



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TEMA:

**Estudio de factibilidad para comercialización y exportación de chocolate ecuatoriano
con flor de Jamaica**

AUTORES:

Obando Obando Daniel Israel
Ibarra Bravo Luis Leonel

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Comercio y
Finanzas Internacionales Bilingüe**

TUTORA:

Ing. Alcívar Avilés María Josefina, PhD

Guayaquil, Ecuador

A los 16 días del mes de septiembre del año 2022



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Obando Obando Daniel Israel e Ibarra Bravo Luis Leonel**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciado en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

TUTORA:

f. 

Ing. Alcívar Avilés María Josefina, PhD

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD

Guayaquil, a los 16 días del mes de septiembre del año 2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Obando Obando Daniel Israel

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Estudio de factibilidad para comercialización y exportación de chocolate ecuatoriano con flor de Jamaica**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 16 días del mes de Septiembre del año 2022

EL AUTOR

Obando Obando Daniel Israel



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Ibarra Bravo Luis Leonel

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Estudio de factibilidad para comercialización y exportación de chocolate ecuatoriano con flor de Jamaica**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 16 días del mes de Septiembre del año 2022

EL AUTOR

Ibarra Bravo Luis Leonel



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

AUTORIZACIÓN

Yo, Obando Obando Daniel Israel

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Estudio de factibilidad para comercialización y exportación de chocolate ecuatoriano con flor de Jamaica**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 16 días del mes de Septiembre del año 2022

EL AUTOR

Obando Obando Daniel Israel



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

AUTORIZACIÓN

Yo, Ibarra Bravo Luis Leonel

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Estudio de factibilidad para comercialización y exportación de chocolate ecuatoriano con flor de Jamaica**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 16 días del mes de Septiembre del año 2022

EL AUTOR

Ibarra Bravo Luis Leonel



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado: **Estudio de factibilidad para comercialización y exportación de chocolate ecuatoriano con flor de Jamaica**, presentado por los estudiantes **Obando Obando Daniel Israel e Ibarra Bravo Luis Leonel**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al **1%**, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

The screenshot shows the URKUND web interface. The browser address bar displays the URL: <https://secure.arkund.com/old/view/136864109-900147-452465#q1bKLvayijY01j...>. The page header includes the URKUND logo and navigation links for email (49 no leídos), Centro de Apoyo D..., Dashboard, YouTube (1), and Correo: MARIA JOS... The main content area shows the following details:

Documento	tesis lista ibarra-obando.docx (D143489072)
Presentado	2022-09-01 10:01 (-05:00)
Presentado por	Maria Josefina Alcivar Avilés (maria.alcivar06@cu.ucsg.edu.ec)
Recibido	maria.alcivar06.ucsg@analysis.arkund.com
Mensaje	Trabajo de titulación Obando-Ibarra Mostrar el mensaje completo 1% de estas 45 páginas, se componen de texto presente en 4 fuentes.

TUTORA:

f.

Ing. Alcívar Avilés María Josefina, PhD

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la sabiduría, fuerza y perseverancia para luchar por cada uno de mis sueños y objetivos que me he propuesto a lo largo de mi vida y quien sin duda alguna ha estado conmigo en cada paso que he dado, guiándome y llevándome por el sendero del bien.

A mis padres por siempre confiar en mí, darme su apoyo incondicional y sus enseñanzas que las guardo eternamente en mi corazón.

A mi tutora quien ha estado en todo este proceso, orientándonos, motivándonos y siempre tratando de sacar lo mejor de nosotros, es una bendición haberla tenido como guía en mi trabajo de titulación.

Daniel Israel Obando Obando

AGRADECIMIENTO

En el presente trabajo de investigación está dedicado principalmente a las bases fundamentales de mi vida, en primer lugar, a Dios, quien me dio la vida y la sabiduría para poder desarrollarme y crecer, a mis padres quienes son los verdaderos responsables de quien soy hoy en día, que gracias a sus esfuerzos y sacrificios he podido tener una buena calidad de vida, educación, una guía y ejemplo a seguir.

Agradezco a todas las personas que colaboraron con desprendimiento y sin ningún interés particular en esta investigación, entre ellos a Jonathan Martinetti quien nos colaboró amablemente con una de las entrevistas para el proyecto.

Agradezco a mi tutora la Ing. Alcívar Avilés María Josefina quien nos guio y corrigió con la mejor predisposición a lo largo del desarrollo de la investigación.

Luis Leonel Ibarra bravo

DEDICATORIA

Para las personas que han dado todo de sí para construir la persona quien soy, todo lo que soy es gracias a ellos. Mi Madre Blanca Obando y mi Padre José Obando. Jamás olvidare todos sus consejos y enseñanzas, con su ejemplo han sabido moldear mi carácter y persona. Este trabajo y esfuerzo es dedicado a ustedes, ustedes son la razón de este logro. Sin duda son los mejores papas que la vida me ha dado; Los amo y admiro.

Daniel Israel Obando Obando

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis de a grado a mis padres Dick Alberto Ibarra y Sandra Bravo Loor que con esfuerzo y apoyo incondicional estuvieron presente siempre para mí, quienes creyeron en mi a pesar de los obstáculos y tropiezos que pude tener a lo largo de mi proceso universitario.

A los profesionales de mi carrera y de la universidad que formaron parte de mi preparación y desarrollo, que con paciencia, tiempo y soporte brindado cursar exitosamente cada una de las asignaturas establecidas.

Luis Leonel Ibarra Bravo



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ing. Alcívar Avilés María Josefina, PhD.

TUTORA

f. _____

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.

DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

f. _____

Ing. Rodríguez Bustos, Andrea Johanna, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Echeverría Bucheli, Mónica Patricia, Mgs.

OPONENTE

INDICE

RESUMEN.....	XIX
ABSTRACT	XX
Introducción.....	2
Capítulo I: Generalidades de la investigación	2
Antecedentes.....	2
Descripción del problema	2
Sistematización del problema	3
Delimitación del problema.....	3
Objetivos.....	3
Objetivo General.....	3
Objetivos Específicos.....	3
Justificación	4
Justificación Económica	4
Justificación Profesional	4
Justificación Social	4
Justificación Académica	4
Hipótesis y variables	4
Capítulo II: Fundamentación teórica de la investigación	5
Teoría del Oligopolio.....	5
Teoría del consumidor	6
Teoría de la economía circular	7
Teoría Economía Solidaria.....	8
Economía naranja	8
Marco conceptual.....	8
Estudio de Factibilidad	9
Factibilidad Comercial.....	10
Factibilidad económica-financiera	10
Factibilidad Técnica.....	10
Estudio de mercado.....	10
Exportación.....	11
Oferta.....	11
Demanda.....	11
Marco Legal.....	12
Marco Metodológico.....	13
Postura Epistemológica.....	13
Enfoque.....	14
Tipos de Datos	14
Fuente de Herramientas	14

Tipo de Análisis	15
Capítulo III: Planificación legal y administrativa, Producto y producción	16
Planificación para la constitución de una compañía	16
La empresa.....	16
<i>Logo</i>	17
Plan estratégico	18
Misión.....	18
Visión	18
Objetivos.....	18
Valores corporativos	18
Estructura organizacional.....	19
Concepto Estratégico	20
Historia del cacao.....	20
Cacao CCN-51.....	21
Cacao de Altura	22
Cuidados necesarios para tener una producción óptima de cacao	22
Requerimientos esenciales del suelo	23
Características físicas del suelo.....	23
Factores Nutricionales	23
Flor de Jamaica	24
Beneficios nutricionales.....	24
Enfermedades	24
Plagas.....	25
Enfermedades	27
Proceso de producción de chocolate	29
Producción de chocolate y <i>co-packing</i>	31
Capítulo IV: Estudio de mercado.....	32
Análisis Económico	32
Análisis del Entorno Político	32
Poder Ejecutivo.....	32
Poder Legislativo	33
Entorno Jurídico.....	33
Análisis del micro entorno	35
Ambiente económico	35
Ambiente social	36
Descripción de la Industria	36
Competencia	37
Clientes Londinenses	39
Demanda de chocolate	39

Análisis de mercado actual	41
Descripción del caso del proyecto.....	42
Creciente presencia geográfica.....	43
Cuota de mercado objetivo.....	43
<i>INCOTERMS</i>	44
Free of Board	44
Proceso de exportación	47
Definición de Producto	47
Criterios de éxito y fracaso	48
Estrategia de Penetración de Mercado	48
Propuesta de venta distintiva.....	48
Disfrute de la mejor experiencia dulce con nosotros.	48
Estrategia de precios y posicionamiento	49
Plano de Distribución.....	49
Elementos de marketing.....	49
Estrategia de marketing en línea	50
Estrategias de conversión.....	50
Mezcla de marketing.....	51
Producto.....	51
Precio	51
Promoción.....	51
Promoción de ventas	51
Lugar.....	52
Compradores Regulares o Tradicionales.....	52
Compradores conscientes de la salud.....	53
Capítulo V: Estudio Financiero.....	54
Inversión inicial	55
Financiamiento de la inversión	56
Elaboración del producto	57
Costos fijos	58
Gastos de Ventas.....	60
Gastos varios.....	60
Proyección de costos fijos y variables.....	61
Frecuencia Publicitaria.....	62
Presupuesto de ventas	62
Precio de venta.....	64
Balance General	64
Estado de resultados.....	65
Punto de equilibrio.....	66

TIR Y VAN	67
Indicadores Financieros	68
Conclusiones.....	69
Recomendaciones	70
Bibliografía.....	71
Anexos.....	75
Entrevista a Jonathan Martinetti de Martinetti cocoa.....	75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Logo	17
Figura 2 Organigrama	19
Figura 3 Ubicación de la oficina y bodega	20
Figura 4 Flor de Jamaica.....	24
Figura 5 Hormigas arrieras	26
Figura 6 Moniliasis	28
Figura 7 Mancha negra.....	28
Figura 8 Prince Long Food Limited.....	38
Figura 9 Pierre Papparoti.....	38
Figura 10 Black Mountain Gold Chocolate	39
Figura 11 Frecuencia Publicitaria.....	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Enfermedades del cacao</i>	25
Tabla 2 <i>Jurisdicciones de Reino Unido</i>	34
Tabla 3 <i>Descripción del caso del proyecto</i>	40
Tabla 4 <i>Clasificación arancelaria Chocolate en barra</i>	45
Tabla 5 <i>Perfil del consumidor</i>	53
Tabla 6 <i>Inversión inicial</i>	55
Tabla 7 <i>Inversión en capital de trabajo</i>	55
Tabla 8 <i>Total, de la Inversión Inicial</i>	55
Tabla 9 <i>Financiamiento de la Inversión</i>	56
Tabla 10 <i>Condiciones del préstamo</i>	56
Tabla 11 <i>Amortización de la Deuda Anual</i>	57
Tabla 12 <i>Componentes del producto</i>	57
Tabla 13 <i>Constitución de roles de pago</i>	58
Tabla 14 <i>Evolución de los sueldos por inflación</i>	58
Tabla 15 <i>Proyección real de rol de pago considerando décimos y fondo de reserva</i>	59
Tabla 16 <i>Gastos en Servicios Básicos</i>	59
Tabla 17 <i>Presupuesto Publicitario / Gastos de Ventas</i>	60
Tabla 18 <i>Gastos Varios</i>	60
Tabla 19 <i>Proyección de costos fijos y variables</i>	61
Tabla 20 <i>Proyección por tipo de costo</i>	61
Tabla 21 <i>Ventas</i>	63
Tabla 22 <i>Unidades proyectadas a vender en 5 años</i>	63
Tabla 23 <i>Precio de venta en dólares</i>	64
Tabla 24 <i>Cálculo del precio de venta</i>	64
Tabla 25 <i>Balance General</i>	64
Tabla 26 <i>Estado de Resultados</i>	65
Tabla 27 <i>Punto de equilibrio</i>	66
Tabla 28 <i>Cálculo del punto de equilibrio</i>	67
Tabla 29 <i>TIR y VAN</i>	67
Tabla 30 <i>Indicadores financieros</i>	68

RESUMEN

La exportación del cacao ecuatoriano ha tenido un crecimiento exponencial entre 2017 y 2021, esto ha permitido rectificar la importancia del producto nacional como fuente para la innovación y creación de fuentes de empleo, por lo cual se decidió realizar un estudio para establecer la factibilidad para la comercialización y exportación de chocolate ecuatoriano con flor de Jamaica hacia Londres, Reino Unido.

Londres tiene 9.002 millones de personas en 2020, es la capital de Reino Unido, país que tiene un PIB de USD 2.695.503 en 2021, con una superficie de 243.610 km² (Datastore, 2019).

La empresa Bandobarra S.A. se dedicará a la exportación de barras de chocolate con flor de Jamaica por medio de una cadena de producción basada en *co-packing*, es decir, se enviará el requerimiento a una empresa asociada que se encargará de realizar diversos lotes productivos para la venta. Respecto de la factibilidad financiera de la investigación, la tasa interna de retorno del proyecto es del 26,11% mayor a la TMAR de 15,45% y esto corresponde a un valor actual neto de la inversión de USD 133.389. El segmento del mercado estará compuesto por clientes de la cadena de mini supermercados Marks & Spencer, sin distinción de género, nacionalidad ni religión, de clase social media y superior. Es recomendable asociarse con otras cadenas de ventas dado que únicamente depende de los requerimientos de Marks & Spencer y esto en el mediano plazo pone en riesgo el giro del negocio en Londres.

Palabras clave: *co-packing*, cacao, innovación, sectores productivos, economía circular, economía solidaria.

ABSTRACT

The export of Ecuadorian chocolate has had an exponential growth between 2017 and 2021, this has made it possible to rectify the importance of the national product as a source for innovation and job creation, which it was decided to carry out a study to establish the feasibility for the commercialization and export of Ecuadorian chocolate with Jamaica flower to London, United Kingdom.

London has 9,002 million people in 2020, it is the United Kingdom capital, country that has a GDP of USD 2,695,503 in 2021, with an area of 243,610 km² (Datastore, 2019).

The company Bandobarra S.A. will be dedicated to the export of Jamaica flower chocolate bars through a production chain based on *co-packing*, that is, the request will be sent to an associated company that will be in charge of making various production lots for sale. Regarding the financial feasibility of the research, the internal rate of return of the project is 26.11% higher than the TMAR of 15.45% and this corresponds to a net present value of the investment of USD 133,389. The market segment will be made up of customers of the Marks & Spencer mini-supermarket chain, regardless of gender, nationality or religion, of middle and higher social class. It is advisable to associate with other sales chains since it only depends on the requirements of Marks & Spencer and this in the medium term puts at risk the turn of the business in London.

Keywords: *co-packing*, cacao, innovation, productive sectors, circular economy, solidarity economy.

Introducción

El Ecuador se destaca por ser un país esencialmente agro, el cual tiene varios compradores potenciales en el mercado internacional quienes están dispuestos a comprar productos ecuatorianos, dada la reputación que ha conseguido en ser uno de los países que siempre priorizan la calidad en sus productos, permitiendo que se obtengan ventajas competitivas y de esta manera competir contra países que pueden producir con un gran volumen.

La presente investigación tiene el objetivo de demostrar la rentabilidad que tienen el sector chocolatero fino ante el mercado internacional y demostrar que la industria chocolatera tiene un gran potencial oculto que se puede sobre explotar y así crear fuentes de negocios y mejorar la estructura económica en el Ecuador.

La investigación consta de 5 capítulos, el Capítulo I menciona la estructura de la investigación ya sea antecedentes, objetivos generales y específicos y detallando la descripción problema. El Capítulo II abarca todas las teorías que se pueden aplicar para el desarrollo del negocio, otorgándole así su postura y horizonte; así mismo como conceptos y terminologías que se relacionan con la industria chocolatera y que ayudarán a establecer la factibilidad del presente trabajo. El Capítulo III Planificación legal y Administrativa de la Empresa, Producción y Producto, conforma la estructura y constitución de la compañía, estudia terminaciones y requisitos legales y también detalla el sistema de producción y su realización a través del proceso de *co-packing*. El Capítulo IV desarrolla el estudio de mercado donde se determinará el segmento de mercado en Londres y las estrategias que se utilizarán para la introducción de la oferta. Y el Capítulo V desarrollará la factibilidad financiera donde se demostrará la rentabilidad del proyecto.

Capítulo I: Generalidades de la investigación

Antecedentes

La producción y comercialización de cacao en Ecuador se han visto potenciados gracias a la aceptación internacional y los cultivos que se benefician de un suelo y clima propicio para su cosecha. La producción de cacao concentra mayormente en la costa ecuatoriana, específicamente en las provincias de Manabí, El Oro, Guayas, Esmeraldas, Los ríos y Santo Domingo de los Tsáchilas (Guerrero A. L., 2017).

Ecuador es el primer exportador de cacao en grano en América y ocupa el cuarto puesto en las exportaciones mundiales de este producto, esto indica que desde 2012 Ecuador ha tenido un aumento del 168% en su participación de mercado a nivel mundial (Ganadería, 2022).

El Cacao Fino de Aroma históricamente ha gozado de gran aceptación, debido a que el chocolate que nace de este cacao tiene una terminación suave y un excelente sabor; gracias a sus cualidades organolépticas que hacen de este fruto uno de los más apetecidos en el mundo.

La exportación del chocolate ecuatoriano ha tenido un crecimiento exponencial desde 2017, específicamente de la mano de las empresas como Kallari, Kamm Organic y la marca Cacaoyere quienes han comenzado a exportar chocolate a base de cacao fino de aroma producido y cultivado en Ecuador.

Otras marcas de chocolate como Pacari han sido galardonadas por entidades internacionales quienes resaltan el chocolate ecuatoriano como el mejor del planeta, de hecho, Pacari es la empresa más premiada en esta área con 117 reconocimientos, convirtiéndose en líder en la producción de cacao y chocolate fino (Turismo, 2015).

Carla Borbotó Fundadora de Pacari menciona que es gracias a las bondades de la región, como el clima y el suelo, y al trabajo de miles de agricultores que se ha logrado mantener a Ecuador como una de las zonas donde se produce no solo el mejor cacao si no el mejor chocolate del mundo (Ecuador, 2015).

Descripción del problema

En Ecuador existe gran comercio de bienes de consumo los cuales son el resultado de la explotación de la tierra y extracción de las distintas materias primas las cuales son exportadas al exterior en su mayoría.

Por lo cual no se ha enfatizado los esfuerzos en lograr exportar bienes de capital e industrializados, teniendo una materia prima de gran calidad, no se aprovechan estos para su transformación. Por tanto, dicha realidad deriva en la limitación de innovación, desarrollo industrial y creación de nuevas fuentes de empleo, específicamente para los sectores

productivos del Ecuador.

Sistematización del problema

Pregunta general:

¿Cuál es la factibilidad para la comercialización y exportación de chocolate ecuatoriano con pétalos de rosas hacia Londres, Reino Unido?

Indicadores:

- Generalidades de Investigación.
- Fundamentación teórica de la investigación.
- Planificación legal y administrativa, Producción y producto.
- Análisis de mercado.
- Estudio financiero.

Preguntas específicas:

- ¿Cómo se fundamenta teóricamente la investigación?
- ¿Cuál es la planificación legal y administrativa de la empresa?
- ¿Cómo es la producción y el producto?
- ¿Cuál es el segmento de mercado?
- ¿Cuál es el análisis financiero?

Delimitación del problema

- Espacial: Ecuador y Reino Unido
- Temporal: 2022
- Teórica: Ventajas competitivas, comparativas y absolutas.
- Justificación: Utilidad de esta investigación a la sociedad ecuatoriana

Objetivos

Objetivo General

Establecer la factibilidad para la comercialización y exportación de chocolate ecuatoriano con flor de Jamaica hacia Londres, Reino Unido.

Objetivos Específicos

- Establecer cómo se fundamenta teóricamente la investigación
- Diseñar la planificación legal y administrativa de la empresa
- Describir cómo es la producción y el producto
- Determinar el segmento del mercado
- Analizar la factibilidad financiera de la investigación

Justificación

La justificación se puede redireccionar por varios ámbitos.

Justificación Económica

Se desea ver como el chocolate puede ser un producto potencial para la exportación por eso se busca dar un valor agregado el cual llame la atención a los ciudadanos de Londres con chocolates finos, en este caso con flor de Jamaica que le da un valor agregado llamativo y así poder expandirse a otros mercados.

Justificación Profesional

Se justifica la investigación porque aclara cuales son las nuevas prácticas que se llegan a aplicar en el negocio chocolatero y además cual es el impacto que genera en el sector, por ejemplo, en la ciudad de Quito existen varias técnicas de procesamiento de chocolate orgánico y unas de las empresas más famosas que se dedican a este proceso es Pacari.

Justificación Social

En el ámbito social la investigación trata de demostrar la rentabilidad que ofrece el sector chocolatero ya que dicho sector comienza a generar varias plazas de trabajos para las personas y así poder impulsar el crecimiento económico de Ecuador.

Justificación Académica

La justificación del desarrollo de este proyecto conlleva a obtención de datos que se puedan emplear para el desarrollo comercial y económico del mercado de chocolate para así solucionar los problemas que dicho sector pueda enfrentar y también que este proyecta sirva como una guía para futuros proyectos o investigaciones académicas.

Hipótesis y variables

El rendimiento del sector chocolatero impulsa el crecimiento del PIB.

H0 = No existe una relación entre el sector chocolatero y el sector Económico Ecuatoriano.

H1 = Existe una relación entre el sector chocolatero y el sector Económico Ecuatoriano.

Capítulo II: Fundamentación teórica de la investigación

Teoría del Oligopolio

Hoy en día el sector chocolatero no tiene pocos agentes comerciales que intervienen en el mercado por eso se tiene que resaltar la intervención de esta teoría

El Oligopolio consiste en una estructura de mercado gigantesco el cual carece de mínima competencia y por ello llegan a influir directamente en el precio y de la cantidad de equilibrio. En los oligopolios las empresas que llegan a competir en un mercado en específico, tienen poca influencia del mismo ya que no existe un solo oferente como el monopolio más bien existe un grupo pequeño de compañías en el mercado.

El oligopolio se caracteriza por:

- Poca participación de compañías en el mercado
- Los oferentes pueden cambiar el precio y la cantidad en el mercado
- Existen varias barreras de entrada al momento de ingresar al mercado por esa razón son pocas que pueden participar

Según Harris, (1997), denomino al oligopolio aquellas estructuras de mercado en la que existe un gran número reducido de productores u Ofertantes frente a la gran cantidad de consumidores.

El mercado del oligopolio puede demostrar que se encuentran en un intermedio de un mercado de competencia y un mercado monopolista por ende esto demuestra que puede existir muchos vendedores, pero ninguno de ellos puede interactuar ante el precio y la cantidad que intervengan al mercado (Agostini, 2011).

Esta teoría es importante porque proporciona al estudio una visión clara de hacia dónde apuntan las industrias chocolateras y la fortaleza que tienen al ser oligopolios obteniendo mayor rentabilidad en sus operaciones.

Teoría del consumidor

Según la teoría del consumidor trata de demostrar que el ser humano como individuo busca siempre poder maximizar sus beneficios a pesar de todas las trabas presupuestarias enfrentadas, pero en ese momento el consumidor llega a interactuar sobre sus preferencias al momento del consumo.

Entran varios elementos que interaccionan al momento de la elección de compra del consumidor:

- **Racionalidad:** Demuestra las condiciones necesarias para que el individuo sea racional es mostrar la importancia primordial de deseabilidad y a la convexidad.
- **Deseabilidad:** El supuesto de la deseabilidad consiste en que el consumidor de manera razonable comienza a preferir mercancías de menor a mayores cantidades.
- **Monotonicidad:** El supuesto de monotonicidad consiste en satisfacer conforme se llega a considerar la cantidad de las mercancías de un bien mayor antes otros bienes que son malos.
- **Insaciabilidad local:** Se relaciona directamente con la adquisición de grandes cantidades de un bien, eso es bueno para la economía ya que esto permite un flujo constante de efectivo.
- **Convexidad:** se toma cada vez un monto de mayor de una de las mercancías para compensar la continua pérdida de unidades de la otra.
- **Continuidad:** La continuidad permite observar que las preferencias del consumidor no exhiban saltos o cortes de la función para asegurar la existencia de una función de utilidad (Osorio, 2011).

Según el *Handbook of Mathematical Economical Economics* uno de los principales objetivos de la teoría del consumidor, ayuda a poder determinar cómo influyen la demanda por mercadería y como estas guían el comportamiento de las personas en el mercado y así como esto llega a influir la decisión de compra del consumidor (Silva, 2021).

Según Marc Lavoie, “La consecuencia clave de la teoría del consumidor pos keynesiana, en particular el principio de subordinación es que el índice de utilidad ya no puede ser representado por una curva escalar, que crece continuamente sin perspectivas de un final.”

Lo que trata de manifestar esta teoría es que no se puede evidenciar que el consumidor siempre va a necesitar de algún producto y por eso las empresas van a producir indefinidamente para solventar esa demanda (Silva, 2021).

Esta teoría es importante porque permite acercarse a conocer la mente de los potenciales consumidores y de esta manera satisfacer sus necesidades, mejorando así los procesos de calidad en la cadena de valor.

Teoría de la economía circular

La teoría de la economía circular es una nueva alternativa que trata de suplantar el modelo económico tradicional de extraer, producir y desperdiciar. La economía circular es una teoría atractiva que busca reformar la forma de crecer económicamente con un enfoque que beneficia a toda la sociedad (Macarthur, 2017).

Uno de los objetivos principales de esta teoría es respaldar las fuentes renovables de energía, el modelo circular consiste en tres principios:

- Eliminación de residuos y contaminantes
- Tratar de mantener productos y los materiales de uso
- Tratar de regenerar los recursos naturales

Pearce y Turne menciona que; Una economía circular es reconstituyente y regenerativa por diseño, y se propone mantener siempre los productos, componentes y materiales en sus niveles de uso más altos. La economía circular es un ciclo de desarrollo continuo positivo que preserva y aumenta el capital natural, optimiza los rendimientos de los recursos y minimiza los riesgos del sistema, gestionando stocks finitos y flujos renovables (Turner, 1995).

Esta teoría resalta la importancia en la implementación de métodos y procesos eco-amigables que permitan la protección del medio ambiente y la sociedad, a través de la reutilización de materiales y la utilización de materiales compostables. Reduciendo así el impacto ambiental en la cadena del proceso de producción.

Teoría Economía Solidaria

Según Luis Razeto: El principio de la economía solidaria es que la introducir de formas de alternativa de hacer economía basadas en la solidaridad y el trabajo. La solidaridad en las actividades, organizaciones e instituciones económicas, tanto a nivel de las empresas como en los mercados y en las políticas públicas, 8incrementa la eficiencia micro y macroeconómica, junto con generar un conjunto de beneficios sociales y culturales que favorecen a toda la sociedad (Razeto, 2018).

Según Arruda Marcos: Sostiene que la Economía solidaria “es una forma ética, recíproca y cooperativa de producir, intercambiar, financiar, consumir, comunicar, educar, desarrollarse, que promueve un nuevo modo de actuar, de pensar y de vivir en la sociedad” (Marcos, 2006).

José Coraggio sostiene que “El fundamento principal de la economía solidaria es la introducción de niveles de cooperación y solidaridad en las actividades, organizaciones e instituciones económicas” (Coraggio, 2011).

Esta teoría es importante porque ayudará a marcar un punto de vista donde todos los procesos y decisiones que se tomen beneficiarán a toda la cadena de valor, siendo así una teoría que permitirá mejorar el flujo del capital en base a cooperación y equidad.

Economía naranja

Se llega a entender de economía naranja al conjunto de varias actividades haciendo una reacción en cadena que permite que las ideas se lleguen a transformar en bienes y servicios culturales, cuyo valor se llega a ser identificado por la propiedad intelectual (Buitrago, 2015).

Según Solórzano Zambrano y Ruddy Jazmín comentan que la economía naranja llega a abarcar todo el ámbito cultural como el creativo y así logrando captar la atención de los demás (Solórzano Zambrano, 2019).

Esta teoría es importante porque desarrollar el perfil que ha mantenido el Ecuador gracias al cacao, volviéndola no solo un país de exportación de materias primas sino también de exportación de bienes de consumo.

Marco conceptual

Rendimiento Económico: La rentabilidad económica incluye, según Aguirre et al. (1997) “Para medir la eficacia de la inversión para el negocio, se aplica el margen de productividad en las ventas que generan beneficio y el cálculo de la rotación.”.

Este concepto será utilizado en la tesis en el momento que se pretenda conocer la rentabilidad de la empresa y la utilización de indicadores financieros.

Mercado: Según Kotler y Armstrong (2003) Dentro de un mercado existe la segmentación del mercado por lo tanto la segmentación puede determinar la mejor oportunidad para lograr y dirigir los objetivos de la compañía.

Este concepto será utilizado en la tesis en el momento que se requiera conocer el segmento de mercado específico en cual se busque incursionar.

Precio: Kotler & Armstrong (2012) menciona cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los clientes realizan con sus compras.

Este concepto será utilizado en el momento que se otorgue el precio al producto a través de la determinación de costos y márgenes de utilidad.

Comercio Exterior: Según Adam Smith (1776) habla de un país extranjero nos puede ofrecer una mercancía más barata de lo que nos cuesta a nosotros, será mejor comprarla que producirla, realizando “la transacción como resultado de la actividad económica, en el mercado extranjero.”.

Este concepto permite situarse en el objetivo principal del presente trabajo el cual es la comercialización y exportación de un producto hacia un país europeo.

Producto Interno Bruto: Gregory Mankiw (2009) define que el PIB es el valor de mercado de todos los bienes y servicios finales producidos dentro de un país, en un periodo determinado.

Este concepto permite conocer la capacidad de producir bienes y servicios de un país, de esta forma se determina el tamaño y rendimiento económico de una nación.

Factibilidad: Según Varela (2003), El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán aquellas que se deben emplear para cumplir las metas.

Este concepto será utilizado en la tesis en el momento que se requiera conocer la factibilidad financiera del presente trabajo y su aplicación.

Estudio de Factibilidad

El estudio de factibilidad se define como la acción de varias personas que llegan hacer en una empresa para que sea rentable. Un estudio de factibilidad permite a la persona conocer si su empresa que planea emprender no otorgue datos que nos ayude a determinar si es rentable o no y así esta información recopilada no guie a la toma de decisiones (Quiroa, 2020).

Este concepto será utilizado en la tesis en el momento que se estudie los diversos factores que influyen en la determinación de la factibilidad del negocio.

Factibilidad Comercial

Este tipo de factibilidad comercial busca conocer al consumidor y tratar de descubrir si el producto que estas ofertando puede llegar a captar la atención al consumidor y sea atractivo para ser comprado. Otro lado la factibilidad comercia no solo se enfoca en el consumidor, también se enfoca en la distribución del bien o servicio y así como ver la forma de satisfacer la demanda de este de una manera óptima (Euroinnova, 2021).

Este concepto permitirá estudiar y conocer el mercado londinense para satisfacer su demanda y brindar un servicio de excelencia, dándole importancia a la necesidad del cliente y denotando que lo mas importante es satisfacerlo.

Factibilidad económica-financiera

La factibilidad financiera se basa en un punto de vista financiero y económico, analizando que el proyecto se puede mantener y generar valor. Se trata de administrar bien el recurso del dinero el cual es necesario para el planteamiento del proyecto y así optimizar todos los recursos para que dicho proyecto sea exitoso (Arias, 2020).

Este concepto será utilizado en la tesis en el momento que se requiera utilizar de manera óptima y correcta el dinero, obteniendo así un correcto flujo de caja para el negocio.

Factibilidad Técnica

La factibilidad técnica se basa en la buena administración de las herramientas, que son necesarios para ejecutar las actividades o procesos del proyecto, en proyectos que sean medibles.

Este concepto permitirá administrar de manera eficaz los recursos y herramientas necesarias para la operación del negocio.

Estudio de mercado

El estudio de mercado en una planeación de poder estudiar todas las características claves de clientes potenciales y también de la competencia al momento de lanzar un bien o servicio. El estudio de mercado nos ayuda a medir el riesgo de lanzar un producto al mercado, analizando varios factores que permitan que el riesgo se pueda disminuir, de caso contrario y el proyecto no demuestra ser rentable, la mejor acción a cometer seria descartar el proyecto (Vicent, 2019).

En dichos cimientos se debe tomar encuentra

- Posición dentro del mercado del producto o servicio
- Características más resaltantes de la oferta y la demanda
- Segmentación de público

- Análisis de precios
- Posibles canales de distribución y comercialización

Este concepto permitirá conocer el perfil del cliente potencial asegurándose que la demanda acepte la oferta y de esta forma disminuya los riesgos de un posible rechazo del producto.

Exportación

Mankiw (2007) define las exportaciones como “bienes y servicios que se producen en un país y se venden en el extranjero”, es así que la palabra exportación tiene su origen en el prefijo “ex” de raíz indoeuropea que significa “afuera” y el verbo “portare” que significa “llevar” de raíz latina (Corominas, 1961, p.1012). Para Leonidou (2010), “es la venta de productos y servicios de forma directa o indirecta hacia mercados extranjeros utilizando las facilidades de producción de una organización en su país de origen”. Se diferencian de las importaciones en que éstas son productos producidos fuera y que ingresan al Ecuador. Ambos, importación y exportación son transacciones del comercio internacional (Lobejón, 2001, p.57), por tanto, implican negociaciones, tratos, acuerdos, convenios, compromisos e intercambios entre las partes.

Este concepto permitirá entender bien el proceso de exportación y sus requerimientos para hacerse posible las distintas operaciones de la empresa.

Oferta

Simón Andrade, autor del libro "Diccionario de Economía", define la oferta como "el conjunto de propuestas de precios que se hacen en el mercado para la venta de bienes o servicios". Complementando esta definición, Andrade agrega que, en el lenguaje de comercio, "se emplea la expresión estar en oferta para indicar que por un cierto tiempo una serie de productos tiene un precio más bajo del normal, para así estimular su demanda"

Se establecerá un precio y una cantidad de oferta optima de acuerdo con la demanda, y así mismo estimular a la demanda con la innovación y el producto de calidad que se pretende introducir en el mercado.

Demanda

Simón Andrade, autor del libro "Diccionario de Economía", proporciona la siguiente definición de demanda:

Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener

acceso a su utilidad intrínseca. (1996, p. 36)

Este concepto ayudara al presente trabajo a establecer de manera optima la oferta de mercado y su aportación en la satisfacción de necesidades por medio del valor intrinsico que el mismo producto puede ofrecer.

Co-packing

Proceso por el cual una empresa externaliza, encarga o delega a otra empresa la producción, empaque, re empaque o co-empaque de los productos que pretende comercializar (Copacking, 2022).

Este concepto es de gran importancia para el desarrollo de este trabajo, puesto que se realizará un convenio de *co-packing* con una empresa la cual se encargará de la transformación y producción del producto.

La aplicación de este concepto beneficiará a la empresa en la disminución de costos, en un mejor control del inventario, optimización de los procesos de producción y la calidad del producto, puesto que la empresa se podrá centrar en su negocio principal que es la exportación del chocolate.

Marco Legal

En el Ecuador están constituida varias leyes que controlan y regulan el comercio internacional con el fin de promover el promover el comercio exterior y así las relaciones bilaterales del Ecuador, creando un gran avance de la economía para el Ecuador por llegar a llamar la inversión extranjera para fomentar la economía del Ecuador y así llegar a ser productivos.

La Ley Tributaria como también la Ley de las empresas, estas leyes son creadas en el congreso nacional. La finalidad es tener un control total de las actividades que se den dentro del Ecuador para así no evitar actos ilícitos como también su segunda función es que los impuestos deben ser cobrados correspondiente como marca la ley (LexisFinder, 2018).

Ley Portuaria establece:

Art. 1.- La ley Portaría tiene por objeto establecer los principios y normas, que regulan las actividades relacionadas con los puertos y terminales marítimos y fluviales del Ecuador. Su construcción, desarrollo, administración, administración y control bajo el principio de equidad, ya sea que estos se realicen por personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, así como las formas de participación de la iniciativa privada en todas estas actividades.

Los certificados son obligatorios en Ecuador y Europa, por lo cual se estudia tener en cuenta:

Certificado de buenas prácticas de manufactura

Las buenas prácticas de manufactura son los principios básicos y practicas generales de higiene que garantizan que los alimentos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas para disminuir los riesgos inherentes a la producción (Pública, 2022).

Certificado HACCP

El Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control, es un sistema de base científica que identifica peligros específicos y medidas para su control, con el fin de garantizar la inocuidad alimentaria (LRQA, 2020).

Marco Metodológico

El estudio tiene como el principal objetivo de analizar la factibilidad de exportación de chocolate fino con flor de Jamaica hacia Londres, Reino Unido, enfocado a los datos estadísticos de exportaciones y crecimiento económico del Ecuador.

Se va a desarrollar postura epistemológica y el método de la investigación.

Postura Epistemológica

De estos desarrollos surge el estudio paradigmático y la postura constructivista como corriente epistemológica válida. Sostiene que los conocimientos no se basan en correspondencias con algo externo, sino que tienen su origen en las interacciones de las personas con el entorno y en cómo estas generan la realidad del individuo a través de la interpretación de las ideas de los conocimientos sociales, culturales y del medio físico en el que se desenvuelven.

La postura elegida es el fundamento por el cual la investigación se desarrollará, siendo constructivista hará uso de todos los conocimientos existentes, creando una nueva forma de hacer negocios a través de las distintas teorías económicas y sus fundamentos. Es decir, haciendo uso de estas teorías se buscará solucionar las problemáticas de los sectores agrícolas en la inequidad del comercio y el irrespeto a los precios de las materias primas.

Método Inductivo

Es una forma de razonamiento que parte de casos particulares para terminar en conclusiones generales, en donde la verdad de las premisas apoya, pero no garantiza la verdad de dichas conclusiones.

Este concepto busca entender los fenómenos generales a través de sus premisas específicas, esto ayudara al presente trabajo a determinar qué factores son determinantes al momento de tomar una decisión de investigación y que premisas tienen mayor peso agregándole mayor importancia al trabajo de investigación.

Enfoque

Existen dos enfoques al momento de realizar una investigación con enfoque mixto, los cuales son: enfoque cuantitativo y enfoque cualitativo. El enfoque cuantitativo presenta un conjunto de procesos, es secuencial y probatorio, mide fenómenos, utiliza estadísticas, realiza pruebas de hipótesis y teoría, analiza la realidad objetiva, generaliza resultados, es precisa y es capaz de replicar.

Por otro lado, el enfoque cualitativo tiene un proceso inductivo, es recurrente, analiza múltiples variables subjetivas, no tiene secuencia lineal, presenta profundidad de significados, es amplia, tiene riqueza interpretativa y, contextualiza el fenómeno.

La investigación tiene un enfoque mixto, debido a que se realizará, para contrastar lo encontrado, entrevistas a empresarios con experiencia de empresas relacionadas al sector de exportación de chocolate fino y de igual forma se analizará los diferentes datos estadísticos para encontrar la viabilidad del proyecto; se mantendrá una atención directa en la relación de las actividades a realizar y a al tipo de productos realizados.

Nivel de Investigación

Hace referencia al nivel de conocimiento que los investigadores poseen en relación con el problema o hecho a estudiar. Existen 4 niveles de investigación: exploratoria, descriptiva, correlacionado y explicativa.

De acuerdo con la naturaleza del estudio de investigación y su búsqueda en información sobre rasgos importantes, tendencias de una población o grupos específicos, se realizará un nivel de investigación descriptivo que ayude a entender cómo se manifiestan dichos fenómenos y sus componentes.

Tipos de Datos

Los tipos de datos que se presentarán en la presente investigación serán recolectados por medio de entrevistas y observación directa.

Fuente de Herramientas

Existen varias fuentes que pueden ser utilizadas en una investigación, tales como las fuentes primarias y fuentes secundarias. Dentro de dichas fuentes se encuentran las experiencias individuales, libros, revistas, periódicos, notas, tesis, piezas audiovisuales, programas de radio y televisión, información disponible dentro de internet, observaciones de hechos, creencias e incluso presentimientos

En la presente investigación se hará uso de fuentes primarias y secundarias. Se

emplearán las fuentes primarias se obtendrán de organismos importantes para que refleje una gran veracidad a los datos que tienen ya sea Agro calidad o el mismo banco central

Tipo de Análisis

Se utiliza el análisis descriptivo el cual es una aproximación para analizar datos de acuerdo a su descripción sin utilizar ninguna hipótesis que deba ser comprobada. Dicho análisis se va a emplear por medio de implementación de datos estadísticos para poder realizar conclusiones de estos.

Luego del recorrido de los marcos teórico, conceptual y metodológico, se puede concluir que el presente trabajo de titulación se fundamenta teóricamente en la teoría de la economía solidaria puesto que resulta realmente imperante para el desarrollo social de un país el continuo proceso en la calidad y respeto a toda la cadena de valor dentro de las operaciones mercantiles de una empresa, la teoría del consumidor puesto que es importante entender el perfil de cada uno de los targets de clientes en el mercado londinense para una correcta introducción del producto y la teoría de la economía circular por la cercanía con las prácticas sustentables que tendrá Bandobarra S.A.

Capítulo III: Planificación legal y administrativa, Producto y producción

Planificación para la constitución de una compañía

En el Ecuador las compañías son reguladas para que puedan realizar sus actividades, como también se tiene un riguroso control de las mismas haciendo que estas rindan todos los documentos y datos necesarios para que se puedan constituir dichas empresas.

- Se define si la compañía va a ser sociedad anónima o responsabilidad limitada
- Se establece los representantes legales de la compañía: Gerente General y presidente.
- La compañía debe establecer los aportes en número y en especies.
- Obtener el Ruc de la institución de servicio de Rentas Internas (SRI).
- Se registra la constitución de la compañía en la superintendencia de compañía
- Realizar una carta donde se especifica la cuenta del banco de la compañía.
- Obtener permisos municipales
- Registro de marca.
- Permisos de seguridad y trabajo del cuerpo de bomberos.

Realizando estos pasos se podrá constituir legalmente la compañía y permitiendo que pueda ejercer. Fuente: de la súper intendencia de compañías

Actividad comercial

La compañía se va a especializar en la comercialización de chocolates finos con extracto de flor de Jamaica cumpliendo con todos los requisitos legales y manteniendo un estándar de calidad alto.

La empresa

La empresa Bandobarra S.A. se dedicará a la exportación de barras de chocolate con flor de Jamaica por medio de una cadena de producción basada en *co-packing*, es decir, se enviará el requerimiento a una empresa asociada que se encargará de realizar diversos lotes productivos para la venta.

Los departamentos más importantes de la empresa serán el logístico y el encargado de exportación por lo cual se necesitan 1 analista de exportación, 3 asistentes, 1 contador y el gerente.

Con respecto al recurso humano, el proyecto necesita dos tipos de empleados. Inicialmente, en la primera etapa del proyecto, necesitamos configurar el negocio, contrataríamos empleados permanentes que trabajarán diariamente con nosotros. Podríamos

contratar trabajadores de acuerdo a la capacidad de almacenamiento. También dependería de la naturaleza de los productos y del proyecto en general. Con la expansión del negocio, ofrecerá una variedad de trabajos, ya que establecerá departamentos separados de embalaje, administración y cuentas.

Figura 1

Logo



Nota. Elaborado por Bandobarra S.A.

Plan estratégico

Misión

Exportar chocolate fino, cumpliendo con todos los parámetros de calidad necesarios para la comercialización y satisfacción de los clientes que buscan chocolate ecuatoriano.

Visión

Ser una compañía de alta calidad y en innovación en el mercado de chocolate fino del Ecuador a partir del año 2027.

Objetivos

- Tratar de realizar varios acuerdos comerciales en empresas de consumo de alimentos en Londres.
- Tratar de diversificar los tipos de chocolates finos, con distintos frutos exóticos.
- Buscar de expandirse en el mercado europeo y asiático.

Valores corporativos

Honestidad: Es indispensable para la formación de nuestra empresa, ya que los empleados deben demostrar credibilidad ante cualquier situación y así a largo plazo se podrá tener un buen ambiente laboral en la empresa.

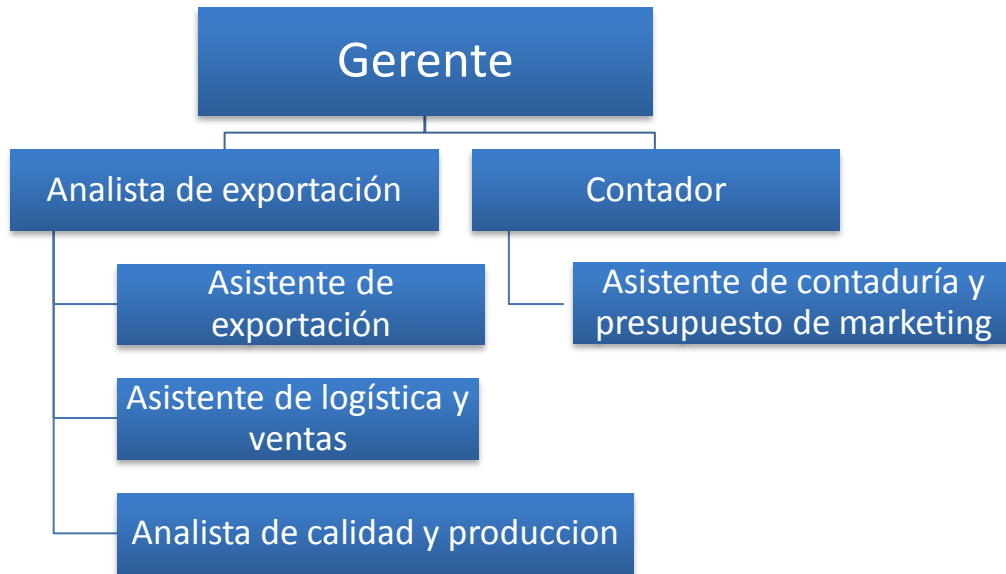
Responsabilidad: La compañía está comprometida para el desarrollo del producto de la mejor forma, cumpliendo todos los estándares de calidad y garantizando la inocuidad del mismo. Reflejando una buena imagen ante la sociedad, demostrando ser una empresa que no va permitir malas prácticas y ser más comprometida con la sociedad.

Transparencia: Todos los movimientos financieros y fiscales serán transparentes ante la sociedad, demostrando que la compañía no tiene la finalidad de violar la ley y realizar actos ilícitos por debajo de la empresa.

Estructura organizacional

Figura 2

Organigrama



Nota. Elaborado por el autor

Únicamente se necesitará para el negocio el alquiler de una oficina y una bodega las cuales estarán ubicadas de manera contigua en la ciudad de Guayaquil y hacia las cuales se dirigirán los camiones contratados por flete para la recepción de la mercadería que será producida en la fábrica de la empresa asociada que hace la producción ubicada en la provincia de Manabí.

Figura 3

Ubicación de la oficina y bodega



Nota. Tomado de Google Maps (2022).

Concepto Estratégico

El concepto estratégico es producir alimentos que puedan satisfacer a los clientes orientados a la calidad. También proporcionaríamos chocolates para satisfacer la creciente búsqueda de comida occidental por parte de los londinenses, lo que ayudaría a crear una cuota de mercado.

Historia del cacao

La técnica de cultivar el cacao lleva más de 2000 años, dicha técnica fue desarrollada por los toltecas, aztecas y mayas, pero aun así el cacao de altura se tiene registro de desarrollo en la amazonia hace 5000 años.

La llegada de los españoles a América marco un punto crucial en la historia, usaron los granos de cacao como un método monetario o también para la preparación de bebida para después de un siglo las semillas de cacao fueron llevadas para Europa y así comenzar a realizar derivados por medio de esa semilla. Tras varios experimentos por medio de esta semilla, en suiza pudo desarrollar el producto que hoy en día se conoce como chocolate y el gran imperio que ha construido alrededor del mundo.

En el siglo XVI demostró que el chocolate es un producto que puede generar una significativa rentabilidad para los empresarios, en el año 1600 se desarrolló las primeras cosechas en Guayaquil justamente al frente de los ríos afluentes de Guayaquil (Guerrero G. , 2014).

En el Ecuador tiene una gran producción de cacao donde la mayor parte de la producción se encuentra en la zona litoral y también en la zona de la amazonia. El árbol de cacao se caracteriza por sus ramas las cuales producen una mazorca que contiene varios granos recubiertos de una pulpa enriquecida en azúcar. Los lugares donde se concentra la producción de cacao son principalmente en las provincias de:

- Los Ríos
- Guayas
- Manabí
- Sucumbíos

En el Ecuador tiene un gran reconocimiento internacional el cual se considera que produce el mejor cacao del mundo, teniendo una calidad inigualable que muy pocos países pueden competir. La producción de cacao en el Ecuador produce 2 tipos mazorcas cuales son:

Cacao CCN-51

Es una variedad de cacao el cual fue creado genéticamente para que tenga un gran rendimiento y altas resistencias a las enfermedades que se cultiva para la industria de chocolate de calidad. En el 1890 se dio un rebrote de la escoba de bruja el cual se trata de un hongo que perjudica la producción de cacao, sobre todo en los países sudamericanos, centroamericanos y del caribe productores de cacao.

Por esa tragedia se llegó a buscar alguna solución al problema llamando la atención del Científico botánico independiente Homero Castro durante la década 1960 creando genéticamente un árbol resistente a varias enfermedades y productivo.

Aun así, este tipo de cacao ha causado una gran problemática en dicho sector ya que se comienza a desprestigiar el cacao de arriba, existe una gran diferencia entre estos tipos de cacao, el cacao ccn-51 resiste a muchas enfermedades como también tiene una gran productividad, pero hay algo que cae en contra del café de arriba el cual tiene una gran calidad en su sabor siendo esta el cacao más fino.

Para los agricultores se ven más convencidos en que se produzca CCN-51 ya que se puede producir mucha más cantidad y poder satisfacer la demanda internacional a las exportaciones garantizando una gran rentabilidad para los productores.

Cacao de Altura

El cacao de altura es el cacao más cotizado por el mercado internacional por la calidad que este ofrece. El cacao de altura se caracteriza por ser una calidad alta por esa misma razón el precio es muy alto en el mercado. El cacao de altura se llega a desarrollar de un espacio óptimo de 22 grados a 30 grados centígrados. Se debe cultivar en esta temperatura para que tenga un buen desarrollo vegetativo y así optimizar la producción de los cultivos. Generalmente el clima comienza a variar en 9 grados de día a la noche, pero, aun así, los cultivos llegan en un rango mayor de 38 grados o si se tiene menor de 15 grados, esto llega a afectar el desarrollo del cacao haciendo que este pierda notoriamente la calidad esperada de este producto.

Cuidados necesarios para tener una producción óptima de cacao

Las zonas de lluvias necesarias para la producción deben de ser de 1500 a 2500 milímetros por año ya que al obtener esa distribución del agua se puede evitar problemas de hidratación ya que puede existir momentos de sequía prolongada y puede afectar la productividad de la agricultura. Se debe considerar el espacio el cual se va a llegar a cultivar, pues en los lugares planos se puede tener problemas de acumulación excesiva de agua por eso es necesario crear construcciones de drenaje de agua para así evitar problemas para cultivar.

El cacao se debe de desarrollar en un ambiente el cual la humedad relativa sea de 80% aunque también puede desarrollarse en un a humedad la cual sea de 70%, si el cacao se llega a desarrollar en una humedad superior a los 85% se puede desarrollar enfermedades a la plantación haciendo que este esté bajo mucho peligro de pérdida, dichas enfermedades pueden ser de índice de hongos: monilla y la mazorca negra.

El cacao debe cultivarse en una zona donde el viento no corra de manera excesiva ya que estas pueden dañar las hojas o incluso pueden generar la muerte de la planta, por dicho motivo se debe crear rompe vientos cerca de las plantaciones para solventar ese problema.

La fuente solar es indispensable para el desarrollo de la planta, ya que este da la vida y genera el sustento necesario que necesita para poder producir la mazorca el porcentaje de luz debe variar dependiendo el crecimiento de la planta, cuando recién este en desarrollo debe dar un 40 % de la luz solar y cuando la planta esté en producción esta debe estar entre 60% a 75%

Requerimientos esenciales del suelo

Para el cacao es muy importante la calidad de suelo que se va a llegar a implementar, el suelo debe estar enriquecido con material orgánico , tener un sistema de drenaje como también debe estar situado el cultivo en una topografía plana , hay que destacar que la productividad del cacao está dependiendo de la calidad del suelo , si este suelo no se encuentra en óptimas condiciones, no se puede esperar que exista una gran cantidad de producción si el suelo no se encuentra las óptimas condiciones.

Características físicas del suelo

Proporción del suelo debe ser óptima para la producción del árbol, una característica esencial del suelo debe ser que las raíces tengan la facilidad de poder penetrar a través del suelo hasta 1.5 metros, ya que si el suelo se encuentra en un estado demasiado solido no va a permitir el desarrollo del árbol.

También los suelos donde exista una gran capa de arena en el suelo no van a poder servir de cultivo ya que va a carecer de muchos nutrientes y también no va a tener una retención del líquido que necesita la planta para poder subsistir, en verano se suele intensificar la sequía.

La topografía es un aspecto muy importante ya que, si hay problemas en la topografía, va a existir problemas con las maquinarias como también si el suelo supera el 25% de la altura, va a ser mucho más vulnerable a perder nutrientes por la erosión. (Cacao M., 2020)

Factores Nutricionales

El cacao tiene muchos factores nutricionales, que apoya significativamente el cuerpo humano, el cacao se compone de lo siguiente: Grasas saturadas en menor medida, hidratos de carbono, proteínas, magnesio, fósforo, potasio, teobromina, cafeína, antioxidantes y agua.

Una de las principales características que tiene el cacao que llega a favorecer a la salud del consumidor son los flavonoides que contiene el cacao, el cual sirve como antioxidantes que previenen problemas al corazón y mejora el flujo cardíaco.

Uno de los beneficios que más se tiene a consideración es que los antioxidantes y el ácido oleico que contiene el cacao permite que las células lleguen a protegerse para así puedan durar y así no pueden envejecer con mayor rapidez. (García, 2020)

Flor de Jamaica

Flor de Jamaica o mejor conocida como cáliz de Jamaica es una planta arbústica reconocido como *Hibiscus sabdariffa* esta planta representa la familia de Malvaceae. El origen de esta planta proviene de países de Asia y de África Tropical.

Beneficios nutricionales

La flor de Jamaica es reconocida por sus beneficios terapéuticas ya que esta planta contiene una gran concentración de múltiples de vitaminas, minerales y compuestos bioquímicos con diversas propiedades de antioxidantes, antiinflamatorias y antihipertensivas.

La flor de Jamaica se destaca por ser una planta potencial en tener hierro y calcio, siendo un mineral muy necesario para la salud de cualesquiera personas en especial en la infancia, adolescencia y en la etapa adulta. La flor de Jamaica no solo tiene nutrientes y minerales, también es rica en fibra la cual permite un flujo digestivo y cardiovascular mejorar el bienestar de las personas y ayuda a reducir el colesterol y la azúcar de la sangre.

La flor de Jamaica ha demostrado tener efectos anti hipertensivos debido a si capacidad de inhibir enzimas claves de cardio vasculares y también demuestra que tiene efectos diuréticos, laxante y antibacteriales (Consumidor, 2018).

Figura 4

Flor de Jamaica



Nota. Tomado de (Consumidor, 2018).

Enfermedades

En la producción de cacao existen un gran peligro para la producción, el riesgo de producción consta de las plagas y enfermedades que afectaría a nuestras plantaciones.

En nuestra producción de cacao puede bajar significativamente la productividad, se puede presenciar las siguientes plagas y enfermedades comunes que pueden afectar el rendimiento:

Tabla 1

Enfermedades del cacao

Plagas	Enfermedades
Hormigas arrieras	Moniliasis
Pulgones	Mancha negra
Barrenador	Antracnosis
Trips	Mal de machete
Mosca blanca	Bubas
Mosca pinta	Pudrición de raíz

Nota. Tomado de (El Productor, 2017).

Plagas

Hormigas arrieras o mejor conocido como *Atta cephalotes*, siendo uno de los insectos catalogados como uno de los insectos más perjudiciales en América del sur, ya que se catalogan por tener una capacidad de reproducción catalogándolo como una plaga, el principal problema de esta hormiga consta en la destrucción de las hojas y de las ramas de las plantas siendo el árbol de cacao su principal objetivo el cual tranquilamente se pierde recursos económicos (Jorgelina, 2020).

Figura 5

Hormigas arrieras



Nota. Tomado de (USAID, 2018).

Pulgones es uno de los insectos más peligrosos para las plantaciones de cacao o del trigo, el pulgón crea un impacto ecológico negativo para las plantaciones provocando un decrecimiento de la producción de las plantaciones. El daño que provoca el punzo es irreversible, llega a perforar el tallo de las plantaciones creando problemas para el crecimiento de la planta, la saliva de este insecto es toxica provocando la clorosis, manchas y la muerte de la planta y el mayor problema que provoca este insecto a nuestras plantaciones es las transmisiones de virus que puede provocar este insecto y puede afectar la salud del consumidor (Lezaun, 2016).

Barrenador conocido también como *Diatraea Saccharalis*, es una larva que se llega a insertar dentro del tallo de la planta jóvenes, alimentándose por dentro de los nutrientes de estas plantas, retrasando el desarrollo de la planta generando una gran pérdida económica para la producción (Jorgelina, 2020).

Trips identificado por *Frankliniella occidentalis*, estos insectos se los representan por un grupo muy grande, el cual se llega a alimentar de todas las plantas, consumiendo todas las

hojas o incluso de los tallos. Esta plaga llega a retrasar el crecimiento de la planta (Cabrera, 2015).

Mosca blanca es un insecto que ataca principalmente a las flores y puede secarlas. Cuando hay un ataque fuerte puede haber mucha destrucción de flores y cojines florales; ataca también ataca a las plantas que tengan una gran cantidad de almacenamiento de agua (El Productor, 2017).

La mosca pinta (*Aenolemia* spp.) es una plaga de la caña de azúcar que afecta los rendimientos hasta en un 50 % del cultivo, debido a esto el agricultor debe realizar el control dentro del cañal y potreros.

Enfermedades

Moniliasis es un hongo que se llega a producir en unas condiciones altas de humedad favoreciendo la producción de hongos que llegan a intervenir en los órganos de las plantas y si no se llega a tener atención o cuidados de este hongo la planta procede a parecer (Gardini, 2012).

Figura 6

Moniliasis



Nota. Tomado de (Croptlife, 2016).

Mancha negra es producida por la intervención de varios hongos entre esos esta del género *phytophthora*. Esta enfermedad es muy agresiva que causa daños a los frutos del cacao y puede producir pérdidas del 60 % hasta 100% de las plantaciones y esto se debe a que esta enfermedad es muy fácil de esparcirse en las plantaciones.

Figura 7

Mancha negra



Nota. Tomado de (Croptlife, 2016).

Antracnosis es un hongo *colletotrichum gloeosporioides*, el cual infecta a todas las hojas, ramas y mazorcas ocasionando pérdidas innumerables en las plantaciones provocando la

muerte de las plantas y un fácil contagio de estas (Luis, 2018).

Mal de machete esta es una enfermedad que se origina desde el tronco de la planta la cual comienza a realizar problemas en la producción de la planta, este problema es producido por el hongo *Ceratocystis fimbriata*. Esta enfermedad puede ser transmitida por el uso de herramientas sin desinfectar o por insectos que llegan a perforar el tronco del árbol (ARANZAZU, 2012).

Bubas es considerado como hipertrofia o tumor de los cojines florales esto se da por medio de enfermedades que puede recibir la planta haciendo que las partes de estas comiencen a tornarse oscuras llegando así a la muerte de esta. (Enrique, 1981)

Pudrición de raíz es un hongo que se llega a encontrar de forma natural desde el suelo que llega a contagiar a las raíces de la planta haciendo que esta pierda la dureza de esta y se comienza a perder varios nutrientes. Esta planta comenzara a perder el color y así su rendimiento (Lawson, 2021).

Proceso de producción de chocolate

Cosecha y cultivo

Para una empresa chocolatera debe estar consciente que la producción de cacao se puede realizar dos cosechas al año, es decir que las pepas del cacao toman en madurar 6 meses y el agricultor debe estar consciente que deben estar en óptimas condiciones ya que estas pepas estarán destinadas al consumo humano.

Desgrane

El desgrane de la mazorca de cacao partiendo a la mitad extrayendo la pulpa y las habas.

Fermentación

Las pulpas y habas pasan a un proceso de fermentación el cual trata de germinar eliminando la pulpa viscosa el cual poco a poco procede a desarrollar el aroma, el proceso puede durar entre 4 a 7 días.

Secado

Se llega a colocar las pepas de cacao en una tierra para lograr el secado, exponiendo al sol y con esto logra disminuir la humedad para así mejorar sus cualidades ya sea sabor y aroma.

Trituración

Cuando las pepas de cacao llegan a la planta de producción, se pasa a un proceso de limpieza y después de trituración en trozos más pequeños. Los aspiradores se llegan a sacar las cascara dejando solo la haba limpia y triturada llamado grue, se llega a ser tostada en el proceso llamado torrefacción.

Torrefacción

Consiste en un proceso que relaciona el color, sabor y aroma, es precisamente en esta etapa donde el fruto del cacao adquiere los diferentes aromas que en un total son mas de 400, es aquí que se tuesta el producto en un rango de temperatura entre 120 y 150 grados centígrados en un periodo menor a 30 minutos, el tiempo y la temperatura son las variables que se deben controlar para obtener cierto sabor en particular de cada chocolate.

Moliendo

Cuando las habas son molidas y tostadas de nuevo. El molino comienza a generar una temperatura alta todo porque el cacao cuenta con una grasa el cual se lo puede usar en otros productos que sería manteca de cacao. El grano molido comienza a convertirse una masa liquida, esta masa se la identifica como licor de cacao o pasta

Tratamiento de la leche

La leche comienza a emplearse con la azúcar para después mezclarse con la pasta de cacao. Este proceso se lo llega a llamar caramelizarían el cual le da un sabor único al chocolate.

Mezclado

Para el mezclado define la calidad del chocolate.

- Chocolate negro: pasta de cacao, manteca de cacao, azúcar
- Chocolate con leche: pasta de cacao, manteca de cacao, azúcar y leche
- Chocolate blanco: manteca de cacao, azúcar y leche

Refinación

La refinación se da cuando la pasta es sometida a esta máquina que comienza a eliminar las partículas grandes del cacao a través de varios rodillos para después obtener un polvo fino. Este proceso es indispensable define la calidad y su finura.

Conchado

El conchado consiste en un proceso en que la mezcla del producto es amasada durante un periodo de tiempo de días, es en ese momento donde dejara todos los sabores amargos y ácidos para desarrollar los aromas que son característicos del chocolate, esto va de la mano con el toque de finura y untuosidad. También en este proceso se adiciona la manteca de cacao y lecitina para mejorar la fluidez del producto con el aroma natural de vainilla que junto con la torrefacción entrega el producto final.

Templado

Es en esta etapa cuando se pueden añadir diferentes ingredientes que mejoran el sabor tales como avellanas o almendras o cualquier otro ingrediente.

Moldeo y embalaje

En esta etapa por medio de los diferentes moldes se le da al producto la forma deseada, ya sean en forma de bombones, tabletas, etc. posteriormente se los pasa por el túnel de enfriado para luego embalarlo y envasarlos a una temperatura adecuada.

Producción de chocolate y *co-packing*

La empresa chocolatera Seva Chocolates ubicada en el cantón Tosagua en la provincia de Manabí será la encargada de elaborar la formula, la producción y el *co-packing* del chocolate que se exportará hacia Londres, Reino unido.

Seva chocolate es una pequeña- mediana empresa nacional que se dedica a la elaboración de chocolate de varios sabores, combinando distintos ingredientes producidos 100% en el Ecuador, esta empresa que tiene experiencia en el producción de chocolate cuenta ya con toda la capacidad instalada en cuanto a maquinaria y equipos necesarios para la producción que Bandobarra S.A solicita para poder exportar hacia el mercado objetivo, la empresa cumple con todas las exigencias y certificados sanitarios en su planta de producción.

Es importante mencionar que esta empresa solo se ha dedicado a la producción y comercialización dentro del Ecuador.

Capítulo IV: Estudio de mercado

El macro entorno se ha realizado bajo el análisis de varios factores sociales, políticos, tecnológicos y todo lo que esté involucrado con el sector comercial, obteniendo datos que nos pueden ayudar a disminuir el riesgo al momento de entrar al mercado.

Análisis Económico

Londres tiene 9.002 millones de personas, es la capital de Reino Unido el cual tiene un Pib de 2.695.503 miles de euros y un Pib per cápita de 40.216 miles de euros, y tiene una superficie de 243610 km² (Datastore, 2019).

Reino Unido cuenta con una población total de 67'0255.420 y se lo llega a reconocer como una de las economías más grandes del mundo debido a su Pib (Datastore, 2019).

Sin embargo, registra una deuda pública valorado en 2.569.385 millones de euros en tan solo el 2021 y así mismo sus deudas per cápita son 38.334 euros convirtiéndose así en uno de los países más endeudados en el mundo (Datosmacro, 2020).

Reino Unido ocupa el ranking de ser uno de los mejores países con un buen nivel de vida todo eso se debe por su Pib per cápita de 40.216 € euros ocupando el ranking 24 de 196 países. El desarrollo humano que define el progreso del ser humano es muy alto demostrando que el nivel de vida es mucho mejor para las personas , esto nos quiere decir que las habitantes Reino unido no deben preocuparse mucho por necesidades básicas y más bien buscan maximizar sus beneficios propios para tener un buen estilo de vida y todo eso se debe a que en Reino unido hay una gran facilidad de poder hacer negocios generando varias plazas de trabajo como también creando fuentes de ingreso para los habitantes (Macro, 2021).

El entorno político de Reino Unido se ha demostrado que es un país con economía más grande del mundo, pero debido por la pandemia del covid-19 comenzó a empeorar poco a poco desde el 2020, obteniendo una caída de su Pib de 9.8% pero a partir del 2021 cerca del mes de agosto, comenzó a repuntar la economía debido a que la población realizo un plan de vacunarse y eso permitió que la economía pueda fluir debido a que el consumo privado y el público recuperando 6.8 de su Pib y se puede esperar que siga en aumento debido a que las empresas en reino unido comiencen a regresar más fuertes debido a una mayor producción que se ha estado en paro por culpa de esta pandemia y de los proyecto que regresan en producción permitirán que este Reino Unido se vuelva a desarrollar de mejor manera.

Análisis del Entorno Político

Reino Unido consta de dos poderes:

Poder Ejecutivo

El cual la reina ejecuta su papel de jefa del estado, teniendo varios papeles ejerciendo derecho a ser consultada, derecho a conseja y derecho de advertir. Tras las elecciones de primer ministro el cual será la mano derecha de la reina por 5 años y como primer ministro, cuenta con el poder de ejecutar poderes ejecutivos como también poder designar ministerios

Poder Legislativo

Reino unido consta de un sistema legislativo bicameral, dicha cámara se llama: cámara de lores, dichos miembros son nombrados por la reina de por vida y también ésta la cámara de los comunes el cual sus miembros solo duran por 5 años y son escogidos por medio de sufragio universal.

Reino Unido se maneja aun por un sistema de monarquía teniendo como líder principal a la Reina Elizabeth II desde el año 1952 junto con su primer ministro Boris Johnson desde el 24 de julio de 2019.

Londres aun consta de 3 Principales Partidos Políticos.

- Partido laborista
- Partido Conservador
- Partido demócrata

Reino unido ha trabajado demasiado para que se pueda retomar su fuerza económica que tenía antes de la pandemia realizando constantes acuerdos comerciales ya sea con Japón o Estados Unidos, por esa misma razón la económica de reino unido comienza puede retomar su crecimiento y beneficiarse de los acuerdos bilaterales con los tratados que se han desarrollado.

Una de las razones las cuales en Reino unido se llega a tener buenos acuerdos comerciales es por la seguridad de que este país otorga, esta seguridad se llega a justificar por la baja tasa de corrupción por eso la mayoría de los países se sienten confiados en realizar tratados bilaterales y comerciales (Santander, 2020).

Entorno Jurídico

Reino Unido está constituido por una monarquía empleando una democracia parlamentaria. Existe una ausencia de una constitución escrita pero aun así cuenta una principal fuente de derecho consuetudinario, dichas leyes estas basadas en pilares del derecho romano como también derecho moderno continental (Santander, 2020).

Reino Unido consta de Distintas Jurisdicciones

Tabla 2*Jurisdicciones de Reino Unido*

Cámara de los Lores	Es la cámara donde se puede llegar apelar cualquier instancia de leyes inglesa, galesa y no irlandesa.
Tribunal de apelación	Se llega a diferenciar en las salas del ámbito penal y civil.
Tribunal Superior	Dicho tribunal analiza instancias de lo civil, familiar y de la cancillería.
Tribunal de la Corona (Crown Court)	Es el tribunal donde se analizan los delitos de máxima gravedad que llegasen a afectar con la paz.
Juzgado de paz (Magistrates' Court)	La instancia que se ocupa de delitos penales, asuntos familiares y de demandas contra menores.
Juzgados de condado	Llega a intervenir sobre casos civiles como también de problemas familiares
Tribunales	Se ocupan de problemas de inmigración, seguridad social, pensiones e impuestos.

Nota. Jurisdicciones de Reino Unido, Fuente (Bombillar)

Entorno social

Las personas de Reino Unido se caracterizan por ser personas de un alto grado de cultura y etiqueta por esas razones se ha podido desarrollar de manera rápida y pese al gran avance tecnológico del país, ellos aún conservan su cultura y tradiciones.

Dado el alto nivel de cultura y respeto, esto permite que se puedan relacionar de con mayor facilidad con varias personas, dando pauta a que se puede realizar buenos acuerdos comerciales generando mucha confianza a la hora de hacer negocios.

Los tiempos están en constante cambios, pero aun así las personas se adaptan y eso se puede evidenciar por medio de las tendencias, en Reino Unido se ha desarrollado una cultura de consumir chocolate fino y también productos de que estén vinculadas con el veganismo y orgánico demostrando que es una gran oportunidad para comercializar chocolate ecuatoriano porque este demuestra una alta calidad en cuestión de sabor como también el aroma. Esto nos permitirá tener una gran ventaja competitiva en el mercado y así se podrá maximizar los beneficios por medio de la exportación de chocolate fino.

Análisis del micro entorno

Los antecedentes comerciales también se conocen como casos comerciales. Esta sección de la estrategia del proyecto define el entorno del proyecto. También destaca la razón por la cual este específico

Se necesita un proyecto, es por eso que estamos realizando este estudio de factibilidad. Describe la oportunidad que el proyecto capitalizará para obtener una ventaja competitiva.

En esta sección del estudio, se visualiza el entorno empresarial del proyecto. Básicamente, el entorno empresarial describe todos los factores internos y externos que tienen un impacto en el funcionamiento y la rentabilidad del proyecto. Estos factores incluyen clientes, gestión, regulaciones comerciales y oferta y demanda. La identificación de los clientes es el paso principal en el análisis del entorno. Después de responder coherentemente a preguntas como cuáles son las necesidades de los clientes y cómo se pueden satisfacer estas necesidades, la estrategia del proyecto e identificar la oportunidad. La estrategia destaca cómo se podría proporcionar una solución para satisfacer una determinada necesidad de los clientes.

Ambiente económico

Las operaciones comerciales y el bienestar organizacional se ven muy afectados por la condición económica de un país. Reino Unido se está alejando de ser un estado teocrático hacia un estado capitalista. El gobierno londinense controla casi todas las actividades comerciales en el país. La economía de Reino Unido se enfrenta a un declive debido a la disminución de los precios del petróleo en todo el mundo, pasó por un déficit presupuestario el año pasado. El PIB está cayendo después de alcanzar su punto máximo en 2014. La tasa de crecimiento del PIB en 2015 fue de 0,9 en comparación con 1,40 en 2014. El PIB per cápita ha experimentado un crecimiento muy leve.

Reino Unido estaba logrando un buen progreso económico en los últimos años, pero ahora, debido a una desaceleración, su tasa de crecimiento se mantendría alrededor del 3% en los próximos años. Debido a su sacralidad religiosa para los musulmanes, una gran cantidad de visitantes lo visitan cada año, lo que es una fuente de ingresos muy importante. En los próximos años se espera que aumente la afluencia de visitantes.

La población del país también está creciendo, esa es la razón del aumento de la demanda de muchos productos, el gobierno londinense está gastando una gran cantidad en educación, capacitación y desarrollo. Así que la juventud se está uniendo a la fuerza laboral. Sus ingresos y gastos están creciendo.

Las perspectivas del país son bastante brillantes para el futuro. Tales condiciones económicas proporcionan un entorno bastante factible para el establecimiento de un negocio.

Ambiente social

La estructura social de Reino Unido es muy singular, al igual que los valores que sigue su sociedad. Todas las operaciones y funcionamiento de las diferentes empresas soportan un impacto importante de los factores sociales. Como el anglicanismo, se considera el código de conducta, las empresas también deben comportarse de acuerdo con las enseñanzas del anglicanismo. Los londinenses son bastante generosos y la hospitalidad es parte de su religión. El estatus de una persona en su sociedad se determina en relación con la tribu y la familia. La creación de redes es un aspecto muy importante para los negocios de londres (Wellings, 2013). Estas consideraciones sociales tienen implicaciones importantes para las empresas.

La juventud londinense se está ocupando a medida que su gobierno los involucra en los esfuerzos de diversificación económica. Las mujeres también se están incorporando a la fuerza laboral. Su estilo de vida está cambiando. Muchos de los cambios sociales están ocurriendo debido a una tendencia de occidentalización en la sociedad.

El gobierno londinense está gastando una gran cantidad de su presupuesto en educación, por lo que la conciencia y la educación están creciendo entre la población londinense.

Descripción de la Industria

La industria de la chocolatería de Reino Unido está creciendo desde el 2021 y se espera que crezca también en los próximos años. La industria de la chocolatería se puede dividir en tres categorías principales: dulces de chocolate, dulces de azúcar y productos horneados. El segmento de chocolate es el más grande ya que ocupa más del 50% de la participación en el mercado de chocolatería. Los dulces de azúcar constituyen el 24% del mercado total de dulces. Con la creciente emulación del estilo de vida occidental y una gran proporción de población, el chocolate también está ganando popularidad. Las mujeres también se han incorporado a la fuerza laboral. A las mujeres trabajadoras y amas de casa les gusta socializar y lo hacen mientras consumen un chocolate.

En lo que respecta al segmento de chocolatería, la demanda aumenta continuamente, aunque la economía londinense experimentó una caída debido a la caída de los precios del petróleo. El consumo de muchos bienes de consumo, incluida la categoría de alimentos y bebidas, experimentó una desaceleración, pero el consumo de chocolate está en constante crecimiento, y se afirman muchas razones detrás de esta tendencia. Muchas personas de la sociedad londinense toman el chocolate Premium como un símbolo de estatus. Los principales actores de la industria han introducido muchos productos nuevos y las campañas de marketing capitalizaron el apego emocional de los clientes a sus productos.

La chocolatería de Reino Unido se está beneficiando del hecho de que más del 25 % de la población del país está compuesta por niños menores o iguales a 14 años (EuroMonitor International, 2016).

Esto ayudó a la industria a mantener su crecimiento a pesar de las adversas condiciones económicas del país. A los niños pequeños del campo les encantan los dulces de azúcar. Estos dulces de azúcar se suministran en las pequeñas tiendas locales conocidas como Baqalahs, donde los niños pueden obtenerlos fácilmente.

Competencia

Los competidores están tratando de ofrecer diferentes productos para poder crear su propia identidad separada en el mercado. Los competidores también están siguiendo estrategias agresivas de promoción y distribución en este sentido. Muchos pasteleros también están ofreciendo sus productos a precios más bajos para atraer a los clientes. En dulces de panadería, *Mondelez International Inc.* es el competidor más grande. Según *Euromonitor International* (2015), el valor de las ventas minoristas de la empresa se estimó en 125,6 millones de dólares estadounidenses en Reino Unido.

Cualquier empresa podría ingresar fácilmente al mercado de chocolatería de Reino Unido, por eso están ingresando muchas empresas nuevas. El alto potencial de crecimiento está atrayendo a muchos jugadores locales y extranjeros. Pero como se mencionó anteriormente, el mercado no está saturado, por lo que todas las empresas podrían hacer crecer su negocio.

Los productos sustitutos son una gran amenaza y limitan el alcance de un aumento de precios. Si los consumidores están mejor organizados, pueden elegir en términos de productos disponibles y pueden crear presión sobre las ganancias, lo que hace que el segmento no sea atractivo. Similarmente,

El suministro a tiempo de materia prima de alta calidad es esencial para el buen funcionamiento de la red gourmet. Este factor juega un papel clave en el resultado final, pero como hay muchos proveedores de materias primas y no están muy bien organizados, el poder de negociación de los proveedores no es una amenaza para la organización.

Prince Long Food Limited

Esta organización tiene está ubicada en Canadá que se dedica dentro del comercio mundial él envió de productos agrícolas, ofrece una operación en la logística para enviar de una manera segura diferentes tipos de cereales y aceites al granel desde el sitio de producción y almacenamiento hasta los puntos de demanda en diferentes partes del planeta. Esta empresa cuenta con diferentes divisiones como la de compras, logística, documentación y finanzas. El

lugar en donde está ubicada la sede es en Columbia Británica, la empresa también tiene una oficina de compras en el estado de California en EE.UU, los pedidos anuales actuales son de 8, 6 millones de toneladas de soja; 1, 9 millones de toneladas de soja; 1, 1 millones de toneladas de aceite de colza; 500.000 toneladas de sorgo; 900.000 toneladas de maíz; 300.000 toneladas de trigo; 30.000 toneladas de linaza.

Figura 8

Prince Long Food Limited



Nota. Logo de Prince Long

Pierre Papparoti.

Es empresa contiene los dos perfiles a la fabricante y distribuidor en el campo de cacao y chocolate y de diferentes tipos de golosinas de cacao, chocolatería, y tabletas de chocolate. Tiene su sede en Greenford, Reino Unido.

Figura 9

Pierre Papparoti



Nota. Logo de Pierre Papparoti.

Black Mountain Gold Chocolate.

La empresa BLACK MOUNTAIN GOLD CHOCOLATE, es una Minorista, que desarrolla su actividad en el sector Cacao y chocolate. De igual manera tiene una presencia en el área de la elaboración artesanal de praliné, Chocolatería artesanal, chocolate, y Caramelo a la mantequilla salada.

Figura 10

Black Mountain Gold Chocolate



Nota. Logo de Black Mountain Gold Chocolate.

Clientes Londinenses

Los consumidores londinenses no se ven afectados en gran medida por una economía en declive. Las tendencias de gasto y compras siguen siendo casi las mismas. Pero se ha producido un cambio hacia una venta minorista moderno a medida que las personas se alejan de los enfoques conservadores. La gente está tratando de copiar los hábitos de consumo de los consumidores de los países occidentales, especialmente el hábito de comprar alimentos. La población más joven está más inclinada a seguir la tendencia de occidentalización en todo; esta tendencia tiene un profundo impacto en la demanda de muchos productos. También está aumentando el número de trabajadores extranjeros que está dando lugar a un aumento en la demanda de alimentos internacionales.

La tendencia de salud y bienestar está afectando el consumo de dulces en todo el mundo. Las personas en su juventud en Reino Unido se están volviendo conscientes de la dieta, pero todavía una gran parte de la población londinense ama los alimentos azucarados.

Los datos demográficos que utilizará el negocio para segmentar el mercado incluyen el nivel de educación, la clase social, el género, los niveles de ingresos y la ubicación geográfica. También atenderíamos a clientes conscientes de la salud. Muchas mujeres, personas mayores, personas con diabetes y colesterol alto quieren consumir productos saludables. Por lo tanto, para estas personas se podrían producir productos bajos en calorías y bajos en grasas.

Demanda de chocolate

Según *Euro monitor International*, el gasto per cápita en chocolate en Londres es de 41 USD. Reino Unido ocupa el quinto lugar en el mundo en gasto individual en chocolate. El mercado del chocolate de la región está creciendo continuamente en Londres. El chocolate importado se utiliza para satisfacer la creciente demanda. En 2014 se importaron 250 toneladas de chocolate. En los festivales, el consumo de chocolate se multiplica.

Factores que influyen el lado de la demanda.

- Notable crecimiento de la población: en la actualidad, la población londinense supera

los 28 millones y en los próximos años seguirá creciendo aún más.

- Gran número de personas visitan Reino Unido cada año.
- La conciencia sobre la salud está creciendo.
- Los hábitos de gasto de los consumidores londinenses no han cambiado debido a la recesión mundial o a su propia recesión económica.
- Creciente influencia occidental en la juventud londinense
- Factores que afectan el lado de la oferta
- Recesión económica por la caída de los precios del petróleo
- Incertidumbre con respecto al crecimiento
- Disminuyeron los subsidios a la electricidad y la gasolina
- Aumento de impuestos
- Aumento en los precios de la gasolina
- Los fabricantes están reduciendo sus gastos

Tabla 3

Descripción del caso del proyecto

Clientes	<ul style="list-style-type: none">• Inicialmente, personas que vivían en Londres y después de eso de toda Reino Unido de diferentes orígenes sociales, culturas, edades y niveles de ingresos.• Clientes con gustos occidentales• Clientes conscientes de la dieta y la salud.• Clientes jóvenes• Visitantes
----------	--

Meta	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de una red minorista gourmet de lujo • Aumento de la cuota de mercado del 5 % en el primer año al 25 % en el cuarto año en la región occidental • Mayor presencia geográfica • Innovación de productos para crear dulces orgánicos y dulces con aditivos naturales. • Desarrollo de productos personalizados. • Satisfacer las necesidades de los visitantes • Atender a los extranjeros que hacen negocios o trabajan. • Fortalecimiento de la reputación de la marca.
------	---

Nota. Elaborado por autores (2022).

Análisis de mercado actual

Al igual que en la sección de estrategia, se indica que atenderíamos a personas de todos los diferentes niveles sociales, étnicos, de edad y educativos. También atenderíamos el nicho de personas conscientes de la salud y el bienestar. Los jóvenes con inclinación hacia las formas de vida occidentales también constituirían otro nicho para el negocio. En este contexto, analizaríamos el mercado desde estas tres perspectivas.

La demanda de dulces está creciendo en Reino Unido. Según un comunicado de prensa de *Tech Sci Research*, se espera que sus ingresos y ganancias aumenten a 2,26 USD en los próximos dos años. Está creciendo al ritmo más rápido de los últimos años en Londres.

El aumento del ingreso per cápita de Reino Unido, el aumento de la demanda de venta minorista de alimentos y productos de chocolatería podría señalarse como las razones del crecimiento sin precedentes de la industria. En todo el sector de procesamiento de alimentos, el más famoso es la industria de la chocolatería. La economía de Reino Unido está creciendo a un ritmo acelerado, a diferencia de muchos otros Medio Oriente, su sistema político es estable. Es un país populoso y su población crece continuamente.

Según *Agriculture and Agri-Food Canadá* (2016), la tendencia de salud y bienestar está creciendo en el Reino Unido. La gente está preocupada por su estado físico y su perspectiva. Las mujeres están más preocupadas por su estado físico y su salud. Quieren consumir productos saludables para que a través de su dieta puedan controlar su aporte calórico y de azúcar. Los medios de vida saludable relacionados con el ejercicio o el gimnasio no son muy populares entre las mujeres de Londres.

Entre los grupos de edad avanzada, ahora a través de una mayor exposición a los medios y las iniciativas dirigidas por el gobierno, está aumentando la conciencia sobre los problemas de salud que podrían surgir debido al alto contenido de azúcar en la dieta. Ellos, ahora, quieren productos más saludables. Para mejorar su calidad de vida, los londinenses quieren reducir la obesidad, la diabetes y otras enfermedades relacionadas con el colesterol.

Muchas empresas de bienes de consumo ahora están capitalizando la tendencia y satisfaciendo la necesidad de Reino Unido de insumos naturales fortificados. TV satelital, que permitió a los londinenses educarse sobre cómo mantener una buena salud y satisfacer el deseo de una mejor calidad de vida. Debido al interés de los jóvenes en un estilo de vida saludable, aquellas empresas que están introduciendo productos saludables podrían beneficiarse mucho.

La población joven se interesa por los ingredientes del producto. Para ellos, el contenido de grasa y el contenido calórico de un producto también son importantes. Los productos frescos que se producen orgánicamente podrían ganar fácilmente una buena participación de mercado en el Reino Unido. Debido al interés de los jóvenes en un estilo de vida saludable, aquellas empresas que están introduciendo productos saludables podrían beneficiarse mucho.

Los productos frescos que se producen orgánicamente podrían ganar fácilmente una buena participación de mercado en el Reino Unido.

El análisis actual del mercado del chocolate muestra que el consumo de chocolate está creciendo. Aunque debido a la reducción de los precios del petróleo, la economía se enfrenta a una recesión, pero el gobierno ha comenzado a hacer de su economía una economía diversificada que depende menos del petróleo. La rentabilidad también es un objetivo del consumidor, pero no es una prioridad. A la gente le gusta adoptar un estilo occidental por el que están dispuestos a pagar un precio superior.

Descripción del caso del proyecto

Aunque hay una recesión económica en Reino Unido debido a la caída de los precios del petróleo, el gasto de los consumidores está creciendo. A medida que crece la educación y la conciencia, algunos de los grupos de edad de la población londinense se están volviendo

conscientes de la salud, pero a la mayoría de las personas todavía les encantan las dietas azucaradas, especialmente los niños.

Casi el 30% de la población londinense está compuesta por niños menores de 15 años, mientras que casi la mitad de su población está formada por personas cuya edad es menor o igual a 25 años. Las tasas de crecimiento de la población de Reino Unido son notables. La juventud de Reino Unido está muy inclinada hacia el estilo de vida occidental que está afectando su comportamiento alimentario.

En general, a la sociedad de Reino Unido todavía le gusta comer alimentos azucarados. Están menos preocupados por el conteo de calorías. El gasto de los consumidores crecería y la actitud y el comportamiento de los consumidores permanecerían sin cambios. Todo esto proporciona una sólida base comercial para nuestra iniciativa de chocolatería. Pero como se mencionó anteriormente, un segmento específico de clientes conscientes de la salud está creciendo.

Nuestra empresa ha identificado que, si pudiera proporcionar a las personas productos internacionales de alto nivel, así como también chocolates de calidad superior y con ingredientes nuevos como la Flor de Jamaica, podría generar buenos ingresos a lo largo de los años.

Creciente presencia geográfica

Inicialmente Londres será el mercado objetivo. Sin embargo, en el futuro buscamos cubrir toda la región occidental y todas las ciudades cosmopolitas a partir de entonces. El motivo de esta estrategia de entrada paso a paso es que se quiere asegurar de que se cuenta con la estructura organizativa adecuada antes de embarcarse en nuevas áreas, así como de que los recursos financieros se aseguran orgánicamente. Se eligió Londres principalmente por su proximidad al puerto, que será un factor importante en nuestra estrategia a largo plazo.

Cuota de mercado objetivo

Aunque existe una dura competencia en la industria, el objetivo es aumentar continuamente nuestra cuota de mercado. Para el primer año, el objetivo es del 3 %, pero en los próximos tres años, el objetivo será aumentar la participación de mercado en un 10 % en la región occidental de Reino Unido.

INCOTERMS

El comercio internacional es complicado y si bien no hay dos países que tengan exactamente las mismas leyes, cuando se trata de fletes hay muchos preceptos que están estandarizados a nivel mundial.

Esto significa que no importa desde dónde realice el envío, se encontrará con las mismas regulaciones. Uno de los ejemplos más destacados de esta estandarización es el Término Comercial Internacional, o *INCOTERM*.

En pocas palabras, un incoterm es el contrato estándar que se utiliza para definir la responsabilidad por el envío de mercancías. Establece claramente qué tan avanzado el proceso el proveedor se asegurará de que sus productos se muevan y en qué punto el comprador se hace cargo del proceso de envío. También tiene implicaciones para sus costos totales de flete.

Free of Board

Primero, definamos qué significa FOB (franco a bordo) desglosándolo palabra por palabra. El término 'free' se refiere a la obligación del proveedor de entregar los bienes en un lugar específico, para luego transferirlos a un transportista.

En otras palabras, el proveedor está “libre” de responsabilidad. 'A bordo' simplemente significa que las mercancías están en el barco. Como tal, el envío FOB significa que el proveedor conserva la propiedad y la responsabilidad de los bienes hasta que se carguen 'a bordo' de un buque de transporte. Una vez en el barco, toda la responsabilidad se transfiere al comprador.

Para aclarar más, sigamos el proceso de envío FOB:

- Usted compra productos de un proveedor en China y acepta los términos de envío FOB. Los siguientes tres pasos del proceso se llevan a cabo a expensas del proveedor.
- Sus productos se empaquetan y cargan en un camión (u otra forma de transporte) en el almacén del proveedor (u otra instalación).
- El camión lleva la mercancía al puerto.
- Las mercancías se cargan a bordo del buque de transporte.
- Una vez a bordo, el resto del viaje desde Reino Unido ahora es su responsabilidad y su gasto.
- Hay situaciones en las que usted puede ser responsable de cubrir los costos antes de que sus bienes estén a bordo.

Cuando envía carga suelta (es decir, no un contenedor completo), por ejemplo, sus productos deben pasar por una estación de carga de contenedores (CFS) para consolidarse en un contenedor.

Algunos proveedores no cubren el costo de consolidación.

Los calificadores de punto de envío FOB y destino a veces se utilizan para reducir o ampliar la responsabilidad del proveedor en un acuerdo de envío FOB.

Con el punto de envío FOB, la propiedad de los bienes se transfiere al comprador una vez que salen del punto de envío del proveedor.

A partir de ahí, el título de los bienes se transfiere del proveedor al comprador inmediatamente y si algo le sucede a los bienes en cualquier etapa del viaje hasta el comprador desde allí, el comprador asume toda la responsabilidad.

Con destino FOB, la propiedad de los bienes se transfiere al comprador en el muelle de carga del comprador.

Tras la entrega de los bienes en el destino, el título de los bienes se transfiere del proveedor al comprador.

Si algo le sucede a la mercancía en cualquier tramo del viaje hasta el comprador, el proveedor asume toda la responsabilidad.

Cuando los términos son FOB punto de embarque, el proveedor renuncia a toda su responsabilidad por los bienes en su punto de embarque y el comprador está obligado a cubrir los costos de flete necesarios para llevarlos al lugar deseado.

Clasificación arancelaria Chocolate en barra

Tabla 4

Clasificación arancelaria Chocolate en barra

18.05	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante.
1805.00.00.00	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante
18.06	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao.
1806.10.00.00	- Cacao en polvo con adición de azúcar u otro edulcorante
1806.20.10.00	- - Sin adición de azúcar, ni otros edulcorantes
1806.20.90.00	- - Los demás
	- Los demás, en bloques, tabletas o barras:
1806.31.00.00	- - Rellenos
1806.32.00.00	- - Sin rellenar
1806.90.00.00	- Los demás

Nota. Tomado de (ARANZAZU, 2012).

Clasificación por mercado.

Mercado Común de África Oriental y Austral COMESA

Las mercancías se consideran originarias si han sido producidas en los Estados miembros totales o parcialmente a partir de materiales importados de fuera de los Estados miembros o de origen indeterminado siempre que:

- El c.i.f. el valor de esos materiales no exceda el 60% del costo total de los materiales utilizados en la producción de los bienes;
- El valor agregado resultante del proceso de producción representa al menos el 35% del costo en fábrica de los bienes;
- Fabricación a partir de materias clasificadas en una partida diferente a la del producto, excepto a partir de materias de la partida 18.03.

Comunidad de Desarrollo de África Austral SADC

- Fabricación en la que: todas las materias utilizadas se clasifican en una partida diferente a la del producto; y todos los materiales del Capítulo 17 utilizados ya deben ser originarios.

Certificado de Conformidad EAC

Las mercancías se consideran originarias si han sido producidas en los Estados miembros totales o parcialmente a partir de materiales importados de fuera de los Estados miembros o de origen indeterminado siempre que:

- El c.i.f. el valor de esos materiales no exceda el 60% del costo total de los materiales utilizados en la producción de los bienes;
- El valor agregado resultante del proceso de producción representa al menos el 35% del costo en fábrica de los bienes;
- Fabricación a partir de materiales clasificados en una partida diferente a la del producto excepto de las partidas 1701 y 1805 - Esto excluye la fabricación a partir de azúcar de caña o remolacha y polvo de cacao no originarios

Sistema de preferencias generalizadas SPG de la Unión Europea

Fabricación de materias de cualquier partida, excepto la del producto, y en la que el valor de todas las materias del capítulo 17 utilizadas no exceda del 30 % del precio franco fábrica del producto.

Proceso de exportación

Negociación

La empresa tendrá relaciones asociativas con cadenas minoristas de Londres como lo son Marks & Spencer la cual nos elige por la innovación que produce el producto a precios accesibles.

País

El país en el que se realiza la negociación es Reino Unido.

Cliente

El cliente es la cadena de mini supermercados Marks & Spencer, la cual se dedica a la venta de artículos para el consumidor final desde abastos, no perecibles, ferretería, ropa hasta bienes de uso personal.

Origen: Puerto en Guayaquil – Ecuador

Puerto de Destino: Londres – Reino Unido

Términos del contrato

El contrato se realiza previo pago del 60% por parte de la empresa Marks & Spencer, con estos valores se realiza el proceso de compra de *co-packing* cubriendo el costo total de la venta y dando paso a reducir el riesgo a únicamente el margen de utilidad.

Término de negociación

Se utilizará el Incoterm FOB, también llamado Free of Board donde la empresa está obligada a la entrega de los lotes al puerto ubicada en Guayaquil, la naviera Ocean Cargo será la que asume los riesgos de envío hasta la llegada al puerto de Londres.

Tipo de carga

La mercancía será enviada por medio del uso del transporte fluvial por LCL, cuyo tiempo promedio de llegada es de 3 semanas.

Definición de Producto

La definición del producto informa sobre el tipo de producto, los usos y el alcance. La fábrica estará especializada en comida gourmet casera de alta calidad. Se producirán chocolates con flor de Jamaica.

Los productos de nuestra empresa se distinguirán de los demás por su material único, pero de alta calidad; nos gustaría crear una experiencia increíble para los clientes.

También se distribuirán los productos en oficinas corporativas y supermercados en Londres. Los consumidores de los productos incluirían personas que viven en Londres y la región occidental de Reino Unido de diferentes orígenes, etnias, grupos de edad, antecedentes

educativos, etc. También se atraería a los clientes conscientes de la salud y la dieta.

Criterios de éxito y fracaso

Para desarrollar una expectativa realista de un proyecto, también necesitamos evaluar qué dificultades o riesgos podrían impedir su éxito.

Vamos a presentar productos de proveniencia de Ecuador; podría ocurrir una posible falla si los clientes no aceptaran el sabor. La evitación de los clientes podría limitar nuestra capacidad para lograr la participación de mercado deseada. También nos gustaría atender a los consumidores conscientes de la dieta y la salud, para lo cual necesitamos posicionar los productos en el mercado de una manera diferente, si no logramos desarrollar una estrategia de posicionamiento distintiva, podría obstaculizar el éxito. El fracaso en la introducción de productos nuevos e innovadores que puedan satisfacer los gustos y necesidades cambiantes de los clientes también podría traer el fracaso del negocio.

El éxito también depende de aumentar la participación de mercado, es decir, si pudiéramos lograr la participación objetivo, eso sería una señal del éxito. También nos gusta construir una imagen distintiva y popular de nuestra marca, pero el aumento del costo de los insumos y el aumento del costo del empaque podrían obstaculizar el camino.

Estrategia de Penetración de Mercado

Como el mercado de productos gourmet ya existe. El plan es mejorar nuestra cuota de mercado. Para penetrar en el mercado, es esencial contar con una marca fuerte, para lo cual planeamos realizar una fuerte campaña de promoción. Como vamos a ofrecer productos premium, no se pueden bajar los precios de los productos para penetrar en el mercado.

El empaque moderno y agradable y la distribución a través de canales selectivos ayudarán a mejorar la penetración de los productos en el mercado. Comercializar los productos de manera agresiva, a través de muchos medios diferentes, inundaremos el mercado con información sobre los productos. Saturar el mercado utilizando todos los diferentes canales de distribución. Mejorar la visibilidad de los productos ofreciéndolos en todos los principales bancos de la ciudad de Londres como Samba y NCB, etc. también se verían inundados por los productos.

Después de penetrar en el mercado de Londres, trasladar a la región occidental de Reino Unido y luego a todo Reino Unido. Los nuevos mercados de la fábrica se segmentarán según los antecedentes sociales, las culturas y el origen étnico, la edad y los niveles de ingresos.

Propuesta de venta distintiva

Disfrute de la mejor experiencia dulce con nosotros.

Esta propuesta de venta nos diferenciaría de los rivales, ya que dice claramente ofrecer

productos que son premium, superiores y de alta calidad. Después del análisis de mercado, pudimos ver que las personas en Londres y el resto de Reino Unido quieren tener dulces de mejor calidad y de alta gama. También les encanta probar la variedad internacional como el país está gastando una gran cantidad en la importación de dulces internacionales de alta calidad.

Algunas grandes marcas internacionales premium también lo están haciendo muy bien. Entonces, si se puede brindar a las personas buena calidad y variedad integral, definitivamente se alcanzara el éxito.

Estrategia de precios y posicionamiento

Como el mercado al que vamos a atender está menos preocupado por cuestiones como la asequibilidad, quieren disfrutar del sabor, la calidad y el ambiente, por lo que una estrategia de precio alto es la mejor opción. Esto nos permitirá mantener nuestra alta calidad. La empresa Bandobarra S.A comenzara el primer año a comercializar el chocolate con flor de Jamaica a empresas mayoristas de alimentos y bebidas del Reino Unido, por lo que ellos se encargaran de la distribución en Londres, en tiendas, supermercados o a los minoristas.

Un precio más alto ayudará a crear un alto valor en la percepción de los clientes (Ashes-Edmunds, nd). El mayor valor percibido en la mente de los clientes nos permitiría vender a un precio más alto que los competidores. Los clientes tomarían el precio más alto como una garantía de que el producto es de mayor valor o de mayor calidad en comparación con otros productos similares en el mercado.

El precio que se cobrara al mayorista por la unidad de barra de chocolate será de \$2,75, por lo que ellos los podrían distribuir desde \$4,25 hasta \$6,80.

Los colores y el empaque también serían atractivos, adicional tendrá plasmado en el empaque información sobre donde se produjo el chocolate, el beneficio que trae a las comunidades productoras de cacao en Ecuador y los productores de flor de Jamaica, con nuestras buenas prácticas de comercio justo y la creación de fuentes de empleos directos e indirectos.

Plano de Distribución

La forma en que se distribuirá los productos también revelaría el valor del producto en términos de calidad y experiencia. Vender productos solo a través de algunos canales de distribución selectivos para que podamos alinear nuestra estrategia de distribución con nuestra estrategia de precios y posicionamiento.

Elementos de marketing

Como se inicia el negocio, se debe mantener contacto con los clientes actuales y futuros. Esto es esencial para la publicidad del negocio. El material de marketing ayuda en este sentido.

Así terminando con el desarrollo del sitio web, catálogo y tarjeta de presentación. Se dejan folletos impresos.

Estrategia de marketing en línea

Para desarrollar una estrategia en línea, se debe idear la estrategia de optimización de palabras clave. Como se mencionó anteriormente, el trabajo en el sitio web de la empresa ya está completo. Tendríamos la necesidad de seguir actualizando los sitios web para garantizar su optimización para los motores de búsqueda.

Para aumentar las ventas, necesitamos hacer que el sitio web sea más persuasivo. La comodidad de navegación sería una ventaja añadida.

Pay Per Click también funcionaría bien para el negocio. Cuando los prospectos estarían buscando productos del tipo, esta estrategia en línea mostraría el anuncio. Por lo tanto, le daría una oportunidad a nuestra empresa de exponerse directamente a los prospectos.

Estrategias de conversión

Estas estrategias nos ayudarían a convertir prospectos en clientes.

Comprender a los clientes e idear una solución.

Ya estamos tratando de comprender a través de estudios de mercado qué necesitan los clientes. Entender que los clientes necesitan consistencia en la calidad y una amplia variedad de productos. Se están volviendo conscientes de la salud y la dieta. Los clientes también incluyen personas de otras culturas y etnias. Entender las preocupaciones de todos ellos y estamos elaborando una solución al crear una red gourmet de primer nivel que podría satisfacer las necesidades de los diferentes clientes de manera bastante completa. Profundizar en las necesidades de los clientes y luego idear una solución es una estrategia de conversión que podría funcionar mejor para el negocio.

Lograr que los clientes nos recomienden.

Como vamos a ofrecer una calidad superior, una gama alta y una variedad integral a los clientes, también hacer que los clientes participen en la promoción del negocio con nosotros. Esta estrategia podría ayudar a mejorar el crecimiento de nuestra base de clientes. El boca a boca de un amigo o familiar importa mucho. Así que el programa de recomendación de clientes seguramente mejoraría los ingresos.

Cuando el sitio web esté listo, en la parte superior de cada página del sitio web, mostrar este mensaje: "Recomiéndanos con un conocido de tu familia o un amigo, y obtén un cupón de 10 riales londinenses".

Después de un tiempo, también iniciar un programa de referencia en el que el cliente que nos recomiende a sus amigos y familiares obtendrá un chocolate gratis.

Mezcla de marketing

La mezcla de marketing consta de cuatro P de marketing, que incluyen Producto, Precio, Plaza, Promoción.

Producto

La primera P, producto, se ocupará de la cantidad de líneas de productos que nuestra empresa brindará. Los productos que vamos a ofrecer son bastante similares en el sentido de que podríamos usar tecnologías similares para desarrollar los productos, pero con el uso de la flor de Jamaica.

Precio

En cuanto a los precios de los diferentes productos, ofrecer productos de precio accesible, ya que este precio está de acuerdo con nuestra estrategia de posicionamiento. Vamos a entregar productos frescos y de alta calidad a los clientes. Pero si un producto se encuentra defectuoso, la empresa asumirá la responsabilidad y devolverá el pago completo y se disculpará.

El precio es de USD 2,75 lo cual en libras esterlinas es de 2,34.

Promoción

Se utilizarán técnicas agresivas de marketing y promoción para hacer crecer el negocio en el entorno competitivo del mercado del chocolate. Para introducir el producto en el mercado y ganar el interés de los clientes, ofrecer pruebas gratuitas en la etapa inicial. Los paquetes de productos también se desarrollarían agrupando productos juntos, mejorará su atractivo para los clientes.

La empresa se hará responsable del sabor y la calidad del producto. También se estarían desarrollando campañas en los medios. Utilizaríamos la televisión, la radio y las redes sociales para promocionar el producto. Necesitamos revender los productos a supermercados y tiendas corporativas, para atraer a estos clientes, necesitamos dar garantía de calidad. El uso de las redes sociales está ganando popularidad. Así que utilizar este medio para promocionar el producto.

Promoción de ventas

Se ofrecerán los productos a los supermercados, utilizando esquemas de promoción de ventas tanto comerciales como de consumidores. Ofreciendo el esquema de que, si algún supermercado va a comprar un paquete de 25 chocolates, obtendrá tres gratis. También podríamos ofrecer un descuento de algún porcentaje. Esto ayudará a mejorar la presencia en los estantes de la empresa. Atraerá a los distribuidores corporativos y de supermercados a

comprarnos más. Esta estrategia sería útil para mejorar el espacio en los estantes de los productos de chocolate. Los supermercados evitarán el desabastecimiento una vez que sus consumidores finales se acostumbren a los productos.

Política de marca

Para mejorar el reconocimiento de nuestra marca, la marca es imprescindible. También ayudará a mejorar la información sobre productos de chocolate con flor de Jamaica. Nuestra distribución geográfica no es muy amplia. Todos los productos están interrelacionados con respecto a su fabricación, uso y distribución. Entonces, seguir una marca familiar es una estrategia de marca adecuada. Intentar obtener una reacción positiva a diferentes productos, como reacciones positivas hacia un producto.

Lugar

Como se mencionó en la estrategia de distribución, utilizando tres canales de distribución. Nuestra distribución también sería agresiva. Centrados en mejorar la visibilidad de los productos a través de nuestra estrategia de distribución. El entorno y el ambiente y el nivel de servicio en estos puntos de venta estarían de acuerdo con nuestra estrategia comercial. Los clientes corporativos incluyen bancos como SAMBA, NCB, etc.

Compradores Regulares o Tradicionales

En un informe de Williams (2016) sobre el mercado de chocolatería de Reino Unido, se afirma claramente que el valor de este mercado crecería más en los siguientes cinco años, es decir, de 2016 a 2020, en comparación con los cinco años anteriores. Según TradeArabia, que brinda noticias e información sobre la comunidad empresarial árabe, el gasto per cápita anual en chocolate de los consumidores londinenses es mucho mayor que el gasto per cápita regional promedio. La población también está creciendo constantemente, según el sitio *web* de *Country Meters*, la población del Reino de Reino Unido está creciendo a pasos agigantados. Su tasa de crecimiento fue de 2,31 en el año 2016.

Los líderes mundiales en la producción de chocolatería y chocolate están haciendo grandes inversiones en Londres debido a su creciente población, los hábitos de consumo de sus residentes y su poder adquisitivo debido a la mejora de los ingresos (TradeArabia, 2015).

Todavía se gasta una gran cantidad de reservas extranjeras en la importación de chocolates y dulces caros y de primera calidad. Si, como productor local, pudiéramos producir dulces premium y de alta gama, podríamos ganar clientes fácilmente.

Lo que se debe hacer es producir productos que estén de acuerdo con el mercado y los gustos y preferencias del consumidor, por lo que la orientación al mercado y la innovación

serían nuestras principales estrategias.

Compradores conscientes de la salud

Muchos de los londinenses sufren de presión arterial alta, diabetes, obesidad y deficiencias vitamínicas. Debido a todo esto, el concepto de salud del consumidor está cobrando importancia. Algunos segmentos particulares de la sociedad se están volviendo cada vez más conscientes de su salud.

En cuanto a sus elecciones alimentarias, cada vez optan más por alternativas más saludables. Su prioridad es el sabor, pero también quieren productos que contengan vitaminas y nutrientes saludables. Quieren reducir su consumo de calorías y azúcar también. Las mujeres en general y las madres en particular quieren una alimentación sana.

La emulación de la cultura occidental también apoya esta tendencia. Los jóvenes que están creciendo en la era de la alta penetración de Internet y las redes sociales también están dando fuerza a esta tendencia.

Tabla 5

Perfil del consumidor

Años	3 y superior
Género	Tanto masculino como femenino
Clase social	Clase media y superior a la media
Nacionalidad	Todos
	Por encima de 500 USD
	Todos

Nota. Realizado por el autor (2022).

Capítulo V: Estudio Financiero

El propósito de la viabilidad del mercado es el análisis del mercado para poder evaluar la competencia del mercado e identificar los mercados potenciales. Ayudará en la evaluación de la idea de negocio. Al igual que todos los demás estudios de viabilidad, el estudio de viabilidad de mercado evalúa si el negocio funcionaría y cómo funcionará. También ayudará en la identificación de problemas.

Los clientes se ubicarían en el segmento de ingresos medios y altos. Atender a personas de todas las diferentes nacionalidades y religiones y grupos de edad según se considere la demografía para penetrar en el mercado rápidamente.

Los arreglos de flete para transportar los productos finales forman parte de esta sección. Esta sección muestra el camino de cómo la empresa entregará el producto, incluida la información sobre la producción en *co-packing* y el almacenamiento del producto del chocolate de flor de Jamaica.

Además, los lotes de los primeros dos meses correspondientes al requerimiento del cliente en Londres serán cubiertos por un previo pago anticipado del mismo, por ende, no será considerado dentro de la inversión de los socios.

Para la obtención de los valores iniciales se realizó una cotización en la cual se detallan todos los costos de inversión iniciales que son luego referenciados en la tabla, por lo que son valores actualizados al año presente.

Inversión inicial

Tabla 6

Inversión inicial

Cantidad	Activos	Valor de Adquisición	
		Individual	Adquisición Total
3	Computadores	\$ 550,00	\$ 1.650,00
2	Teléfonos	\$ 77,00	\$ 154,00
1	Caja Registradora	\$ 78,00	\$ 78,00
1	Software contable	\$ 50,00	\$ 50,00
1	Equipo de limpieza	\$ 62,00	\$ 62,00
1	Counter recepción y caja	\$ 280,00	\$ 280,00
4	Escritorios	\$ 180,00	\$ 720,00
2	Reguladores de computador	\$ 60,00	\$ 120,00

Nota. Elaborado por el autor.

Tabla 7

Inversión en capital de trabajo

Meses a empezar	Inversión en Capital de Trabajo		
1	Costos fijos al empezar	\$4.426,00	\$4.426,00
1	Gastos de constitución (legalización de la empresa)	\$1.200,00	\$1.200,00
2	Depósito en garantía de arriendos	\$400,00	\$800,00
	TOTAL		\$6.426,00

Nota. Elaborado por el autor.

El total de inversión en capital de trabajo fue de \$6.426 dólares.

Tabla 8

Total, de la Inversión Inicial

Total, de Inversión Inicial	
Inversión en Activos Fijos	\$3.114,00
Inversión en Capital de Trabajo	\$6.426,00
	\$9.540,00

Nota. Elaborado por el autor.

El total de la inversión inicial es de \$9540 dólares americanos, los cuales comprenden la inversión en capital de operaciones y capital de trabajo, los cuales denotaron valores de \$3114 y \$ 6426 dólares respectivamente.

Financiamiento de la inversión

Tabla 9

Financiamiento de la Inversión

Financiamiento de la Inversión de:		\$ 9.540,00
Socios	\$ 6.678,00	70%
Préstamo	\$ 2.862,00	30%

Nota. Elaborado por el autor.

El financiamiento de la inversión es de un 70% por parte de los socios y un 30% por parte de un crédito realizado a Banco del Pacífico por \$2862 dólares a una tasa de interés del 11.15% en 60 cuotas de \$62,44. Los intereses del crédito son de \$884 dólares con 47 centavos.

Tabla 10

Condiciones del préstamo

Condiciones del préstamo	
Capital	2.862,00
Tasa de interés	11,15%
Número de pagos	60
Fecha de préstamo	1-ago.-22
Cuota mensual	62,44
Intereses del préstamo	884,47

Nota. Elaborado por el autor.

La amortización de la deuda anual denota un pago por intereses menor año a año y un aumento del pago de capital, así también un valor constante de dinero en servicio de la deuda anual.

Tabla 11*Amortización de la Deuda Anual*

Años	2.023	2.024	2.025	2.026	2.027
Pagos por Amortizaciones	\$ 452,86	\$ 506,02	\$ 565,41	\$ 631,78	\$ 705,94
Pago por Intereses	\$ 296,43	\$ 243,28	\$ 183,88	\$ 117,52	\$ 43,36
Servicio de Deuda	\$ 749,29	\$ 749,29	\$ 749,29	\$ 749,29	\$ 749,29

Nota. Tomado de Banco del Pacífico (Pacífico, 2022).

Elaboración del producto

Los componentes del producto son cacao en 200 grs, flor de Jamaica en una unidad, leche en polvo en 453 grs, almendras en 453 grs, mantequilla en 500 grs y un empaque. Los precios que se ven en la tabla son cotizaciones que se realizaron en las fincas de alrededor de la fábrica que realiza el *co-packing* de la empresa. Todo esto conforma el costo unitario del producto que será entregado en la fábrica de *co-packing* ubicada en la provincia de Manabí por un costo de \$1,10 la unidad producida.

Tabla 12*Componentes del producto*

Componentes de materia prima	Presentación	Costo unitario	Cantidad	Total
Cacao	200 grs	\$ 0,44	1,00	\$ 0,44
Flor de Jamaica	Unidad	\$ 0,16	1,00	\$ 0,16
Leche en polvo	453 grs	\$ 0,50	1,00	\$ 0,50
Almendras	453 grs	\$ 1,25		
Mantequilla	500 grs	\$ 1,12		
Empaque	Unidad	\$ 0,06		
Total				\$ 1,10

Nota. Elaborado por el autor.

Costos fijos

Dentro de los roles de pago consideramos a los departamentos más importantes de la empresa por lo cual se necesitan 1 analista de exportación, 3 asistentes, 1 contador y el gerente.

Tabla 13

Constitución de roles de pago

No.	Cargo	Sueldo o salario	Total, salarios mes	Sueldo / año	13ro sueldo / año	14to sueldo / año	FR/ año	Aporte patronal / año
1	Analista exportación	700,00	700,00	8.400,00	700,00	425,00	700,00	936,60
3	Asistentes	500,00	1.500,00	18.000,00	1.500,00	425,00	500,00	2.007,00
1	Contador	600,00	600,00	7.200,00	600,00	425,00	600,00	802,80
1	Gerente	1.000,00	1.000,00	12.000,00	1.000,00	425,00	1.000,00	1.338,00
	Total	2.800,00	3.800,00	45.600,00	3.800,00	1.700,00	2.800,00	5.084,40

Nota. Elaborado por el autor.

Tabla 14

Evolución de los sueldos por inflación

EVOLUCIÓN DE LOS SUELDOS POR INFLACIÓN	2023	2024	2025	2026	2027
ANALISTA EXPORTACION	\$8.400,0	\$8.568,0	\$8.739,4	\$8.914,1	\$9.092,4
ASISTENTES	\$18.000,0	\$18.360,0	\$18.727,2	\$19.101,7	\$19.483,8
CONTADOR	\$7.200,0	\$7.344,0	\$7.490,9	\$7.640,7	\$7.793,5
GERENTE	\$12.000,0	\$12.240,0	\$12.484,8	\$12.734,5	\$12.989,2
Total	\$45.600,0	\$46.512,0	\$47.442,2	\$48.391,1	\$49.358,9

Nota. Elaborado por el autor.

Tabla 15*Proyección real de rol de pago considerando décimos y fondo de reserva*

PROYECCIÓN REAL DE	2023	2024	2025	2026	2027
ROL DE PAGO					
CONSIDERANDO					
DÉCIMOS Y FONDO DE					
RESERVA					
ANALISTA EXPORTACION	\$9.336,60	\$11.329,60	\$11.500,96	\$11.675,75	\$11.854,03
ASISTENTES	\$20.007,00	\$22.792,00	\$23.159,20	\$23.533,74	\$23.915,78
CONTADOR	\$8.002,80	\$9.771,80	\$9.918,68	\$10.068,50	\$10.221,31
GERENTE	\$13.338,00	\$16.003,00	\$16.247,80	\$16.497,50	\$16.752,19
Total	\$50.684,40	\$59.896,40	\$60.826,64	\$61.775,48	\$62.743,31

Nota. Elaborado por el autor.

Dentro del gasto en servicios básicos consideramos el alquiler oficina, alquiler bodega, gas y electricidad agua potable. Tanto la logística de entrada como la logística de salida afectarían la capacidad de almacenamiento.

La vida útil de la mayoría de los productos terminados también sería muy limitada. No se pueden almacenar los productos terminados durante mucho tiempo.

Tabla 16*Gastos en Servicios Básicos*

CONCEPTO	Gasto / mes	Gasto / año
ALQUILER OFICINA	\$400,00	\$4.800,00
ALQUILER BODEGA	\$400,00	\$4.800,00
GAS	\$150,00	\$1.800,00
ELECTRICIDAD	\$150,00	\$1.800,00
AGUA POTABLE	\$60,00	\$720,00
TOTAL	\$1.160,00	\$13.920,00

Nota. Elaborado por el autor.

Gastos de Ventas

Dentro de los gastos de ventas encontramos los siguientes medios: redes sociales, afiches y volantes, papelería e incentivos.

Tabla 17

Presupuesto Publicitario / Gastos de Ventas

MEDIO UTILIZADO	COSTO/PAUTA	# DE PAUTAS /MES	INVERSIÓN MENSUAL	# MESES A INVERTIR	GASTO TOTAL
REDES SOCIALES	\$0,30	\$1.000,00	\$300,00	\$12,00	\$3.600,00
AFICHES Y VOLANTES	\$0,35	\$100,00	\$35,00	\$12,00	\$420,00
PAPELERÍA	\$70,00	\$1,00	\$70,00	\$3,00	\$210,00
INCENTIVOS	\$150,00	\$1,00	\$150,00	\$5,00	\$750,00
TOTAL					\$4.980,00

Nota. Elaborado por el autor.

Gastos varios

Los gastos varios corresponden a los costos de transporte, contador externo, imprevistos, permisos e impuestos municipio y bomberos.

Tabla 18

Gastos Varios

Rubro	VALOR	2023	2024	2025	2026	2027
Costos de transporte	\$50	\$600	\$612	\$612	\$612	\$612
Contador externo	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Imprevistos	\$25	\$25	\$25	\$25	\$25	\$25
Permisos e impuesto, Municipio y Bomberos	\$0	\$300	\$0	\$0	\$0	\$0
TOTAL	\$75	\$925	\$612	\$637	\$637	\$637

Nota. Elaborado por el autor.

Proyección de costos fijos y variables

Tabla 19

Proyección de costos fijos y variables

Costos Variables / Años						
TIPO DE COSTO	2.023	2.024	2.025	2.026	2.027	Promedio Mensual Primer Año
BARRA DE CHOCOLATE	\$44.000,0	\$47.572,8	\$51.435,7	\$55.612,2	\$60.128,0	\$3.666,67
	0	0	1	9	1	
Total Costos Variables	\$44.000,0	\$47.572,8	\$51.435,7	\$55.612,2	\$60.128,0	\$3.666,67
	0	0	1	9	1	

Costos Fijos / Años						
TIPO DE COSTO	2.023	2.024	2.025	2.026	2.027	Promedio Mensual Primer Año
Gastos Sueldos y Salarios	\$50.684,4	\$59.896,4	\$60.826,6	\$61.775,4	\$62.743,3	\$4.223,70
	0	0	4	8	1	
Gastos en Servicios Básicos	\$13.920,0	\$14.198,4	\$14.482,3	\$14.772,0	\$15.067,4	\$1.160,00
	0	0	7	2	6	
Gastos de Ventas	\$4.980,00	\$5.079,60	\$5.181,19	\$5.284,82	\$5.390,51	\$5.498,32
Gastos Varios	\$600,00	\$612,00	\$637,06	\$637,12	\$637,18	\$50,00
Total Costos Fijos	\$70.184,4	\$79.786,4	\$81.127,2	\$82.469,4	\$83.838,4	\$2.733,01
	0	0	6	4	5	

Nota. Elaborado por el autor.

Tabla 20

Proyección por tipo de costo

TIPO DE COSTO	2023	2024	2025	2026	2027
COSTO FIJO	\$70.184,40	\$79.786,40	\$81.127,26	\$82.469,44	\$83.838,45
COSTOS VARIABLES	\$44.000,00	\$47.572,80	\$51.435,71	\$55.612,29	\$60.128,01

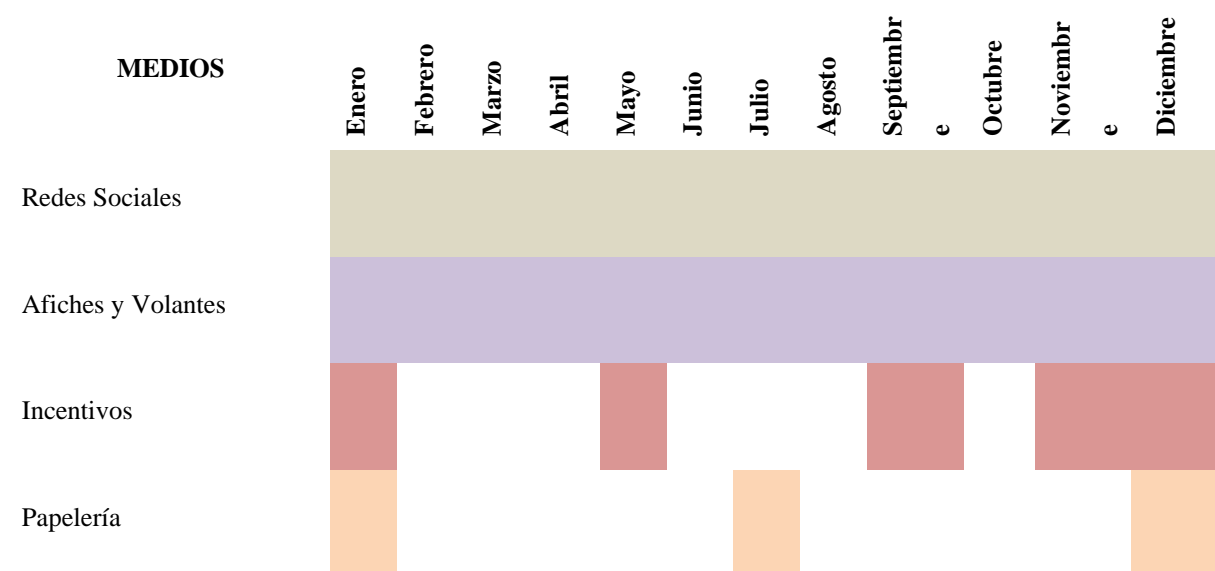
TOTALES	\$114.184,4	\$127.359,2	\$132.562,9	\$138.081,7	\$143.966,4
	0	0	7	3	6

Nota. Elaborado por el autor.

Frecuencia Publicitaria

Figura 11

Frecuencia Publicitaria



Nota. Elaborado por el autor.

Presupuesto de ventas

El presupuesto de ventas se detalla en la siguiente tabla, donde de enero a diciembre se calcula el valor a obtenerse en ventas.

Tabla 21*Ventas*

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	2023
BARRA	5500	7700	7700	7700	8800	8800	9900	9900	9900	11000	11000	12100	\$110,000
VENTAS	5500	7700	7700	7700	8800	8800	9900	9900	9900	11000	11000	12100	\$110,000

Nota. Elaborado por el autor.

El incremento anual de unidades a venderse en 5 años es del 6% anual según las proyecciones del crecimiento del mercado de consumo de chocolate en Londres.

Tabla 22*Unidades proyectadas a vender en 5 años*

UNIDADES PROYECTADAS A VENDER EN 5 AÑOS					
Incremento en ventas proyectado		6%	6%	6%	6%
	2023	2024	2025	2026	2027
BARRA DE CHOCOLATE	40000	42400	44944	47640	50499
VENTAS TOTALES EN DÓLARES	40000	42400	44944	47640	50499

Nota. Elaborado por el autor.

Precio de venta

Tabla 23

Precio de venta en dólares

Precios / Años	2023	2024	2025	2026	2027
BARRA DE CHOCOLATE	\$2,75	\$2,92	\$3,09	\$3,28	\$3,47

Nota. Elaborado por el autor.

Tabla 24

Cálculo del precio de venta

Producto	Costo Unitario Año 1	MARGEN	PVP A1
BARRA DE CHOCOLATE	\$1,10	60,0%	\$2,75

Nota. Elaborado por el autor.

Balance General

El balance general muestra como el activo corriente varia en los primeros años pero finaliza en los últimos años por medio del flujo de caja y la pertinencia de la inversión dado el pago al servicio de la deuda.

Tabla 25

Balance General

	Año 0	2023	2024	2025	2026	2027
Activos						
Disponible	\$6.426,00	\$1.492,31	-\$1.197,72	\$6.025,08	\$21.479,25	\$46.131,50
Depósitos en garantía		\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00
Activo Corriente	\$6.426,00	\$1.892,31	-\$797,72	\$6.425,08	\$21.879,25	\$46.531,50
Activos Fijos	\$3.114,00	\$3.114,00	\$3.114,00	\$3.114,00	\$3.114,00	\$3.114,00
Dep Acumulada	\$0,00	\$927,07	\$1.854,13	\$2.781,20	\$2.947,60	\$3.114,00
Activos Fijos Netos	\$3.114,00	\$2.186,93	\$1.259,87	\$332,80	\$166,40	\$0,00
Total de Activos	\$9.540,00	\$4.079,24	\$462,14	\$6.757,88	\$22.045,65	\$46.531,50
Pasivos						
Impuestos por Pagar	\$0,00	-\$1.822,46	-\$1.662,60	\$1.751,91	\$5.955,28	\$10.496,56

Pasivo Corriente	\$0,00	-\$1.822,46	-\$1.662,60	\$1.751,91	\$5.955,28	\$10.496,56
Deuda LP	\$2.862,00	\$2.409,14	\$1.903,12	\$1.337,71	\$705,94	\$0,00
Total de Pasivos	\$2.862,00	\$586,68	\$240,52	\$3.089,62	\$6.661,22	\$10.496,56
Patrimonio						
Capital Social	\$6.678,00	\$7.078,00	\$7.078,00	\$7.078,00	\$7.078,00	\$7.078,00
Utilidad del Ejercicio	\$0,00	-\$3.585,44	-\$3.270,94	\$3.446,64	\$11.716,18	\$20.650,51
Utilidades Retenidas	\$0,00	\$0,00	-\$3.585,44	-\$6.856,38	-\$3.409,74	\$8.306,44
Total de Patrimonio	\$6.678,00	\$3.492,56	\$221,62	\$3.668,26	\$15.384,44	\$36.034,94
Pasivo más Patrimonio	\$9.540,00	\$4.079,24	\$462,14	\$6.757,88	\$22.045,65	\$46.531,50

Nota. Elaborado por el autor.

Estado de resultados

Respecto del estado de resultados, las ventas se incrementan año a año hasta el 2027 manteniendo una relación armónica con el costo de venta dado que el mismo está realizado por medio de una asociación con otra empresa de *co-packing* en Manabí.

Tabla 26

Estado de Resultados

	2023	2024	2025	2026	2027
Ventas	\$110.000,00	\$123.596,00	\$138.872,47	\$156.037,10	\$175.323,29
Costo de Venta	\$44.000,00	\$47.572,80	\$51.435,71	\$55.612,29	\$60.128,01
Utilidad Bruta en Venta	\$66.000,00	\$76.023,20	\$87.436,75	\$100.424,81	\$115.195,28
Gastos Sueldos y Salarios	\$50.684,40	\$59.896,40	\$60.826,64	\$61.775,48	\$62.743,31
Gastos Generales	\$19.500,00	\$19.890,00	\$20.300,62	\$20.693,95	\$21.095,15
Gastos de Depreciación	\$927,07	\$927,07	\$927,07	\$166,40	\$166,40
Utilidad Operativa	-\$5.111,47	-\$4.690,27	\$5.382,43	\$17.788,98	\$31.190,42
Gastos Financieros	\$296,43	\$243,28	\$183,88	\$117,52	\$43,36

Utilidad Neta	-\$5.407,90	-\$4.933,54	\$5.198,55	\$17.671,46	\$31.147,07
Repartición Trabajadores	-\$811,19	-\$740,03	\$779,78	\$2.650,72	\$4.672,06
Utilidad antes Imptos Renta	-\$4.596,72	-\$4.193,51	\$4.418,76	\$15.020,74	\$26.475,01
Impto a la Renta	-\$1.011,28	-\$922,57	\$972,13	\$3.304,56	\$5.824,50
Utilidad Disponible	-\$3.585,44	-\$3.270,94	\$3.446,64	\$11.716,18	\$20.650,51

Nota. Elaborado por el autor.

La utilidad disponible es positiva a partir del tercer año, aquello indica que el plan de negocios si muestra dar resultados desde la óptica contable.

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio muestra que son 42536 unidades las que se deben vender al año para poder hacer frente a los costos y gastos de la empresa.

Tabla 27

Punto de equilibrio

Datos iniciales	
Precio Venta Promedio	2,75
Coste Unitario Promedio	1,10
Gastos Fijos Año	70.184,40
Q de Pto. Equilibrio	42.536
\$ Ventas Equilibrio	116.974

Nota. Elaborado por el autor.

En la tabla muestra el cálculo del punto de equilibrio con Q ventas en unidades y \$ ventas en dólares, costo variable, costo fijo, costo total y beneficio.

Tabla 28*Cálculo del punto de equilibrio*

	Usd	Usd	Usd	Usd
Q Ventas	0	21.268	42.536	63.804
\$ Ventas	0	58.487	116.974	175.461
Costo Variable	0	23.395	46.790	70.184
Costo Fijo	70.184	70.184	70.184	70.184
Costo Total	70.184	93.579	116.974	140.369
Beneficio	-70.184	-35.092	0	35.092

Nota. Elaborado por el autor.**TIR Y VAN****Tabla 29***TIR y VAN*

Año	0	1	2	3	4	5
Ventas	0	110.000	123.596	138.872	156.037	175.323
Costos Variables	0	44.000	47.573	51.436	55.612	60.128
COSTOS FIJOS	0	70.184	79.786	81.127	82.469	83.838
Flujo de Explotación	0	-4.184	-3.763	6.309	17.955	31.357
Repart. Util	0	-628	-564	946	2.693	4.704
Flujo antes de Imp Rta	0	-3.557	-3.199	5.363	15.262	26.653
Impto Rta	0	-782	-704	1.180	3.358	5.864
Flujo después de Impuestos	0	-2.774	-2.495	4.183	11.904	20.790
Inversiones	-9.540					
Flujo del Proyecto Puro	-9.540	-2.774	-2.495	4.183	11.904	20.790
TMAR	15,45%					
Valor Actual	-9.540	-2.522	-2.062	3.143	8.131	12.909

VAN	133.389
-----	----------------

TIR	26,11%
-----	---------------

Nota. Elaborado por el autor.

La tasa interna de retorno del proyecto es del 26,11% y esto corresponde a un valor actual neto de la inversión de 133389, ambos indicadores positivos de la viabilidad y factibilidad de aplicación del negocio.

Indicadores Financieros

Tabla 30

Indicadores financieros

		2023	2024	2025	2026	2027
a) Utilidad Neta / Ventas	Margen Neto	-5%	-4%	4%	11%	18%
b) Ventas / Activos	Rotación Act	26,97	267,44	20,55	7,08	3,77
c) Deuda / Activos	Apalancamiento	14%	52%	46%	30%	23%

Los indicadores financieros muestran una notoria mejora en cuanto utilidad neta a partir del año 2025, contando desde el año 2023.

El análisis y estudio realizado en este capítulo han desarrollado la factibilidad para la exportación de chocolate con flor de Jamaica hacia Londres, Reino Unido. Demostrando rentabilidad al alcanzar una TMAR del 26,11% y un VAN de 133.39. Se solventa la deuda y se generan ganancias a partir del tercer año.

Conclusiones

Luego del recorrido de los marcos teórico, conceptual y metodológico, se puede concluir que el presente trabajo de titulación se fundamenta teóricamente en la teoría de la economía solidaria puesto que resulta realmente imperante para el desarrollo social de un país el continuo proceso en la calidad y respeto a toda la cadena de valor dentro de las operaciones mercantiles de una empresa, la teoría del consumidor puesto que es importante entender el perfil de cada uno de los targets de clientes en el mercado londinense para una correcta introducción del producto y la teoría de la economía circular por la cercanía con las prácticas sustentables que tendrá Bandobarra S.A.

Bandobarra S.A. se dedicará a la exportación de barras de chocolate con flor de Jamaica. Respecto a la planificación administrativa los departamentos más importantes de la empresa serán el logístico y el encargado de exportación por lo cual se necesitan 1 analista de exportación, 1 analista de calidad, 3 asistentes, 1 contador y el gerente.

La cadena de producción basada en *co-packing*, es decir, se enviará el requerimiento a una empresa asociada que se encargará de realizar diversos lotes productivos para la venta. El contrato se realiza previo pago del 60% por parte de la empresa Marks & Spencer, con estos valores se realiza el proceso de compra para el proceso de *co-packing* cubriendo el costo total de la venta y dando paso a reducir el riesgo a únicamente el margen de utilidad.

El segmento del mercado al cual se dirigirá Bandobarra S.A. serán clientes de Londres de la cadena de mini supermercados Marks & Spencer mayores de 3 años, sin distinción de género, nacionalidad ni religión, de clase social media o superior.

Respecto de la factibilidad financiera de la investigación, la tasa interna de retorno del proyecto es del 26,11% mayor a la TMAR de 15,45% y esto corresponde a un valor actual neto de la inversión de USD 133.389, ambos indicadores positivos de la viabilidad y factibilidad de aplicación del negocio.

Recomendaciones

La formación continua del personal en Bandobarra S.A. ayudará a comprender los métodos y principios de exportación y venta. Por medio de la capacitación se desarrollan formas de mejorar la productividad del personal de una manera que les permitiera adoptar la filosofía de la empresa en el diario acontecer de la visión empresarial. Esto los motivaría a compartir sus sugerencias y hacer recomendaciones a los clientes que ayudarían a mejorar el bienestar de los clientes. Tal enfoque marcaría una diferencia real y ayudaría a convertir prospectos en clientes regulares.

Es recomendable asociarse con otras cadenas de ventas dado que únicamente depende de los requerimientos de Marks & Spencer y esto en el mediano plazo pone en riesgo al giro del negocio en la ciudad de Londres. Así también, establecer la factibilidad de establecer asociaciones con otras empresas que realicen *co-packing* para no depender al 100% de la producción de un solo proveedor.

Por otra parte, se recomienda incrementar el número de envío de lotes producidos en la exportación para otras ciudades de Reino Unido de otras cadenas de mini supermercados para de esta manera establecer mayor posicionamiento del mercado lo que permitirá un crecimiento de la empresa que pueda permitir la adquisición de equipos propios para aumentar la utilidad respecto de la producción de barras de chocolate con flor de Jamaica.

La introducción de nuevas líneas del producto con figuras alusivas a los diversos climas y regiones del Ecuador podría ser vistoso para la realización de convenios con otros agentes estratégicos como el Ministerio de Turismo que podría otorgar ayuda en la difusión y comunicación de la marca tanto de manera nacional como internacional.

Bibliografía

- Agostini, J. (18 de 4 de 2011). *Causa de las empresas cerradas en Venezuela*. Obtenido de Negotium:
<https://www.redalyc.org/pdf/782/78218453004.pdf>
- Andrade, S. (1996). Definición de demanda. En S. Andrade, *Diccionario de la Economía*. Lima.
Obtenido de <https://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- ARANZAZU. (19 de 5 de 2012). *Manejo fitosonatorio del cultivo del cacao* . Obtenido de Liena agrícola : <https://www.ica.gov.co/getattachment/c01fa43b-cf48-497a-aa7f-51e6da3f7e96/-#:~:text=El%20mal%20del%20machete%20es,Xileborus%2C%20coleóptero%20perforador%20del%20tronco.>
- Arias, E. R. (9 de 18 de 2020). *Factibilidad financiera*. Obtenido de Economipedia :
<https://economipedia.com/definiciones/factibilidad-financiera.html#:~:text=La%20factibilidad%20financiera%20evalúa%20si,llevar%20a%20cabo%20un%20negocio.>
- Bombillar, F. (s.f.). *El Sistema Constitucional de Reino Unido*. Obtenido de
<http://www.ugr.es/~redce/REDCE15/articulos/03FMBombillar.htm>
- Buitrago, F. (24 de 8 de 2015). *¿ Qué es la Economía Naranja ?* Obtenido de marketingyfinanzas:
<https://www.marketingyfinanzas.net/2015/08/que-es-economia-naranja/>
- Cabrera, J. (6 de 7 de 2015). *Crop Life* . Obtenido de Trips de hortalizas:
<https://www.croplifela.org/es/plagas/listado-de-plagas/trips-de-hortalizas>
- Cacao M.* (12 de 8 de 2020). Obtenido de Selección de sitios para la producción del cacao en un sistema agroforestal: <https://cacaomovil.com/site/guide/disenyo-y-establecimiento-del-cacao/16/disenyo-del-sistema-agroforestal#:~:text=En%20cuanto%20a%20la%20altitud,mar%20hasta%20los%20900%20metros.&text=El%20cacao%20se%20desarrolla%20en,y%20los%2030%20grados%20centígrados.>
- Consumidor, E. p. (2 de 10 de 2018). *El Poder del Consumidor*. Obtenido de La flor de jamaica:
<https://elpoderdelconsumidor.org/2018/10/el-poder-de-la-flor-de-jamaica/>
- Copacking, R. (2022). *Qué es en realidad el co-packing?* Obtenido de <https://www.rhodiusscopacking.com/es/detail/que-es-en-realidad-el-co-packing.html>
- Coraggio, J. (2011). *Economía social y solidaria: el trabajo antes que e capital*. Obtenido de scielo.org.mx: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-91762017000200011#:~:text=En%20otra%20definici%C3%B3n%2C%20Arruda%20\(2006,d e%20vivir%20en%20la%20sociedad%E2%80%9D.](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-91762017000200011#:~:text=En%20otra%20definici%C3%B3n%2C%20Arruda%20(2006,d e%20vivir%20en%20la%20sociedad%E2%80%9D.)
- Croplife. (2016). *Moniliasis del Cacao*. Obtenido de Moniliasis del Cacao, un hongo mortal:
<https://www.croplifela.org/es/plagas/listado-de-plagas/moniliasis-del-cacao>
- Datastore, L. (2019). *London population*. Obtenido de <https://data.london.gov.uk/dataset/londons-population>

- Datosmacro. (2020). *Deuda Pública*. Obtenido de Deuda Pública:
<https://datosmacro.expansion.com/deuda>
- Ecuador, P. d. (Octubre de 2015). *El chocolate ecuatoriano vuelve a ser galardonado*. Obtenido de
<https://www.presidencia.gob.ec/el-chocolate-ecuadoriano-vuelve-a-ser-galardonado/>
- El Productor*. (24 de 4 de 2017). Obtenido de Control de plagas y enfermedades del cacao:
<https://elproductor.com/2017/04/control-de-plagas-y-enfermedades-del-cacao/#:~:text=Es%20un%20insecto%20que%20ataca,Se%20combate%20con%20Metasystox-R.>
- Enrique, G. (17 de 04 de 1981). *Buba del cacao*. Obtenido de
https://repository.agrosavia.co/bitstream/handle/20.500.12324/21949/110503_11611.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=La%20Buba%20del%20cacao%20es,del%20cojín%20floral%20C%20agalla%20leftosa.
- Euroinnova. (20 de 12 de 2021). *Que son los estudios de factibilidad*. Obtenido de
<https://www.euroinnova.ec/blog/que-son-los-estudios-de-factibilidad>
- Ganadería, M. d. (01 de 2022). *Ecuador es el primer exportador de cacao en grano de América*.
 Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/ecuador-es-el-primer-exportador-de-cacao-en-grano-de-america/#:~:text=Ecuador%20se%20convirti%C3%B3%20en%20el,en%20los%20C3%BA%20ltimos%2010%20a%C3%B1os.>
- García, G. (7 de 09 de 2020). *Food Tech*. Obtenido de <https://thefoodtech.com/nutricion-y-salud/cacao-un-alimento-de-alto-valor-nutricional/#:~:text=Aporte%20nutricional,antioxidantes%20y%20agua%20entre%20otros.>
<https://thefoodtech.com/nutricion-y-salud/cacao-un-alimento-de-alto-valor-nutricional/#:~:text=Aporte%20nutricional,antioxidantes%20y%20agua%20entre%20otros.>
- Gardini, E. A. (18 de 12 de 2012). *Moniliasis del cacao*. Obtenido de Croplife:
<https://www.croplifela.org/es/plagas/listado-de-plagas/moniliasis-del-cacao>
- Guerrero, A. L. (10 de 2017). *Sector Cacaotero en Ecuador*. Obtenido de
<https://www.scpm.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2019/03/ESTUDIO-DEL-CACAO-IZ7-version-publica-ultima.pdf>
- Guerrero, G. (9 de 06 de 2014). *Lideres*. Obtenido de El Cacao ecuatoriano Su historia empezó antes del siglo XV: <https://www.revistalideres.ec/lideres/cacao-ecuadoriano-historia-empezo-siglo.html>
- Jorgelina, L. (12 de 8 de 2020). *Crop life*. Obtenido de Barrenador del tallo “*Diatraea saccharalis*”:
<https://www.croplifela.org/es/plagas/listado-de-plagas/hormiga-arriera-atta-cephalotes>
- Lawson, L. (24 de 10 de 2021). *Pudrición de la raíz por Rhizoctonia: Los síntomas y cómo controlarlos*. Obtenido de Promix: <https://www.pthorticulture.com/es/centro-de->

- formacion/pudricion-de-la-raiz-por-rhizoctonia-los-sintomas-y-como-controlarlos/
LexisFinder. (Agosto de 2018). *Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria en Ecuador*. Obtenido de <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-11/ley%20equidad.pdf>
- Lezaun, J. (6 de 4 de 2016). *Crop life*. Obtenido de Jorgelina Lezaun:
<https://www.croplifela.org/es/plagas/listado-de-plagas/pulgon-de-la-espiga>
- LRQA. (2020). *HACCP*. Obtenido de <https://www.lrqa.com/es-cl/haccp/#:~:text=El%20An%C3%A1lisis%20de%20Peligros%20y,y%20en%20toda%20la%20UE>.
- Luis, C. (1 de 12 de 2018). *ANTRACNOSIS DEL CACAO*. Obtenido de Reserchgate:
https://www.researchgate.net/publication/329815091_ANTRACNOSIS_DEL_CACAO#:~:text=El%20agente%20causal%20de%20la,gloeosporioides%2C%20especialmente%20los%20f rutos.
- Macarthur, E. (12 de 5 de 2017). *Economía Circular*. Obtenido de Macarthur Ellen Foundation:
<https://archive.ellenmacarthurfoundation.org/es/economia-circular/concepto#:~:text=La%20econom%C3%ADa%20circular%20es%20una,del%20sistema%20desde%20el%20dise%C3%B1o>.
- Macro, D. (6 de 2 de 2021). *Datos Macro* . Obtenido de Reino Unido: Economía y demografía:
<https://datosmacro.expansion.com/paises/uk>
- Marcos, A. (2006). *Potencialidades de la praxis de la economía solidaria*. Obtenido de Revista del Instituto de Políticas del Cono Sur:
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-91762017000200011#B4
- Osorio, C. (10 de 12 de 2011). *Una revisión de la teoría del consumidor: la versión de la teoría del error*. Obtenido de Análisis Económico: <https://www.redalyc.org/pdf/413/41318401003.pdf>
- Pacífico, B. d. (2022). *Credito Ágil*. Obtenido de
<https://www.bancodelpacifico.com/personas/creditos/creditos/credito-agil>
- Pública, M. d. (2022). *Las industrias deben obtener certificados de buenas prácticas de manufactura para alimentos hasta el 27 de noviembre*. Obtenido de <https://www.salud.gob.ec/las-industrias-deben-obtener-certificados-de-buenas-practicas-de-manufactura-para-alimentos-hasta-el-27-de-noviembre/>
- Quiroa, M. (8 de 11 de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Estudio de factibilidad:
<https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>
- Razeto, L. (6 de 6 de 2018). *¿Qué es la economía solidaria?* Obtenido de Economíasolidaria.org:
<https://www.economiasolidaria.org/recursos/reas-red-de-redes-de-economia-alternativa-y-solidaria-biblioteca-que-es-la-economia-solidaria-por/>
- Santander. (5 de 7 de 2020). Obtenido de REINO UNIDO: POLÍTICA Y ECONOMÍA:
<https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/reino-unido/politica-y-economia>
- Silva, D. d. (15 de 3 de 2021). *Teoría del consumidor: 7 elementos que motivan las compras*.

- Obtenido de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/teoria-del-consumidor/>
- Solórzano Zambrano, R. J. (2019). *Análisis de la economía naranja en el Ecuador y su contribución a la producción nacional*. Obtenido de UTEG:
<http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/bitstream/handle/123456789/1069/An%c3%a1lisis%20de%20la%20Econom%c3%ada%20Naranja%20en%20el%20Ecuador%20y%20su%20Contribuci%c3%b3n%20a%20la%20Producci%c3%b3n%20Nacional.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Turismo, M. d. (Octubre de 2015). *Chocolate ecuatoriano es reconocido como el mejor en el International Chocolate Awards 2015*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/chocolate-ecuatoriano-es-reconocido-como-el-mejor-en-el-international-chocolate-awards-2015/#:~:text=La%20marca%20Pacari%20ha%20recibido,de%20cacao%20y%20chocolate%20fino>.
- Turner, D. P. (1995). *Economía de los recursos naturales y del medio ambiente*. Obtenido de readalyc.org: <https://www.readalyc.org/pdf/113/11311110.pdf>
- USAID. (2018). Manual del Programa Midas. *Evaluación de Pesticidas y Plan para el Uso Más Seguro (PERSUAP)*. Obtenido de <https://www.croplifela.org/es/plagas/listado-de-plagas/hormiga-arriera-atta-cephalotes>
- Vicent, F. (2019). *¿Qué es y cómo hacer un estudio de mercado?* Obtenido de IEBS:
<https://www.iebschool.com/blog/que-es-y-como-hacer-un-estudio-de-mercado-marketing-digital/>

Anexos

Entrevista a Jonathan Martinetti de Martinetti cocoa

¿Cuántos años tiene en el mercado? ¿Cuál considera que es su posición en el mercado ecuatoriano?

Tenemos 2 años en el mercado, comenzamos a partir de la pandemia, soy el Gerente General de la empresa, pero estoy enfocado más en el tema de producción.

El proyecto en principio estaba destinado solo para la exportación, sin embargo, tenemos una pequeña división para productos en el mercado local en el cual ofrecemos semielaborados, al por menor, venta por kilo en el cual los principales clientes son otras chocolaterías más pequeñas artesanales, tiendas de repostería, cafeterías, también vendemos por las redes sociales y entregas a domicilio

¿Cuál es el tipo de chocolate que ustedes producen y exportan?

La particularidad de nuestra empresa es que solo trabajamos con cacao nacional arriba, un cacao puro sin mezcla, este cacao como estamos ubicados en Quevedo todavía lo podemos encontrar en zonas aledañas a la fábrica en fincas o haciendas viejas que producen este cacao, por motivo que nosotros tratamos de solo trabajar con este cacao nacional y preservar la producción, a pesar de que otras empresas optan por comprar otra variedad de cacao como el CNN.

Adicional, es importante mencionar que nuestra empresa está en toda la cadena de producción desde la cosecha, fermentación, secado y luego el proceso de tostado, refinado incluso podemos hacer el proceso de enconchado, moldeado y empaquetado

¿Considera usted que el mercado del chocolate es un mercado competitivo en Ecuador? (impuestos, aranceles, competencia)?

Para exportar el producto que ofrece Ecuador es competitivo porque la calidad es buena, sin embargo, los costos de producción son un poco altos por el tema de que estamos dolarizados, entonces la mano de obra sigue siendo mucho más cara comparada con otros países, como por ejemplo Perú, Colombia donde los salarios son menos, el costo de producción es menor, por lo que sus productos son más económicos, sin embargo la calidad que produce Ecuador y la tradición y el nombre que tiene el cacao ecuatoriano también tiene un valor intangible que es reconocido por los mercados internacionales.

¿A qué países exportan sus chocolates?

Los principales clientes son en Europa donde existen más clientes que valoran el producto y tienen la capacidad monetaria de comprarlo, hay otros continentes como Asia que está creciendo mucho en temas de cacao y semielaborados, ellos buscan un poco más

economizar y generalmente buscan productos en países africanos donde tienen menores costos y mayor producción.

¿De qué manera es más factible conocer contactos que pudieran ser tus potenciales clientes?

Principalmente para nosotros han sido las ferias de chocolates o ruedas de negocio ahí es donde más se consigue gente clientes potenciales. Las Macro ruedas organizadas por Pro Ecuador, las macro ruedas organizadas por otras entidades de este tipo tienen mejor efectividad a la hora de conseguir clientes, porque ahí tú escribes la descripción de tu producto y lees con quien vas a intercambiar información y es un contacto más directo.

¿De qué depende que para un chocolate producido en Ecuador tenga aceptación en cualquier mercado internacional y tenga una demanda sostenida y creciente en el tiempo?

La calidad que es su principal atributo, pero sobre todo que esta calidad sea homogénea por los pedidos que hagas, por ejemplo, si tus mandas un lote a principios de este año, que tu siguiente lote sea lo más parecido a tu pedido anterior, porque por lo general los clientes quieren reconocer un sabor y que se mantenga y eso hay veces es difícil porque la producción anual va cambiando, los agricultores van cambiando sus procesos post cosecha o las maquinarias.

¿Cree usted que los organismos o instituciones gubernamentales facilitan los procesos de trámites para la exportación?

Si, en el sector exportador la verdad que no hay muchas trabas, no te diría que es fácil pero los pasos a seguir los podrías hacer sin ningún problema, al contrario de lo que es el proceso de importación, que en ocasiones resaltada ser un proceso más largo y tedioso, por lo que yo pudiera concluir que el proceso de exportación es relativamente sencillo sin mencionar alguno que otro casi aislado. Y aproximadamente unos 3 meses se tardaría los entes competentes para habilitarse con toda la documentación para exportar, claro que esto va a depender del país al que se valla a exportar, porque existen países más exigentes que otros.

¿Cómo el comportamiento del negocio del chocolate condiciona la economía del país?

El negocio el chocolate sigue siendo un sector pequeño comparado con cacao en grano, sin embargo ha venido creciendo en los últimos años, esto se debe a los incentivos y el cambio de la matriz productiva, entonces hay muchas ayudas, en términos de importación de maquinarias, incentivos a la creación de nuevas compañías, inventivos a la inversión. Que si todos estos beneficios que mencioné lo conoces y estás bien informado y los utilizas, haces sus de eso beneficios podría llegar a ser mucho más sencillo y ser una buena alternativa para la exportación de cacao en grano a pesar de que el margen de ganancia sigue siendo pequeño, mientras que el margen de semielaborado y chocolate siempre va a ser más grande y va a

aportar más al sector exportador.

¿Cuál considera que es la ventaja competitiva de su empresa? (calidad, sabor del producto)

Nosotros nos enfocamos en calidad, la ubicación donde estamos, que nos permite hacer toda la cadena productiva en solo lugar nos da una ventaja competitiva grande frente a otras empresas que tienen las fábricas en otros lugares donde se produce la materia prima, y estas empresas tienen que lidiar con temas logísticos, costos de seguridad alimenticia y demás.

¿Considera usted que existe el suficiente apoyo de las entidades financieras para proyectos de exportación de chocolate o derivados del cacao?

Yo considero que sí, siempre y cuando el proyecto se serio, que este bien estructurado, que tenga trazabilidad. En mi caso cuando he ido a los bancos o entidades financieras para solicitar algún crédito o financiación de un proyecto siempre me han apoyado.

¿Cuáles considera que son los elementos económicos y comerciales que caracterizan el negocio del café? (calidad, sabor, precio)

Los chocolateros en Ecuador siempre deben apuntar a la buena calidad en volúmenes pequeños, por los altos costos representa al país, los insumos que se utilizan para la producción tiene en general impuestos más altos en comparación otros países, por lo que el objetivo debería ser tratar de competir con precios bajos y volúmenes grandes, plasmar una buena historia referente a la producción del cacao a través de los años.

¿Cuáles considera usted son las principales dificultades y obstáculos para poder producir y exportar chocolate desde el Ecuador?

El mayor obstáculo es la adquisición de maquinaria, porque aquí en el Ecuador es muy costoso y no hay la tecnología todavía, entonces si o si te va a tocar compra la maquinaria en el exterior y eso va a tomar mucho tiempo y es una inversión fuerte ya que generalmente estas máquinas de hace chocolate hay que importarlas desde Europa o Asia. Esa sería la mayor barrar que los productores de cacao no pasen a ser productores de chocolate.

¿Cuál es la perspectiva antes y después de la pandemia?

Antes de la pandemia no existíamos como empresa exportadora y la perspectiva después de la pandemia sería aprovechar la creciente tendencia de consumir productos más sanos con una historia detrás que represente la cultura y gastronomía ecuatoriana, que generen fuentes de empleo con responsabilidad social.

¿Cuáles son los principales requisitos para poder exportar un producto como el chocolate?

La documentación necesaria: certificado de origen, certificados de inspecciones, permiso de funcionamiento de la fábrica, un mínimo de certificaciones de seguridad alimenticia como por ejemplo buenas prácticas de manufactura, certificado gfc2200, dependiendo de tu cliente te pide la documentación que certifique que los productos son seguros.



Cotización de equipos

COMPUTADOR DE ESCRITORIO



GARANTÍA DE UN AÑO

CPU	
CORE I3	240GB
DISCO SSD	8GB
RAM	

MONITOR
LG 19.5 HD

Incluye:
Mouse
Teclado
Parlantes

\$ 550

0999824592

Computadora de mesa procesador i3 placa azul ram disco solido rápida nueva con garantía
\$550 - Disponibles

Publicado en Riobamba, Chimborazo

Enviar mensaje

Detalles

Estado: Nuevo

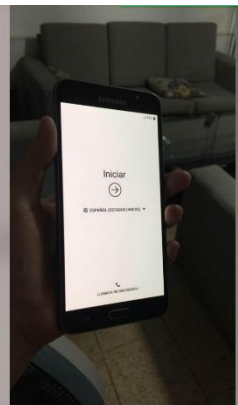
Computadora de mesa completamente nueva procesador i3 placa azul disco solido de 256g 8 gb

Riobamba, Chimborazo

Envía un mensaje al vendedor

Hola, Edu Cristian, ¿sigue disponible?

Enviar



Vendo Samsung J7
\$75

Publicado hace 7 semanas en Guayaquil, Guayas

Enviar mensaje

Detalles

Estado: Usado - Buen esta

Vendo Samsung J7
Solo interesados
Guayaquil

Guayaquil, Guayas

Envía un mensaje al vendedor

Hola, Sonia, ¿sigue disponible?

Enviar

CAJA DE DINERO 3INSTAR TAMAÑO MEDIANO INTERFACE



Medidas
33cm x 34cm
Alto: 10cm

DEDSA
TIENDA TECNOLÓGICA

0979922392
0985202595

0969736755
0967505670

Cajón de dinero caja registradora
\$75 - Disponibles

Publicado en Guayaquil, Guayas

Enviar mensaje

Detalles

Estado: Nuevo

Cajón de dinero
Este producto y más encuéntralo en:
Dedsa Tienda Tecnológica

Local 1: Urbanización Bocques del Salado Fr Parque Empresarial Colon
Local 2: Pronto en Los Rios 200 entre Luis V y Alvaro Larrazo

Pagos en efectivo, transferencia y tarjetas d crédito

Contáctame en WhatsApp
http://wa.me/593979922392
https://www.facebook.com/593979922392

Envía un mensaje al vendedor

Hola, Dedsa, ¿sigue disponible?

Enviar

Cotización Plan Contífico











Nuestros planes

Selecciona el plan que más se ajusta a tus necesidades

ESENCIAL	PLUS	PREMIUM
\$30 + IVA mensual	\$40 + IVA mensual	\$55 + IVA mensual
Perfecto para empresas que manejan solo servicios	Solución ideal para el control de inventario	Sistema contable completo para empresas
2 usuarios 1 usuario contador	3 usuarios 1 usuario contador	5 usuarios 1 usuario contador
<ul style="list-style-type: none">Facturación electrónica ilimitadaCreación de serviciosManejo de proformasNómina 5 personas*+20 reportes financieros, contables y comerciales	<ul style="list-style-type: none">Facturación electrónica ilimitadaCreación de categorías y productosActivos fijos*Manejo de inventarios y proformasLiquidación de tarjetas de créditoGuía de remisiónMódulo de variantesAPI Key (1)Manejo de bodega (1)Nómina de 15 personas*Módulo contratos: 100 documentos recurrentes incluidos+30 reportes financieros, contables y comerciales	<ul style="list-style-type: none">Facturación electrónica ilimitadaCreación de categorías y productosActivos fijos*Manejo de inventarios y proformasLiquidación de tarjetas de créditoGuía de remisiónMódulo de variantesAPI Key (ilimitado)Módulo de produccionesMódulo de importacionesManejo de bodegasNómina 15 personas*Configuración de email propio para facturasMódulo contratos: 500 documentos recurrentes incluidos+30 reportes financieros, contables y comerciales
Cotizar	Cotizar	Cotizar

✓ Valor de la implementación \$200+IVA
✓ Implementación gratuita en los planes de pago anual.
✓ * Módulos para planes desde trimestral a anual, con renovación por medio de débito automático.

Además nuestros planes incluyen

 Facturación electrónica ilimitada	 Soporte ilimitado	 Bandeja electrónica	 Cuentas por cobrar y pagar	 Módulos de bancos y conciliaciones bancarias	 Creación de clientes/proveedores
 Reportes de gestión	 Cartera y reportes de	 Reportes tributarios	 Centro de costos	 Manejo desde tu App	 Reportes actualizados

Arriendo de oficina

The image shows a Facebook post for a cleaning service. The post features a grid of six photographs: a worker using a floor buffer, a worker on a ladder, a modern office interior with a blue circular table, a worker cleaning a window, a worker cleaning a wall, and a worker cleaning a ceiling. A black banner with white text is overlaid on the top left of the grid, reading 'Limpieza Final de Obra' and 'Auxiliares de Limpieza' with the phone number '0989112439'. The Facebook interface on the right shows the post title 'Final de Obra Limpieza en Departamentos ofrecem', a price of '\$60 · Disponibles', and a location of 'Loja, Loja'. It includes an 'Enviar mensaje' button, a 'Detalles' section with 'Estado: Nuevo', and a link to the company's Facebook page. At the bottom, there is a message input field with the text 'Hola, Auxiliares De Limpieza. ¿Sigue' and an 'Enviar' button.

Limpieza Final de Obra
Auxiliares de Limpieza
0989112439

Final de Obra Limpieza en Departamentos ofrecem
\$60 · Disponibles
Publicado en Loja, Loja

Enviar mensaje

Detalles

Estado: Nuevo

Inspecciones sin costo.
Llámenos o escriba, para información y cotiza:
<https://www.facebook.com/lavadodemuebles/>

Loja, Loja
La ubicación es aproximada

Información del vendedor
Detalles del vendedor

Envía un mensaje al vendedor

Hola, Auxiliares De Limpieza. ¿Sigue

Enviar



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Obando Obando Daniel Israel**, con C.C: 0958385619 y **Ibarra Bravo Luis Leonel**, con C.C: 1315132553 autores del trabajo de titulación: Estudio de factibilidad para comercialización y exportación de chocolate ecuatoriano con flor de Jamaica, previo a la obtención del título de **LICENCIADO EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, a los 16 días del mes de septiembre del año 2022

Nombre: **Ibarra Bravo, Luis Leonel**

C.C: **1315132553**

Nombre: **Obando Obando, Daniel Israel**

C.C: **0958385619**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Estudio de factibilidad para comercialización y exportación de chocolate ecuatoriano con flor de Jamaica		
AUTOR(ES)	Obando Obando, Daniel Israel; Ibarra Bravo, Luis Leonel		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. María Josefina Alcívar Avilés PhD.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Economía y Empresa		
CARRERA:	Comercio y Finanzas Internacionales		
TITULO OBTENIDO:	Licenciado en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	16 de septiembre del 2022	No. DE PÁGINAS:	72
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comercio exterior, logística, finanzas.		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	Chocolate, factibilidad, exportación, Londres, flor de Jamaica, comercio internacional		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>La exportación del chocolate ecuatoriano ha tenido un crecimiento exponencial desde en el año 2018 por lo cual se decidió realizar un estudio para establecer la factibilidad para la comercialización y exportación de chocolate ecuatoriano con flor de Jamaica hacia Londres, Reino Unido. Londres tiene 8.982 millones de personas teniendo como PIB de USD 2.695.503 y es conocido como la capital de Reino Unido, con una superficie de 243.610 km². La empresa Bandobarra S.A. se dedicará a la exportación de barras de chocolate con flor de Jamaica por medio de una cadena de producción basada en <i>co-packing</i>, es decir, se enviará el requerimiento a una empresa asociada que se encargará de realizar diversos lotes productivos para la venta. Respecto de la factibilidad financiera de la investigación, la tasa interna de retorno del proyecto es del 26,11% mayor a la TMAR de 15,45% y esto corresponde a un valor actual neto de la inversión de USD 133.389. El segmento del mercado estará compuesto por clientes de la cadena de mini supermercados Marks & Spencer, sin distinción de género, nacionalidad ni religión, de clase social media y superiores. Es recomendable asociarse con otras cadenas de ventas dado que únicamente depende de los requerimientos de Marks & Spencer y esto en el mediano plazo pone en riesgo al giro del negocio en la ciudad de Londres.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-99-823-7007/+593-98-315-8127	E-mail:luis.leonel1998@hotmail.com/ Daniel.Obando97@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Ing. Mónica Echeverría Bucheli, Mgs.		
	Teléfono: PBX: 043804600 o call center: 2222024, 2222025 ext. 5021, 5129		
	E-mail: monica.echeverria@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			