativo altamente capacitado para brindarle asesoramiento y servicio en todo lo referente a importaciones y exportaciones a nivel nacional e internacional.

Cabe señalar que nuestra compañía ha venido desarrollando procesos dentro de la reingeniería de estandarización de procesos tanto administrativos como logísticos. Atributos que nos permiten satisfacer todos sus requerimientos y necesidades en Comercio Exterior.

Todo el proceso Integral de Servicio de Aduana y Comercio Exterior se llevará a cabo con la coordinación de representantes capacitados y con experiencia necesaria de nuestra empresa, los mismos que sean requeridos por usted(es). Sin que estos representen un costo adicional.

SERVICIOS

- **IMPORTACION A CONSUMO**
- **EXPORTACION DEFINITIVA**
- **REGÍMENES ESPECIALES**

DETALLE DE COSTOS

De acuerdo a su petición, detallamos a continuación los valores requeridos para realizar su exportación, tomando en cuenta la ruta que va a tomar la mercadería desde su estiba hasta la llegada al país de destino, en este caso Estados Unidos, puerto de Miami:

CONCEPTO	VALOR POR CADA EXPORTACIÓN
Declaración Aduanera	\$ 40.00
Honorarios Agente Afianzado de Aduanas	\$ 130.00
Obtención Certificado de Origen	\$ 15.00
Obtención Certificado Sanitario	\$ 90.00
Obtención Certificado Fitosanitario	\$ 50.00

CONCEPTO	VALOR POR CADA EXPORTACIÓN
Marcado y Etiquetado de mercancías en bodegas del exportador	\$ 50.00
Estiba en bodega del exportador (por persona)	\$ 20.00



En cuanto a los rubros por flete interno Tababela – Guayaquil detallamos lo siguiente:

CONCEPTO	VALOR POR CADA EXPORTACIÓN
Transporte Interno (Tababela - Guayaquil)	\$ 600.00

TRANSPORTE INTERNACIONAL

COMEXDI perteneciente al colectivo de empresa de transporte de mercancías, cuenta con una amplia red de correspondientes en todo el mundo que nos permite ofrecer a nuestros clientes soluciones inmediatas al transporte de sus mercancías.

Guayaquil – Miami Contenedor Reefer 40' (19 ton. aprox.)

- > Flete Internacional CVE – MIA USD 2,220.00
- > Gasto Portuario USD 80.00
- > BL USD 50.00
- > Inspección de mercancías antinarcóticas USD 200.00

CONCEPTO	VALOR POR CADA EXPORTACIÓN
Transporte Internacional	\$ 2,300.00
Documentos de embarque	\$ 50.00
Inspección de Mercancías (antinarcóticas)	\$ 200.00

SEGURO INTERNACIONAL

Valor seguro FOB USD 272,356.80 (Póliza Todo Riesgo)

Valor a cancelar por cada exportación incluye aporte a la Superintendencia de Bancos, Seguros y Reaseguros, Seguro Campesino, Impuesto al Valor Agregado, Derecho de Emisión. (Tomando en cuenta que en total el porcentaje incluyendo todos estos recargos asciende al 1.7% del valor FOB estipulado).

TOTAL: USD 1,181.34 (por cada envío) ANUAL: USD 4,645.27

- > **Deducible corresponde el 10% del valor del siniestro, mínimo 1% del valor del embarque**

Cotización de costos de exportación de contenedor de 40 pies en WWTO C.A.

Reciba un cordial saludo, esperamos que la información que le enviamos sirva de ayuda para su requerimiento, a continuación detallo la siguiente oferta

Producto	CARGA REFRIGERADA NO PELIGROSA
Peso Total	NO ESPECIFICADO
Valuacion	NO ESPECIFICADO
Dimensiones	NO ESPECIFICADAS

Cotización Flete Marítimo:

Ruta: FOB Guayaquil – Hamburgo

Flete: Puerto – Puerto

Salidas: Quincenales

Transito: 15 - 21 días Aprox.

Puerto Libre: 12 días

Guayaquil - HAMBURGO	Contenedor 20 pies
Flete Marítimo	\$ 5320.00
TCH	\$ 110.00
Documentación Naviera	\$ 60.00
Costo Locales	
BL	\$ 75.00
Handling	\$ 50.00
Visto Bueno	\$ 30.00
Total Todo Incluido	\$ 5645.00

Oferta excluye:

Recogida de la carga, embalaje, tramite de aduanas origen y destino, seguro de transporte de carga.

Damaris Carrillo
Departamento de Negociaciones Internacionales
WWTO WORLD WIDE TRADING OPERAT C.A.

Cotización de Servicios de Exportación en FARLETZA S.A.

De: andrea maingon [<mailto:maingon22@gmail.com>]

Enviado el: viernes, 19 de agosto de 2017 12:15

Para: karol@farletza.com.ec

Asunto: solicitud de cotización

Buen día

Srs. Farletza

Por medio de la presente deseo información ya que necesito exportar coco a Miami y Hamburgo, sería tan amable de ayudarme con una cotización y la información necesaria para exportar:

Agua de coco - Miami

1 contenedor x 40" adicional 11 pallet (40 ton) **(temperatura de 0 a 4 grados)**

Fibra de coco - Hamburgo

22 bultos (55 paquetes) se llevaría como carga suelta (22 ton) **(en este caso la fibra no necesita refrigeración)**

Saludos,

Andrea Maingon

email :maingon22@gmail.com

telefono: 0987749235

skype : andrea.maingon1

De: **María de los Angeles Tapia** <mangeles@farletza.com.ec>

Fecha: lunes, 5 de septiembre de 2017

Asunto: RE: solicitud de cotizacion LCL HAMBURGO

Para: andrea maingon <maingon22@gmail.com>

Estimada Andrea buenos días,

Le detallo HAMBURGO:

FLETE LCL USD. 85 por TN/M3 el mínimo es USD. 160

TRANSITO: 22 DIAS

SALIDA QUINCENAL

GASTOS LOCALES	
INSP ANTINARCOTICOS	USD. 55 + IVA
CONSOLIDACION	USD. 85 + IVA
DOCUMENTACION	USD. 55 + IVA
COSTO POR PAGO LOCAL	5% MINIMO USD. 35 MAS IVA
ADMINISTRACION	USD. 50 MAS IVA
AFORO CARGA SUELTA	USD. 25 + IVA
ALMACENAJE	USD. 0.70 POR M3/TN Mínimo USD. 20

Saludos cordiales/Best regards,

María de los Angeles Tapia

Gerente de Exportaciones

Guayaquil - Ecuador

Tel: 593-4-2-687471 Ext 135

Cel: 593-997830703

Fax: 593-4-2-687422

Skype: matapia_fz

E-mail: mangeles@farletza.com.ec



De: **María de los Angeles Tapia** <mangeles@farletza.com.ec>

Fecha: martes, 30 de agosto de 2017

Asunto: RE: solicitud de cotizacion MIAMI

Para: andrea maingon <maingon22@gmail.com>

Estimada Andrea buenos días,

Disculpe la demora en contestar su cotización.

Le detallo la que solicito primero:

MIAMI

FLETE: USD. 3,700

TRANSITO: 8 DIAS

HAMBURGO

FLETE: USD. 3,300

TRANSITO: 22 DIAS

GASTOS LOCALES

THC ORIGEN	USD. 165
BL	USD. 60
HANDLING	USD. 50
ADMIN	USD. 45
ISPS	USD. 35
SELLO	USD. 15

Costo de Isd dependiendo del termino del embarque

ISD. USD. 120 únicamente si la carga es prepaid

ISD. USD. 35 únicamente si la carga es collect

En caso de que necesite información adicional déjeme saber.

Saludos cordiales/Best regards,

María de los Angeles Tapia
Gerente de Exportaciones
Guayaquil - Ecuador
Tel: 593-4-2-687471 Ext 135
Cel: 593-997830703
Fax: 593-4-2-687422
Skype: matapia_fz
E-mail: mangeles@farletza.com.ec



Documento del IEPI

Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual


IEPI

Dirección Nacional de Propiedad Industrial **Título N° 30946**

En cumplimiento a lo dispuesto en la Resolución N° 36526 de 22 de junio de 2004, y en virtud de la delegación de funciones que consta en la Resolución N°. 01-04-DNPI-IEPI, publicada en el Registro Oficial N°. 335 de 14 de mayo de 2004, se procede a **OTORGAR** el título que acredita el registro de la **MARCA DE PRODUCTO**, trámite número 141258, de enero 29 de 2004.

DENOMINACIÓN [Redacted]

PRODUCTOS O SERVICIOS QUE PROTEGE [Redacted]

DESCRIPCIÓN DEL SIGNO Consiste en la denominación **ECUACOCO S.A.**, escrita en letras mayúsculas de imprenta con todas las reserva que sobre ella se hacen.

VENCIMIENTO **20 de julio de 2024**

TITULAR **NavTo Corp.**


DOMICILIO [Redacted] **GUAYAQUIL - ECUADOR**

APODERADO **ANDREA MAINGON GARCÍA**

(Quito D. M., 20 de julio de 2017


Dr. Freddy Proaño Egas
DIRECTOR DE MARCAS

Análisis de laboratorio 1



LABORATORIO DE ANALISIS BROMATOLÓGICO
Dr. Marco Gujarro
ESPECIALISTA EN GESTION DE CALIDAD

INFORME DE RESULTADOS


DNF: LASA 20-10-05-0627
ORDEN DE TRABAJO No.000380

SOLICITADO POR: **ECUACOCO S.A.**
 DIRECCIÓN: BRASIL 1117 HIDALGO DE PÍO
 TELÉFONO / FAX: 099906698
 TIPO DE MUESTRA: **AGUA DE COCO**
 PROCEDENCIA: PLANTA
 IDENTIFICACIÓN: M1
 COD. DE MUESTRA: 2162-05

FECHA RECEPCIÓN: 11-10-05
 FECHA DE ANÁLISIS: 11 / 10-10-05
 FECHA DE ENTREGA: 20-10-05
 MUESTREO POR: SOLICITANTE

ANÁLISIS BROMATOLÓGICO

PROGRAMA DE EXAMEN	UNIDADES	RESULTADO	MÉTODO DE ENSAYO
PROTEÍNA	% (6.25)	1,1	DNEN 0519
HUMEDAD	%	83,7	DNEN 0518
GRASA	%	13,1	AOAC 922.06
CENIZAS	%	0,7	DNEN 0520
FIBRA	%	< 0,1	DNEN 0522
HIDRATOS DE CARBONO	%	2,4	LASA BR01
ENERGÍA	kcal/100g	123	LASA BR02



DR. Marco Gujarro Eudes
GERENTE DEL LABORATORIO

LASA se responsabiliza exclusivamente de los análisis, el resultado se refiere únicamente a la muestra recibida en el laboratorio.
 Las incertidumbres de los resultados para los ensayos se encuentran disponibles en los registros de Laboratorio LASA.
 Prohibida su reproducción parcial o total por cualquier medio sin permiso por escrito del Laboratorio. Pág. 1 de 1

Av. de La Prensa 31-29 y Naula • Teléfonos: 2430-729 / 2488-659 • Quito - Ecuador

Análisis de laboratorio 2



FICHA DE ESTABILIDAD

Orden de trabajo N° 070109
Retul del

NOMBRE DEL CLIENTE: EQUACOCO S.A.
DIRECCIÓN: Wuympet y Av. 6 de Diciembre 15
FECHA DE RECEPCIÓN; MUESTRA: de febrero del 2015
DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA: Agua de coco
ENVASE: Líquido tw-bir color blanco
MUESTRAS ANALIZADAS : FECHA ELABORACION: Doypack trilaminado
FECHA VENCIMIENTO: 4 unidades de 200 g
LOTE: 13 de febrero del 2015
REFERENCIA: 15 de marzo del 2015
MUESTRA: envase
 Por cliente

TEMPERATURA: 4°C ± 1
HUMEDAD RELATIVA: 75 ± 2 %

CARACTERÍSTICA	15 de febrero del 2016	23 de febrero del 2016	5 de marzo del 2016	15 de marzo del 2016
Color	Blanco	Blanco	Blanco	Blanco
Olor	Característico	Característico	Característico	Característico
Sabor	Característico	Característico	Característico	Característico
Aspecto	Líquido turbio	Líquido turbio	Líquido turbio	Líquido turbio
PARAMETRO	15 de febrero del 2016	23 de febrero del 2016	5 de marzo del 2016	15 de marzo del 2016
pH (20°C)	6.75	6.30	6.45	6.44
Acidez (% como ácido cítrico)	0.1893	0.2014	0.2004	0.2168
Índice e peróxidos (meq O ₂ peróxido/Kg)	0.83	1.01	1.10	1.32
Recuento de Aerobios mesófilos (ufc/g)	13 x 10 ⁷	12 x 10 ⁷	23 x 10 ⁷	34 x 10 ⁷
Recuento de Coliformes totales (ufc/g)	< 10	< 10	< 10	< 10
Recuento de Escherichia coli (ufc/g)	< 10	< 10	< 10	< 10
Recuento de Mohos (ufc/g)	< 10	< 10	< 10	< 10
Recuento de Levaduras (ufc/g)	< 10	< 10	< 10	< 10

NOTA: La muestra analizada cumple con los parámetros estabilidad para 1 mes en su empaque original y a la temperatura y humedad antes mencionadas.

0-1-
 DIRECTOR TECNICO

Este informe no debe reproducirse más que en su totalidad previa autorización escrita de LABOLAB

INFORME TÉCNICO, FICHA DE ESTABILIDAD, INFORMACION NUTRICIONAL PARA REGISTRO SANITARIO

LABOLAB S.A. - LABORATORIO DE ANÁLISIS DE ALIMENTOS, AGUAS, SUELOS, MATERIAS PRIMAS, ALIMENTOS, PRODUCTOS, SUELOS, PRODUCTOS Y RESIDUOS. Av. Tarma Sur 15-111 y Urubamba - Of. 5 - 1a. Piso - Tarma - 220100 - 2233-404 / 2234-022 Fax: 78-3402-1616 e-mail: info@labolab.com / info@labolab.com.pe - www.labolab.com

Documentos necesarios para la exportación de productos

Certificado de fitosanitario

REPUBLICA DEL ECUADOR
MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA
AGRICULTURA Y PESCA
INSTITUTO ECUATORIANO DE CALIDAD AGROPECUARIA
CALIDAD AGROPECUARIA

El registrante a continuación (C/O) registrado en el Registro Oficial OAR, en el marco del 2004, mediante la cual se regula la forma de otorgar los productos fitosanitarios con los que se debe intervenir en el control de plagas de importancia agrícola, para el control de plagas de importancia agrícola en el comercio internacional, se otorga el presente:

CERTIFICADO DE REGISTRO N° 000314

NOMBRE DE LA EMPRESA: _____
 PROPIETARIO/ BENEFITARIO: _____
 PRODUCTO: _____
 CÓDIGO DE REGISTRO: _____
 TRATAMIENTO UTILIZADO: _____
 PROVINCIA: _____ CANTÓN: _____
 PARROQUIA: _____ SECTOR: _____

FECHA DE EXPIRACIÓN: _____
 (en texto, número) (d - m - aaaa)

[Firma]
 DIRECTOR GENERAL DE Fitosanitarios

NOTA: La validez de este certificado de registro se extiende a la totalidad de productos, actividades, productos y personas autorizadas.

VÁLIDO POR UN AÑO

Declaración Aduanera de Exportación

REPUBLICA DEL ECUADOR
SECRETARÍA ADUANERA DE EXPORTACIONES

Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE: 000124-000127

Información de general	
Código de la Empresa	00000000000000000000
Tipo de Empresa	EMPRESA NORMAL
Código de registro	00000000000000000000
Código de declaración	000000

Información de Exportador	
Nombre del exportador	EMPRESA NORMAL
Dirección del exportador	EMPRESA NORMAL
Número de documento de exportación	00000000000000000000
Fecha de declaración de exportación	00000000000000000000
Número del documento de exportación	00000000000000000000
Dirección del documento de exportación	00000000000000000000
Código del tipo de carga	00000000000000000000

Información de carga	
Puerto de carga	Puerto principal de carga
Fecha de llegada a puerto	Fecha de salida de puerto
Nombre del consignatario	EMPRESA NORMAL
Dirección del consignatario	EMPRESA NORMAL
Código de identificación de carga	00000000000000000000
Nombre del tipo de carga	00000000000000000000
Medida de transporte	00000000000000000000
Fecha de salida de puerto	00000000000000000000

Tributos	
Código de tributo	00000000000000000000
Valor nominal del tributo	00000000000000000000
Fecha de pago del tributo	00000000000000000000
Cantidad total de tributo	00000000000000000000
Cantidad total de tributo pagado	00000000000000000000
Código de la mercancía de origen de registro	00000000000000000000
Fecha de primer despacho	00000000000000000000

