



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TÍTULO

Estudio de factibilidad para la creación y puesta en marcha de la compañía
“Tropical Fruit” dedicada a la exportación de mango deshidratado

AUTORAS

Cedeño Chiriguaya Génesis Haydee

Govea Alvarado Samanta Gabriela

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de Ingenieras en
Gestión Empresarial Internacional**

TUTOR

Valle Navarro Carlos Ernesto

Guayaquil, Ecuador

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL
CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Génesis Haydee Cedeño Chiriguaya y Samanta Gabriela Govea Alvarado, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingenieras en Gestión Empresarial Internacional.

TUTOR

Ing. Carlos Valle Navarro

DIRECTORA (E) DE LA CARRERA

Lcda. Lucia Pérez Jimenez, MGE

Guayaquil, a los 9 días del mes de septiembre del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Nosotras, Génesis Haydee Cedeño Chiriguaya y Samanta Gabriela Govea Alvarado

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación: Estudio de factibilidad para la creación y puesta en marcha de la compañía “Tropical Fruit” dedicada a la exportación de mango deshidratado, previa a la obtención del Título de Ingenieras en Gestión Empresarial Internacional, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 9 días del mes de septiembre del año 2014

LAS AUTORAS

Génesis Haydee Cedeño Chiriguaya

Samanta Gabriela Govea Alvarado



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL
AUTORIZACIÓN**

Nosotras, Génesis Haydee Cedeño Chiriguaya y Samanta Gabriela Govea Alvarado

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Estudio de factibilidad para la creación y puesta en marcha de la compañía "Tropical Fruit" dedicada a la exportación de mango deshidratado, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 9 días del mes de septiembre del año 2014

LAS AUTORAS

Génesis Haydee Cedeño Chiriguaya

Samanta Gabriela Govea Alvarado

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por la vida y la oportunidad de dejarme cumplir un sueño que algunas veces lo vi inalcanzable.

A mis padres, que cada noche iban a verme a la Universidad, que proveyeron los medios para estudiar, que me levantaban cada vez que tropezaba y que nunca me dejaron sola aún cuando me casé.

A mi esposo porque supo acompañarme en las madrugadas de estudio y con sus palabras de ánimo me recordaba la recompensa que me esperaba.

A mis suegros y amigos que siempre me apoyaron y creyeron en que podía culminar esta meta.

A mi amiga incondicional Hellen, que siempre me ayudó en cada tarea o responsabilidad que me daba la Universidad.

Samanta Gabriela Govea Alvarado

Mi agradecimiento, por haber alcanzado esta meta tan importante en mi vida, es para Dios quien ha sido mi fortaleza desde el principio.

A mi familia, padres y hermanos, quienes han sabido cuidarme, guiarme y apoyarme en toda circunstancia.

En especial a mi padre, a quien perdí en el transcurso de este camino, solo puedo decir gracias por todo su amor y comprensión.

Génesis Haydee Cedeño Chiriguaya

DEDICATORIA

Este triunfo se lo dedico a mi amado esposo quien con amor y paciencia supo entender y apoyarme durante este último año de estudio.

A mis padres, porque fueron mi motor principal para no dejarme vencer por más difícil que se pusiera la situación; quienes hasta el último momento me ayudaron en todo.

A mis hermanos y cuñados porque estuvieron prestos en ayudarme a realizar este sueño y con sus frases alentadoras me motivaban a continuar.

A mi tía Teresa y Mayi que con su ejemplo de lucha me permitieron conocer que todo sacrificio tiene su recompensa.

Samanta Gabriela Govea Alvarado

Este logro se lo dedico a Dios, como gratitud del amor incondicional que día a día recibo de él.

A mis padres, porque juntos hicieron todo lo posible por ayudarme a cumplir mi sueño, mi madre siempre con consejos que me inspiraban a seguir y mi padre quien demostró todo su esfuerzo y cariño por mí hasta el último momento.

A mis hermanos, porque creen en mí, están conmigo siempre y son partícipes de mi felicidad.

Génesis Haydee Cedeño Chiriguaya



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

CALIFICACIÓN

Ing. Carlos Valle Navarro

TUTOR

ÍNDICE GENERAL

CAPITULO I.....	2
PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	2
1.1 Análisis del problema.....	2
1.2. Planteamiento del problema	2
1.3. Justificación del proyecto.....	3
1.4. Objetivos del proyecto	4
1.4.1. Objetivo general	4
1.4.2. Objetivos específicos	4
1.5. Marco referencial	5
1.5.1. Marco teórico.....	5
1.5.2. Marco conceptual.....	11
1.5.3. Marco contextual	13
1.6. Descripción de la hipótesis	17
1.7. Aspectos metodológicos	18
1.7.1. Método de estudio.....	18
1.7.2. Fuentes documentales para la recolección de información.....	18
1.7.3. Tratamiento de la información.....	18
CAPITULO II.....	19
ESTUDIO DE MERCADO	19
2.1. Investigación de mercado	19
2.1.1. Objetivos del estudio de mercado	19
2.1.2. Identificación del mercado de destino	20
2.1.3. Comercio bilateral Ecuador- Estados Unidos.....	20
2.1.4. Demanda.....	23
2.1.5. Cálculo del Consumo Nacional Aparente de mango deshidratado en Estados Unidos.....	27
2.1.6. Consumo per cápita de mango deshidratado en Estados Unidos. 28	
2.1.7. Demanda insatisfecha.....	28
2.1.8. Plan de muestreo	29
2.1.9. Evaluación de resultados de la investigación de mercado	33
2.2. Definición del Marketing Mix	44

2.2.1. Producto.....	44
2.2.2. Plaza	47
2.2.3. Distribución	48
2.2.4. Promoción.....	49
2.2.5. Publicidad.....	49
2.2.6. Precio.....	50
2.3. Planeación estratégica.....	51
2.3.1. Descripción del negocio	51
2.3.2. Misión y Visión	52
2.3.3. Políticas y Valores.....	52
2.3.4. Análisis FODA.....	54
2.3.5. Descripción de las Estrategias y Tácticas	54
CAPITULO III.....	56
ESTUDIO TÉCNICO	56
3.1. Decisión de localización.....	56
3.2. Tamaño de las instalaciones	56
3.3. Descripción de la propiedad, planta, maquinaria y equipos del proyecto.....	57
3.3.1. Materia prima e ingredientes.....	57
3.3.2. Proveedores de insumo	57
3.3.3. Equipo requerido.....	58
3.4. Estimación de costos de los bienes de capital a requerir	63
3.5. Proceso de producción	63
3.6. Flujograma del Proceso de Producción	65
CAPÍTULO IV	66
ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN	66
4.1. Estructura organizacional	66
4.2. Recurso humano administrativo y especializado a requerir.....	66
4.2.1. Mano de obra directa	66
4.2.2. Mano de Obra indirecta.....	67
4.3. Marco legal	67
4.3.1. Aspectos societarios	67
4.4. Aspectos tributarios	75
4.5. Aspectos sanitarios o seguridad industrial.....	76

4.5.1.	Permisos de funcionamiento de locales comerciales uso de suelo	76
4.6.	Aspectos laborales	78
4.7.	Aspectos regulatorios del mercado norteamericano	79
4.7.1.	Obtención del registro de exportador	80
4.7.2.	Proceso de una exportación	81
4.7.3.	Factura comercial	82
4.7.4.	Lista de Empaque	83
4.7.5.	Certificado de origen	83
4.8.	Logística de comercio exterior	83
4.8.1.	Condiciones de negociaciones	83
CAPÍTULO V		87
EVALUACIÓN ECONÓMICA, FINANCIERA Y SOCIAL		87
5.1.	Entorno Económico	87
5.2.	Inversión total	87
5.2.1.	Activos fijos	87
5.2.2.	Activos intangibles	88
5.2.3.	Capital de trabajo	88
5.3.	Financiamiento de la deuda	89
5.4.	Políticas Financieras del Proyecto	89
5.5.	Plan Financiero	90
5.5.1.	Presupuesto de Ventas	90
5.5.2.	Presupuesto de Sueldos y Nómina	92
5.5.3.	Presupuesto de las Inversiones y Depreciación	93
5.5.4.	Presupuesto de Impuestos	95
5.5.6.	Cálculo de la Tasa del Costo del Capital Promedio Ponderado	96
5.6.	Evaluación Económica y Financiera	96
5.6.1.	Estado de Resultados Proyectados	97
5.6.2.	Estado de situación Financiera Proyectados	99
5.6.3.	Presupuesto de Flujo de Caja	102
5.6.4.	Análisis del Punto de Equilibrio	104
5.6.5.	VAN del Inversionista y TIR	106
5.7.	Indicadores de Gestión Financiera	109
5.7.1.	Indicadores Razones de liquidez	110
5.7.2.	Indicadores Razones de Eficiencia	110

5.7.3. Indicadores Razones de Endeudamiento.....	110
5.7.4. Indicadores Razones de Rentabilidad.....	110
5.7.5. Indicadores Razones de Rendimiento.....	110
CAPÍTULO VI.....	111
ESTUDIO DE IMPACTOS AMBIENTALES	111
6.1. Análisis de los Impactos Ambientales del Proyecto.....	111
CAPÍTULO VII.....	112
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	112
7.1. Conclusión y Recomendaciones.....	112
7.1.1. Conclusión de la Primera Hipótesis.....	112
7.1.2. Recomendación de la Primera Hipótesis	113

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Contenido nutricional del mango por 100 gramos.....	15
Tabla N° 2. Información nutricional del mango deshidratado basado en una dieta de 2000 calorías.....	17
Tabla N° 3. Tamaño común de las porciones	17
Tabla N° 4. Datos Generales	20
Tabla N° 5. Producción de mango en EEUU	25
Tabla N° 6. Cantidad de toneladas de mango deshidratado importadas por Estados Unidos (2009-2013)	26
Tabla N° 7. Cantidad de toneladas de mango deshidratado exportadas desde Estados Unidos (2009 -2013).....	27
Tabla N° 8. Consumo Nacional Aparente Estados Unidos (2009 – 2013) ..	27
Tabla N° 9. Consumo per cápita de mango deshidratado (2009 – 2013) ...	28
Tabla N° 10. Cálculo de la muestra	30
Tabla N° 11. Ficha Técnica del producto	45
Tabla N° 12. Matriz FODA	54
Tabla N° 13. Especificaciones de máquina empacadora de pesaje de una balanza	60
Tabla N° 14. Especificaciones de horno deshidratador de frutas.....	61
Tabla N° 15. Descripción del producto.....	62
Tabla N° 16. Características del higrómetro	62
Tabla N° 17. Certificado de origen	83
Tabla N° 18. Obligaciones de las partes con Incoterms CIF	85
Tabla N° 19. Inversión total.....	87
Tabla N° 20. Activos fijos	88
Tabla N° 21. Activos intangibles	88
Tabla N° 22. Capital de trabajo	88
Tabla N° 23. Aporte económico accionistas.....	89
Tabla N° 24. Políticas Financieras	90
Tabla N° 25. Presupuesto de Ventas.....	92
Tabla N° 26. Presupuesto de Sueldos	93
Tabla N° 27. Gastos por depreciación de activos	94
Tabla N° 28. Presupuesto de Impuestos.....	95
Tabla N° 29. Presupuesto de Gastos de Administración y Ventas	96
Tabla N° 30. CCPP	96
Tabla N° 31. Estado de Resultados Proyectados	98
Tabla N° 32. Estado de situación Financiera Inicial	100
Tabla N° 33. Estado de Situación Financiera Final Proyectado.....	101
Tabla N° 34. Flujo de caja.....	103
Tabla N° 35. Punto de Equilibrio	104
Tabla N° 36. Evaluación Económica Financiera – VAN del inversionista ..	107
Tabla N° 37. Descripción de impactos ambientales y soluciones	111

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Conocimiento de la fruta deshidratada de acuerdo al género	33
Gráfico 2. Personas que compran frutas deshidratadas	34
Gráfico 3. Tipo de frutas deshidratadas que ha comprado	35
Gráfico 4. Uso de la fruta deshidratada de acuerdo al género.....	36
Gráfico 5. Frecuencia de compra.....	37
Gráfico 6. Tamaño de preferencia de acuerdo al género.....	38
Gráfico 7. Época del año que le gustaría comprar fruta deshidratada	39
Gráfico 8. Aceptación del nombre de la marca	40
Gráfico 9. Preferencia de tamaño en la presentación de acuerdo al género	41
Gráfico 10. Preferencia de presentación de acuerdo al género	42
Gráfico 11. Disposición a pagar por una bolsa de 100gr	43

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Balanza Comercial Total Ecuador - EEUU	21
Figura 2. Balanza Comercial Petrolera Ecuador - EEUU	22
Figura 3. Balanza Comercial No Petrolera Ecuador -EEUU	23
Figura 4. Producción de Mango en Estados Unidos Período (2005-2012) ..	24
Figura 5. Empaque frontal del producto	46
Figura 6. Empaque trasero del producto.....	47
Figura 7. Canal de Distribución - Broker	48
Figura 8. Proceso de comercialización	49
Figura 9. Distribución de la planta.....	57
Figura 10. Máquina Empacadora de Pesaje de una Balanza	58
Figura 11. Horno deshidratador de frutas	60
Figura 12. Malla industrial	61
Figura 13. Higrómetro	62
Figura 14. Diagrama de flujo para secado de mango por medio osmótico ..	65
Figura 15. Estructura Organizacional.....	66
Figura 16. Punto de Equilibrio.....	105

RESUMEN

La creación y puesta en marcha de una empresa exportadora de mango deshidratado en la ciudad de Guayaquil, surge de la necesidad que actualmente tienen las personas por consumir alimentos sanos y nutritivos, ya que el estilo de vida y el tiempo que se dedica para comer adecuadamente ya no es el mismo que hace 20 años. Esto sumado a que el Ecuador es un país rico en tierras fértiles y clima único, el cual debe aprovecharse para exportar productos con un valor agregado.

Este trabajo incluye la importancia del consumo de mango deshidratado, así como el impacto que tendrá en las personas al incluirlo en sus dietas diarias. También describe los tipos de deshidratación más utilizados y el más recomendable para preservar por más tiempo la vida del fruto. Además, se establece el mercado de destino y los trámites aduaneros para acceder a él. El estudio de mercado, técnico, legal y financiero también son parte del contenido que servirán para demostrar la viabilidad del negocio.

Finalmente, las conclusiones y recomendaciones están propuestas para corroborar la hipótesis planteada.

Palabras claves: Mango, Alimentación saludable, Deshidratación, Ósmosis, Proceso de producción de mango deshidratado, Snack

ABSTRACT

Creating an exporter company of dried mango in Guayaquil is due to the need of eating healthy and nutritious food by people nowadays. This need cannot be satisfied because the lifestyle and the time spent on eating well have changed in the last 20 years. Ecuador is a rich country with fertile soil and unique climate, which should be used to export value-added products.

This work includes the importance of eating dried mango, and the impact it will have on people's daily diets. It also describes the types of dehydration used and the most recommended method to preserve the longer life of the fruit. In addition, it was established the target market and customs procedures to access to it. The market research, the technical, legal and financial study are also part of the content that will serve to demonstrate the viability of the project.

Finally, conclusions and recommendations are proposed to support the hypothesis.

Keywords: Mango, Healthy eating, Dehydration, Osmosis, Process dehydrated mango production, Snack

RÉSUMÉ

La création et la mise en œuvre d'une entreprise exportatrice de mangue déshydratée dans la ville de Guayaquil, découle de la nécessité qu'actuellement les gens ont de manger des aliments sains et nutritifs, due au mode de vie et au temps consacré à manger correctement qui n'est plus le même qu'il ya 20 ans. Par ailleurs l'Equateur est riche en sols fertiles et un climat unique, qui doit être utilisé pour exporter des produits à valeur ajoutée.

Ce travail comprend l'importance de la consommation de la mangue déshydratée, ainsi que l'impact que cela aura chez les gens de l'inclure dans leur alimentation quotidienne. Ce travail décrit également les types de déshydratation plus utilisées et le plus recommandées pour préserver plus la vie des fruits. Aussi, il est établi, le marché cible et des procédures douanières pour y accéder. L'étude de marché, les aspects technique, juridique et financier font également partie du contenu qui servira à démontrer la viabilité du projet.

Enfin, les conclusions et les recommandations sont proposées pour soutenir l'hypothèse.

Mots-clés: Mangue, Alimentation saine, Déshydratation, Osmose, Le processus de production de la mangue déshydratée, Rondelles deshidratées de mangue.

INTRODUCCIÓN

El trabajo que se presenta determina el proceso para crear una empresa exportadora de mango deshidratado al mercado norteamericano, permitiendo la diversificación de la matriz productiva y a su vez el aumento de los ingresos del país.

De acuerdo a estudios realizados se identificó a los Estados Unidos como uno de los principales consumidores de mango deshidratado. Por medio de la metodología de recolección de datos a través de encuestas, se logró determinar el precio y la frecuencia de consumo del estado de California en cuanto al consumo de mango deshidratado, así como la preferencia en tamaño porciones y precio que estarían dispuestos a pagar por un producto nuevo y de calidad.

La difusión del contenido nutricional es fundamental para que los posibles consumidores conozcan cuáles son los beneficios del consumo de esta fruta, porque la falta de información hace que algunos mitos, como el creer que el exceso de azúcar y aditivos son ingredientes principales del producto, sean una barrera al momento de comprar.

Las regulaciones de exportación, estudio de mercado y diseño técnico son algunos de los factores que se analizaron con el fin de proporcionar una visión amplia sobre los escenarios de factibilidad del proyecto. El análisis financiero demostró la rentabilidad que podría generar si se lo aplica en el Ecuador.

CAPITULO I

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

1.1 Análisis del problema

En los Estados Unidos, como en el resto del mundo las personas están tomando conciencia de lo importante que es mantener una alimentación sana, pero con el ritmo de vida muy ocupado que se vive en la actualidad las personas no tienen tiempo para preparar alimentos nutritivos.

Es por ésta razón que el consumo de frutas deshidratadas, ya sea mango, uvillas, piña, etc., ha venido aumentando a través de los años por la gran cantidad de fibras y vitaminas que éstas contienen y que ayuda a la salud de los consumidores.

En la última década los estadounidenses han aumentado el consumo de snacks saludables, que pueden ser desde frutas deshidratadas hasta frutas secas, porque son fáciles de conseguir, llevar y comer.

Las frutas y las hortalizas son muy importantes en la dieta del ser humano, porque aportan valores nutritivos y por ende beneficios para la salud. Aun sabiendo esto, las personas no consumen lo suficiente o simplemente no las incluyen en sus comidas diarias.

1.2. Planteamiento del problema

El estilo de vida, las presiones del trabajo y otras actividades son algunas de las razones por las que el hombre ha descuidado su alimentación en los últimos tiempos y esto a su vez abre las puertas al consumo de comidas rápidas que generalmente aportan una gran cantidad de grasa al organismo y como consecuencia, lo destruye.

1.3. Justificación del proyecto

Debido al crecimiento del mercado mundial de frutas deshidratadas y las excelentes condiciones climáticas que posee Ecuador para el cultivo de productos agrícolas, nace la idea de querer satisfacer y explotar esta demanda que aún no es suplida completamente.

Si bien es cierto, el país exporta mango a diferentes países del mundo, pero la situación que atraviesa el comercio global época en la que exportar los productos convencionales o tradicionales no permite competir o ser reconocidos como los mejores. Para destacarse de entre los demás países, es necesario darle un valor agregado al producto y más aún cuando los clientes se vuelven cada vez más exigentes.

Es así que se decidió utilizar el proceso de deshidratación en el mango. Al exportar mango deshidratado, la fruta pasa de un producto perecedero a un producto no perecedero; cabe recalcar que la deshidratación de éste se hará de tal forma que no haya la necesidad de usar productos químicos, permitiendo que la fruta quede lo más nutritiva posible.

Según la Organización Mundial para la Salud el consumo mínimo de esta fruta debe ser de 120 Kg al año, pero la falta de oferta se ha convertido en el principal obstáculo para aprovechar las oportunidades ofrecidas por los mercados internacionales en lo que se refiere a los productos frescos y preparados.

La producción de mango en el Ecuador es alta pero no se la aprovecha porque como es fácil el acceso a ella, las personas no le dan la importancia que se merece y a veces hasta se pierda la cosecha. Sin embargo, para otros países como Estados Unidos y el continente europeo reconocen lo difícil que puede ser encontrar frutas u hortalizas que brinden una oportunidad para mejorar sus hábitos alimenticios y por ello están dispuestos a pagar lo que sea necesario para obtenerlas.

El consumo de frutas deshidratadas en los Estados Unidos ha ido aumentando considerablemente con el pasar de los años debido a que se está tratando de corregir la cultura alimenticia de ese país. Además, se debe considerar que al deshidratar esta fruta se la puede utilizar en la preparación de platos gastronómicos.

La importancia de darle este valor agregado al mango se basa en la ventaja que representa para ambas partes, tanto para el consumidor final, como para los exportadores ya que los costos de producción se minimizan, el tiempo de vida del producto es alargado y en cuestión de volumen es más fácil su exportación.

La ventaja de este producto para el consumidor, como ya se lo mencionó, es que es fácil de transportar y contiene un alto valor nutricional.

1.4. Objetivos del proyecto

1.4.1. Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa exportadora de mango deshidratado cuyo destino será el mercado norteamericano.

1.4.2. Objetivos específicos

1. Analizar el comportamiento del mercado estadounidense con respecto al consumo de mango deshidratado.
2. Identificar las principales variables de interés para el mercadeo y exportación de mango deshidratado.
3. Establecer los costos de creación de la empresa, de trámites, de empaquetado, transporte, etc.
4. Determinar el canal de distribución por el cual se comercializará el producto.

5. Especificar los requisitos para acceder al mercado norteamericano: tratados, normas técnicas, normas de seguridad, normas sanitarias y fitosanitarias, empaques, etc.

1.5. Marco referencial

1.5.1. Marco teórico

España e Italia fueron los países pioneros en utilizar la técnica de deshidratación, ya que al importar productos frescos de África deseaban preservarlos para su consumo. (Ramaswamy y Marcolle, 2006).

Desde entonces, la técnica se expandió alrededor del mundo y con el paso del tiempo ha ido mejorando en procesos y actualmente se la puede aplicar en carnes, vegetales y frutos.

La deshidratación consiste en eliminar gran parte del agua del producto con la ayuda del calor, a fin de reducir su volumen y permitir que los alimentos duren más tiempo. (Fellows, 1994)

Vanaclocha (2003) indica que la deshidratación permite la reducción de peso hasta en una quinta parte en vegetales o frutos que tengan raíces y hasta quince veces menos si se trata de vegetales de hoja. Como consecuencia, los costos de transporte y almacenamiento se reducen y esta técnica llega a ser el principal atractivo para los exportadores.

Existen varios métodos para deshidratar los alimentos, pero su uso va a depender del tipo, tamaño, la calidad que se desea en el producto final, el costo a invertir en él, las exigencias del mercado a satisfacer, entre otros. Sin embargo, si se utiliza un poco de cada factor acorde a las necesidades el resultado será favorable. (Dong Chen et al, 2008)

Entre los principales métodos se encuentran los siguientes:

Deshidratación solar

La deshidratación solar requiere de días muy soleados y temperaturas altas. Además, es recomendable construir un recipiente metálico que concentre el calor y los nutrientes del producto, pero la desventaja de este método es que toma muchos días y el alimento como tal pierde azúcares, antioxidantes y el color de la fruta cambia. Por otro lado, si no se construye este recipiente y se lo deja expuesto al aire libre, puede atraer insectos y por consecuencia, el alimento no cumpliría las condiciones de salubridad.

Deshidratación osmótica

Según la Universidad Nacional de Colombia (2002) la deshidratación osmótica es una técnica que usa la difusión de gases o líquidos a través de un preparado permeable que sirve para reducir la humedad del fruto.

El uso de este proceso es acogido por los frutos que tienen pulpa o una estructura celular sólida, ya que en el interior de las células contienen jugos con sustancias disueltas en agua, las que permitirán el intercambio de las mismas por medio de una solución que contenga mayor cantidad de azúcares y/o sales que la fruta a deshidratar. (Spiazzi y Maschesoni, 2001)

Deshidratación por liofilización

C.E. Orrego A (2003) establece que la liofilización es un proceso de deshidratación que consiste en retener los componentes responsables del aroma y sabor del alimento utilizando el frío.

Además, J. de Alvarado (1996) indica que se lo denomina liofilización porque se utiliza la deshidratación, la congelación y el vacío. Todo esto impide que el producto pierda sus nutrientes y permite que se conserve en la temperatura adecuada.

Sin importar el tipo de técnica que se utilice para deshidratar, el único fin que persigue este procedimiento es mantener los alimentos lo más saludables y preservados posible.

En un estudio hecho en Budapest y presentado en el Congreso de la Asociación Europea de Nutrición, se indicó que consumir frutas secas y/o deshidratadas presenta un beneficio para la salud ya que contienen propiedades anticancerígenas.

Uno de los investigadores de este estudio, Daniel Gallaher (2013), señaló que las frutas deshidratadas son una gran fuente de fibra soluble y poseen un nivel de azúcar bajo lo que hace que el organismo tenga una sensación de saciedad por mayor tiempo después de comer. También su consumo es importante porque ayuda a prevenir algunas enfermedades metabólicas.

Por otro lado, la investigadora Adriana Kaliora (2013) indicó que las frutas deshidratadas inhiben algunos tipos de cáncer. Aunque no se identificó el mecanismo que utilizan para que se detenga la propagación de células cancerígenas, de alguna u otra forma el tejido canceroso muere.

También señaló que las frutas deshidratadas son ricas en calcio, fósforo, magnesio, potasio y vitaminas A y B y al no estar procesadas no contienen conservantes ni colorantes artificiales.

Sin embargo, las personas creen que las frutas deshidratadas contienen mayor cantidad de azúcar y tratan de evitar su consumo, pero en el estudio este mito fue derrumbado ya que demostraron que la cantidad de azúcar del fruto deshidratado es la misma que la de un fruto en su forma natural.

Según un estudio presentado por la Corporación Colombiana Internacional citado en el boletín divulgativo del investigador de CORPOICA, Ing. Thomas Landwher (2001), indicó que el consumo y por ende, las importaciones de frutas secas y deshidratadas aumentaría a gran escala en Estados Unidos, Japón y la Comunidad Europea. Debido a que son países desarrollados, basta que con el pasar de los años la demanda de estos productos vaya en aumento.

Además agregó que el interés por llevar una alimentación natural y sana sería un factor relevante que estimularía el consumo de frutas deshidratadas y a su vez sería un interesante negocio a nivel mundial, gracias a la cantidad de dinero que lo mueve, estimando que en el comercio mundial de frutas deshidratadas aproximadamente al año se exportarían unas 30,000 toneladas que representarían 55 millones de dólares.

Este mejorado nicho de mercado ha sido aprovechado por las compañías que exportan un producto terminado de mayor calidad; antes los países productores exportaban solo la materia prima y el país de destino se encargaba de procesarlo, pero debido a la competitividad cada vez más fuerte se ven en la necesidad de diversificar la oferta exportable (Nimimsha Raja, 2012).

La preocupación de los consumidores por llevar una alimentación baja en grasas saturadas, así como el aumento de consumo de vegetales, fruta, legumbres y yogur son algunas de las tendencias encontradas en un estudio realizado por el "Institute of Food Technologies" (2004) de Estados Unidos y publicado por la revista FoodTechnology. Además se señaló que el aumento de "productos para llevar" está en pleno auge debido a que el tiempo dedicado a la cocción de alimentos es cada vez más escaso.

El informe recalca el interés de los consumidores por llevar una dieta baja en grasa y carbohidratos con el fin de no engordar. Elizabeth Sloan (2012) argumenta que en Estados Unidos las máquinas expendedoras de comida rápida han optado por diversificar sus productos, incluyendo a los snacks saludables como parte de las nuevas exigencias de los clientes.

El público al que llegan estos productos son personas que por lo general viajan y consumen alimentos en su vehículo, así como personas que trabajan largas horas sentadas frente a una computadora.

En el mercado estadounidense los snacks más apetecidos son los novedosos, especialmente los que incluyen salsa picante. Además, dada la

variedad de nacionalidades que hay en ese país, se recomienda incluir ingredientes propios de los países de origen de los consumidores.

Lu Ann Williams (2013) reafirma que la tendencia del consumo en el mercado norteamericano apunta a lo natural, saludable y orgánico, ya que en el 2013 más del 85% de los productos importados de ese país cumplían con las características antes mencionadas.

Por otra parte, el Ministerio de Fomento Industria y Comercio de Nicaragua, a través de la Secretaría Técnica de la Comisión Nacional de Promoción de Exportaciones –CNPE-, con el apoyo del Proyecto de Fortalecimiento de la Gestión del Comercio, resume el impacto de la comercialización del mango deshidratado en los Estados Unidos del 2001 al 2005 por medio de la ficha “Producto/Mercado de Mango Deshidratado”, que contó con la colaboración del Dr. Humberto Arguello y de la Lic. Xiomara Mena de la Secretaría Técnica de la CNPE (2006).

Entre los hechos más importantes, se indicó que las importaciones de mango deshidratado a los Estados Unidos, en el período 2001-2005, se triplicó significativamente en un 135% así como los precios, que demostraron un alza con el pasar de los años debido a la creciente demanda pero escasa oferta. El consumo pasó de 2,235 a 5,266 toneladas al año lo que representa aproximadamente 21 millones de dólares. Además, se identificó que los principales puntos de entrada al mercado norteamericano son: Los Ángeles, Miami y New York.

Actualmente, Proexport (2013) presentó un informe en el que demostró que las frutas deshidratadas, los alimentos ricos en fibras y vitaminas representarían un incremento en su consumo en los próximos años.

Otro factor latente que influye en una alimentación sana es el aumento de la obesidad a temprana edad o en etapa adulta. Según un estudio realizado por Euromonitor International (Ewa Hudson, 2013), en el

2012 el consumo de frutas deshidratadas aumentó un 5% en las ventas, mientras que el mercado de las papas fritas, solo lo hizo en un 3%.

Ocupando Estados Unidos el segundo lugar de los países con mayor índice de obesidad infantil, según un informe presentado por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2013), este país debería considerar la opción para regular o contrarrestar este problema ofertando snacks saludables dentro de los establecimientos educativos, ya que los padres al no tener tiempo para preparar un lunch nutritivo, pueden contar con la confianza de que en el bar de la escuela encontrarán bocados apropiados para ellos.

En algunos países como Estados Unidos y el Reino Unido, está prohibido vender comidas saturadas en grasa en las instituciones educativas, debido a la crisis de obesidad infantil que viven, entonces la oportunidad para ingresar en ese mercado también sería una buena alternativa, tanto para los niños como para los padres.

La clave está en darle al cliente lo que quiere pero sin descuidar su alimentación; es decir, darle opciones de qué comidas dañinas podría reemplazar por alimentos saludables, los cuales no necesariamente tienen que ser desagradables para el gusto.

En los restaurantes americanos y europeos, los chefs optan por utilizar frutas deshidratadas o bajas en calorías para utilizarlas como parte de ensaladas o sustituyéndolas.

En alguno de los casos, se adecúa un menú para niños que les permita comer rico, sano y en las cantidades exactas, promoviendo desde pequeños una buena cultura de alimentación.

Ewa Hudson (2013), Jefa Internacional del Departamento de Investigación en Salud y Bienestar de Euromonitor International, manifiesta que el principal producto responsable del aumento del 5% de las ventas registradas se destaca los snacks frutales.

Se estima que el consumo en América Latina sea de un 20%, mientras que en el Sudeste Asiático se estima un 13%. Esto se debe a que las compañías encargadas de la producción de snacks saludables o frutales, deciden reemplazar o lanzar líneas de productos con ventajas alimenticias, es decir que en vez de seguir produciendo papas fritas en empaques, optan por sacar chips de plátanos que aunque se fríen en aceite, el consumidor los percibe como un alimento más nutritivo que las papas fritas convencionales.

Cabe recalcar que el riesgo que se corre es grande ya que para lograr que estos snacks sean saludables se debe recurrir a una investigación para la selección de métodos y por ende la inversión es mayor, pero no siempre el retorno del dinero no se da en la misma proporción.

Euromonitor International propone estimular en los consumidores el consumo planificado de snacks saludables, para evitar que el producto se quede en la percha sin ser vendido.

La planeación es de suma importancia en este aspecto, ya que aunque no se tenga la misma cantidad de ingreso en relación al esfuerzo por concientizar a las personas de consumir alimentos sanos, a la larga estos snacks se venderán por sí solos.

Según este estudio, para estimular el consumo planificado una idea es brindar presentaciones de multipaquetes pero sin dejar las presentaciones individuales porque al ser algo “nuevo” siempre el cliente va a querer saber lo que está comprando y una vez testeado continuará o no como parte de su dieta diaria.

1.5.2. Marco conceptual

Mango: Nombre común de un árbol y del fruto que produce. Es nativo de India, crece hasta unos 15m de altura y forma numerosas ramas altas y abiertas.

Secado o deshidratación: Es un método de conservación de alimentos consistente en extraer el agua de estos, lo que inhibe la proliferación de microorganismos y dificulta la putrefacción. El secado de alimentos mediante el sol y el viento para evitar su deterioro ha sido practicado desde antiguo. El agua suele eliminarse por evaporación (secado al aire, al sol, ahumado o al viento) pero, en el caso de la liofilización, los alimentos se congelan en primer lugar y luego se elimina el agua por sublimación.

Liofilización: es una técnica de deshidratación por frío, un proceso común en la industria alimentaria conocido como deshidrocongelación (secado por congelación) el cual tiene la virtud de mantener al máximo las propiedades organolépticas de los alimentos. Este método se realiza al vacío. La palabra deriva del griego, que en traducción es “hecho para amar las disoluciones”, o sea que se contará con un producto de muy fácil disolución y/o regeneración.

Balanza comercial: Valor de las exportaciones de un país menos el valor de sus importaciones, también llamada exportaciones netas.

Canales de distribución: Un canal de distribución es una estructura de negocios de organizaciones interdependientes que va desde el punto del origen del producto hasta el consumidor.

Ad valoren: Es el más empleado, y se expresa como un porcentaje sobre el valor de la mercadería, según es consignado en la factura respectiva.

Arancel: es una tarifa oficial que el país importador establece como derechos de aduana y que se agrega al valor del bien para su ingreso.

Certificados fitosanitarios: Un país importador de plantas o productos vegetales, u otros artículos reglamentados, demanda de un certificado que le garantice que plagas y enfermedades no serán introducidas a través de alguno de tales productos.

1.5.3. Marco contextual

Mango

El mango es una exquisita fruta tropical reconocida mundialmente por su espectacular sabor y porque posee un gran valor nutritivo. Siendo siempre apetecida por mercados internacionales como lo es en Estados Unidos, en países europeos, asiáticos, ya sea fresca, deshidratada, en preparados como mermeladas, jugos entre otros.

Variedades del Mango en el Ecuador

Existen algunas variedades de mango en el mundo entero pero entre las principales variedades cultivadas en el Ecuador se encuentran las siguientes:

Tommy Atkins: Esta variedad de mango es de tamaño grande con un peso de 450 a 700 gramos, entre sus características se encuentra su forma ovoide, color rojizo, no posee fibra pero si un gran sabor, pulpa jugosa y aroma.

Haden: De tamaño mediano - grande puede llegar a pesar entre 400 a 600 gramos, entre sus características están, su forma ovoide casi redonda es de color amarillo rojizo, posee poca fibra, su pulpa es jugosa pero con un sabor ligeramente ácido.

Kent: Esta variedad de mango es grande pesando alrededor de 680 gramos. Sus características son forma ovoide casi redonda, de color verde amarillento, carece de fibra, es de sabor dulce debido a su alto contenido de azúcares, y es de pulpa jugosa.

Keitt: Pesa unos 600 a 700 gramos, entre sus características están su forma ovalada, color amarillo, de pulpa jugosa y dulce.

Áreas de Cultivo

El mango en el Ecuador es cultivado mayormente en la provincia del Guayas con una superficie aproximada de 7700 hectáreas según indica la Fundación mango Ecuador. De las cuales 6500 se dedican a la exportación de su producción y las restantes dedican sus producciones al mercado local o al pacto andino, las venden como frutas frescas, jugos o concentrados de mango.

Así mismo este gremio Fundación mango indica que son 192 fincas dedicadas a la producción de mango. La estacionalidad de esta fruta es entre los meses de septiembre a enero aquí en el Ecuador y dependiendo de la variedad.

Propiedades nutritivas del Mango

El mango ecuatoriano goza de una excelente calidad pero además de esto y de su exquisito sabor constituye también un valioso suplemento dietético, es rico en vitaminas A y C, minerales, fibras y anti-oxidantes convirtiéndola en una fruta baja en grasa y caloría, 100 gramos de pulpa de mango constituye de 62 a 64 calorías. Características que le permite competir en mercados internacionales frente a otras frutas tropicales.

Se puede observar en la siguiente tabla el contenido nutricional del mango en 100 gramos.

Tabla N° 1. Contenido nutricional del mango por 100 gramos

Energía	250Kj (60 Kcal)
Carbohidratos	15g
Azúcares	13.7g
Fibra	1.6g
Proteína	0.82g
Equiv. De vitamina A	54 Mcg
Beta Caroteno	640 Mcg
Luteína y Zeaxantina	23 Mcg
Tiamina (Vit B1)	0.028 Mg
Riboflavina (Vit B2)	0.038 Mg
Niacina (Vit B3)	0.669 Mg
Ácido Pantoténico (Vit B5)	0.197 Mg
Piridoxina (Vit B6)	0.119 Mg
Ácido fólico (Vit B9)	43 Mcg
Colina	7.6 Mg
Vit C	36.4 Mg
Vit E	0.9 Mg
Vit K	4.2 Mg
Calcio	11 Mg
Hierro	0.16 Mg
Magnesio	10 Mg
Manganeso	0.063 Mg
Fósforo	14 Mg
Potasio	168 Mg
Sodio	1 Mg
Zinc	0.09 Mg
Índice glucémico	50

Fuente: USDA Nutrient Database for Standard Reference

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

Siguiendo con el tema del contenido nutricional, el mango deshidratado sigue conservando sus características dietéticas, a pesar de que algunas personas eviten el consumo de los frutos deshidratados porque creen que contienen mayor cantidad de azúcar, estudios realizados afirman que la cantidad de azúcar del fruto deshidratado es la misma que la de un fruto en su forma natural.

La Fundación Internacional de frutos secos y deshidratados en el 2013 presentó la siguiente lista de los beneficios que ofrecen los frutos deshidratados:

1. Tienen propiedades reguladoras de múltiples funciones orgánicas, como las digestivas, circulatorias, inmunológicas entre otras, por su contenido de fibra y vitaminas.
2. Tienen propiedades antioxidantes.
3. Tienen propiedades anti-inflamatorias que ayudan en la lucha contra las infecciones urinarias.
4. Previenen enfermedades como el cáncer de próstata.
5. Posee un lapso de vencimiento de hasta un año
6. Se pueden consumir como un Snack saludable, en cualquier momento y lugar, o bien como un formidable complemento nutricional mezclado con leche, yogurt, licuados, jugos de frutas, etc.
7. No requieren refrigeración o congelamiento para su almacenamiento.
8. Libres de grasas nocivas.
9. Cero colesterol
10. Adecuada concentración de nutrientes, proteínas y fibra

Tabla N° 2. Información nutricional del mango deshidratado basado en una dieta de 2000 calorías

Hechos Nutricionales por 1 tira (8,5 cm x 2 cm x 0,3 cm)	
Energía	67 kj, 16 kcal
Proteína	0,07 g
Carbohidrato	4,08 g
Fibra	0,3 g
Azúcar	3,76 g
Grasa	0,04 g
Grasa Saturada	0,01 g
Grasa Poliin saturada	0,007 g
Grasa Monoin saturada	0,015 g
Colesterol	0 mg
Sodio	0 mg
Potasio	23 mg

Fuente: <http://www.fatsecret.com.mx/>

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

Tabla N° 3. Tamaño común de las porciones

Tamaño de la Porción	Calorías
1 tira (8,5 cm x 2 cm x 0,3 cm)	16
1 paquete (90 g)	311
100 g	314
1 taza	317

Fuente: <http://www.fatsecret.com.mx/>

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

1.6. Descripción de la hipótesis

Con la puesta en marcha de una empresa exportadora de mango deshidratado se logrará aumentar la oferta del mercado ecuatoriano, así como mantener una alimentación sana y nutritiva en el mercado norteamericano.

1.7. Aspectos metodológicos

1.7.1. Método de estudio

El método de estudio que se escogerá para el diseño de la investigación se define como: no experimental transversal descriptivo, porque no se manipulará las variables, más bien se medirá una o más variables del proyecto a fin de describir y analizar su incidencia como así mismo interrelacionarlas; por ejemplo medir las preferencias de las frutas deshidratadas en los consumidores norteamericanos, en base al comportamiento de las exportaciones hacia ese mercado en los últimos años.

1.7.2. Fuentes documentales para la recolección de información

Las fuentes documentales que se utilizará para la recolección de la información son de dos tipos: las fuentes primarias y secundarias, las cuales engloban la lectura de libros, artículos especializados en el tema, diarios, testimonios de expertos, documentos oficiales, páginas de internet donde se obtendrán estadísticas nacionales e internacionales proporcionadas por organismos oficiales como lo es Pro Ecuador, BCE, Fundación Mango del Ecuador entre otros.

1.7.3. Tratamiento de la información

La información será recopilada, organizada, sistematizada, relacionada, combinada, analizada durante todo el proceso investigativo, en base a las técnicas y herramientas de la metodología.

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Investigación de mercado

Antes de empezar a desarrollar este capítulo es necesario aclarar qué se entiende por mercado. Es el área en donde se encuentran los compradores potenciales, donde se disputa la oferta y la demanda para la comercialización ya sea de bienes o servicios y a precios ya determinados en un espacio de tiempo definido.

El mercado de destino elegido para exportar el producto es Estados Unidos, debido al incremento que ha experimentado la demanda del mango en Estados Unidos en el último año y medio, gracias a la promoción en conjunto desarrollada por Fundación Mango Ecuador y desde principios del 2013 la también reconocida National Mango Board, las cuales destacan en sus campañas al mango como una fruta exótica y nutritiva, demostrando así los beneficios del mango para el consumo humano. Ganando la preferencia, credibilidad y aceptación por parte de los consumidores norteamericanos.

Y es que el mango se ha convertido a través de los años en una de las frutas más apetecidas por este mercado, ya sea fresca, deshidratada, en preparados como jugos, mermeladas, entre otros.

2.1.1. Objetivos del estudio de mercado

El objetivo del estudio de mercado es identificar el tamaño de mercado para un producto o servicio, determinar la demanda, los precios a ofrecer, y los gustos y preferencias de los consumidores potenciales y demás variables que influirán al momento de introducir el producto o servicio en este.

Entre los objetivos planteados en el presente estudio de mercado se identificaron los siguientes:

1. Determinar el tamaño de la demanda insatisfecha de mango deshidratado en el mercado norteamericano.
2. Definir el canal de distribución más apropiado para el producto.
3. Identificar a los posibles consumidores del producto.
4. Establecer la mejor estrategia comercial en cuanto a la presentación del producto, preferencias de los clientes y precio.

2.1.2. Identificación del mercado de destino

Los Estados Unidos de América, es una república federal constitucional compuesta por 50 estados y un distrito federal. La mayor parte del país se ubica en el centro de América del Norte, donde se encuentran sus 48 estados contiguos y Washington D. C., el distrito de la capital.

Tabla N° 4. Datos Generales

Al norte	Canadá
Al oeste	Océano Pacífico
Al sur	México
Al este	Océano Atlántico
Población	318 190 000
Producto Interno Bruto	17,23 billones
Producto Interno Bruto (per cápita)	\$51.749,00
Moneda	Dólar
Inflación	2.10%
Lengua Principal	Inglés
Principales socios comerciales	Canadá, México, China, Japón

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

2.1.3. Comercio bilateral Ecuador- Estados Unidos

A pesar de que las relaciones bilaterales entre Ecuador y Estados Unidos, se han venido dando un poco tensas en el último año, no impide ni oculta lo necesario que es mantener y fortalecer las relaciones comerciales entre ambos.

Tanto es así que el ministro de comercio exterior Francisco Rivadeneira señala que Ecuador está consciente de la situación puesto que aún se muestra interesado en mejorar las relaciones bilaterales con Estados

Unidos y no descarta en el futuro negociar un acuerdo comercial como lo está haciendo con Europa. Por otro lado los Estados Unidos tiene la misma percepción según declaración del embajador norteamericano Adam Namm, el 3 de julio del presente año, el cual señala la importancia de reforzar las relaciones bilaterales en sectores como la educación, el comercio y el medioambiente, resaltó también que los Estados Unidos sigue siendo el principal socio comercial de Ecuador.

De acuerdo con el siguiente gráfico proporcionado por Pro Ecuador, el cual muestra la balanza comercial entre Ecuador y Estados Unidos entre los años (2009 – 2013) y el primer cuatrimestre del año 2014. Se observa que en el año 2013 el intercambio comercial bilateral entre ambos países generó \$ 19.000 millones, con una balanza a favor de Ecuador por \$ 3'568.218.

Afianzando así que ambas economías son complementarias, y las tendencias de una balanza comercial positiva para Ecuador en los últimos años lo corroboran.

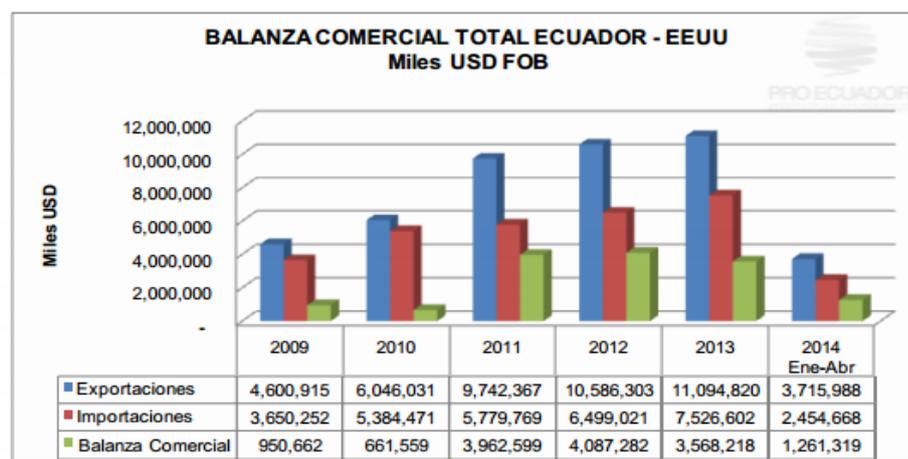


Figura 1. Balanza Comercial Total Ecuador - EEUU

Fuente: Pro Ecuador

Es necesario recalcar que las exportaciones Petroleras de Ecuador hacia los Estados Unidos son mayores que las exportaciones no petroleras como se observa en las Figuras 2 y 3. Representando así las exportaciones

petroleras una balanza comercial positiva para Ecuador; mientras que por otro lado las exportaciones no petroleras representan una balanza comercial negativa para Ecuador.

Como reflexión de éste análisis se puede decir con respecto a la Figura 2, que más que mostrar un déficit en la balanza comercial Ecuador - EEUU, muestra una oportunidad para reaccionar y empezar a tomar ventaja. Al querer exportar mango deshidratado a éste mercado aumentan las posibilidades de incrementar el valor de las exportaciones no petroleras y por ende los rubros en las importaciones norteamericanas, encaminándonos de tal manera a no ser un país dependiente del petróleo sino más bien de la diversificación en otros productos o servicios.

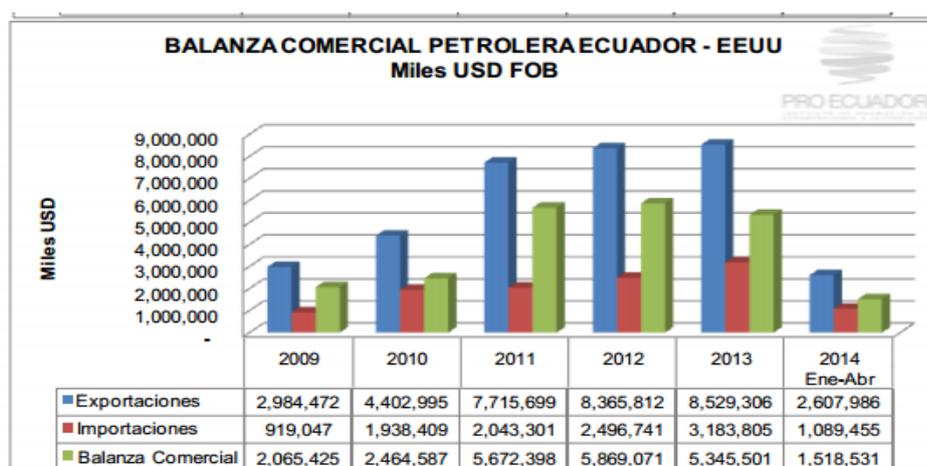


Figura 2. Balanza Comercial Petrolera Ecuador - EEUU

Fuente: Pro Ecuador

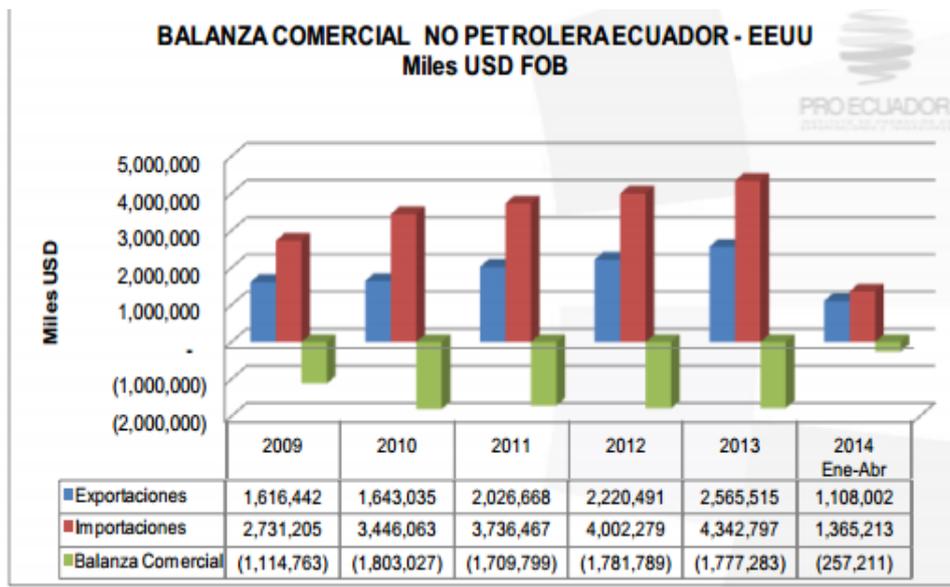


Figura 3. Balanza Comercial No Petrolera Ecuador -EEUU

Fuente: Pro Ecuador

2.1.4. Demanda

Se define como demanda la cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos por un conjunto de consumidores (demanda total o de mercado) y en los diferentes precios del mercado.

Es importante cuantificar y evaluar la demanda del producto en este proyecto porque de ella deriva la cantidad necesaria a producir para satisfacer las necesidades de los consumidores y así identificar la demanda potencial.

2.1.4.1. Cuantificación de la demanda

Para cuantificar la demanda potencial de mango deshidratado en el mercado norteamericano se calculará el Consumo Nacional Aparente (CNA), el cual es una técnica indirecta utilizada para medir la cantidad de producto que dispone un país para su consumo. De esta forma se espera conocer la cantidad de mango deshidratado que el mercado norteamericano requiere para satisfacer las necesidades de una alimentación sana y balanceada.

En esta estimación se considera la producción nacional y las importaciones de mango deshidratado, así como las exportaciones de mango deshidratado. Quedando la fórmula de la siguiente manera:

Demanda= Consumo Nacional Aparente
Consumo Nacional Aparente= Producción Nacional + Importaciones – Exportaciones

2.1.4.2. Producción de mango deshidratado en Estados Unidos

Como se puede observar en la figura 4, la producción de mango fresco en Estados Unidos presenta un decrecimiento desde el año 2005 hasta el año 2010, mientras que a partir del 2011 hasta el 2014 presenta un lento crecimiento.

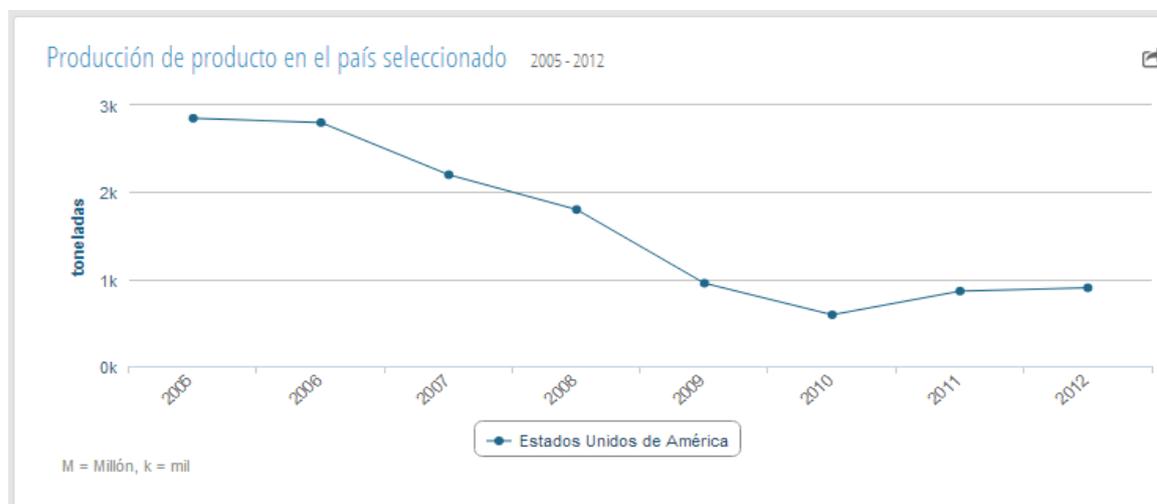


Figura 4. Producción de Mango en Estados Unidos Período (2005-2012)

Fuente: Faostat - Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura

Los valores de producción de mango fresco en Estados Unidos se presentan a continuación en la tabla N° 5, donde la FAO estima que la

cosecha en cuanto a la producción de mango por parte de Estados Unidos fue de 900 TM en 2012.

Tabla Nº 5. Producción de mango en EEUU

Año	Toneladas (en miles)
2005	2850,00
2006	2800,00
2007	2200,00
2008	1800,00
2009	953,00
2010	590,00
2011	862,00
2012	900,00

Fuente: Faostat - Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

Sin embargo la cantidad de mango fresco que produce los Estados Unidos es mínima comparada a la de otros países como lo son los del continente Asiático (India, China, Tailandia e Indonesia) así como países vecinos de América (México, Brasil, Colombia, Ecuador y Perú), quienes producen millones de toneladas y son los principales productores y exportadores de esta apetecida fruta.

Para el cálculo del Consumo Nacional Aparente se deben considerar las cifras de la producción de mango deshidratado en Estados Unidos, para la cual no existen estadísticas aún, razonablemente explicado por la baja producción del mango en fruta que presenta este país y porque mayormente importan los elaborados o procesados de esta fruta, por lo tanto el valor será de “cero” para esta primera variable.

2.1.4.3. Importaciones de Mango Deshidratado a Estados Unidos

Estados Unidos es uno de los principales países importadores de mango deshidratado debido a que la producción de esta fruta es muy escasa por factores ambientales. Sumado a que el consumo de frutas deshidratadas en Estados Unidos y alrededor del mundo está creciendo de manera sustancial y dinámica, por el tema de mantener una dieta nutritiva que empuja al consumo de productos orgánicos y fáciles de consumir.

La tabla N° 6 muestra las cantidades en toneladas de mango deshidratado importado por Estados Unidos durante los años 2009 – 2013, datos proporcionados por TradeMap.org.

Tabla N° 6. Cantidad de toneladas de mango deshidratado importadas por Estados Unidos (2009-2013)

Año	Toneladas importadas
2009	295.653
2010	332.108
2011	379.798
2012	377.412
2013	436.085

Fuente: TradeMap.org

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

2.1.4.4. Exportaciones de mango deshidratado desde Estados Unidos

Estados Unidos destina la poca producción de mango fresco al consumo local y el restante a la exportación. Según datos proporcionados por TradeMap (herramienta para el análisis de flujos comerciales basada en Internet), Estados Unidos sí exporta mango deshidratado pero en poca cantidad, entre los principales países de destino se encuentran Canadá, México, Japón y Países Bajos, entre otros.

Sin embargo, la oferta nacional no es suficiente para suplir toda la demanda, por lo tanto sigue y seguirá siendo uno de los principales países importadores de mango y demás frutas tropicales deshidratadas.

Los valores a considerar para la determinación del Consumo Nacional Aparente se encuentran detallados en la tabla N° 7.

Tabla N° 7. Cantidad de toneladas de mango deshidratado exportadas desde Estados Unidos (2009 -2013)

Año	Toneladas exportadas
2009	11.383
2010	14.396
2011	19.582
2012	21.478
2013	27.967

Fuente: TradeMap.org

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

2.1.5. Cálculo del Consumo Nacional Aparente de mango deshidratado en Estados Unidos

El Consumo Nacional Aparente de mango deshidratado en los Estados Unidos aparece en la Tabla N° 8, que se detalla a continuación:

Tabla N° 8. Consumo Nacional Aparente Estados Unidos (2009 – 2013)

AÑO	PRODUCCIÓN	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES	CNA TM
2009	0	295.653	11.383	284.270
2010	0	332.108	14.396	317.712
2011	0	379.798	19.582	360.216
2012	0	377.412	21.478	355.934
2013	0	436.085	27.967	408.118

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

2.1.6. Consumo per cápita de mango deshidratado en Estados Unidos.

Una vez calculado el consumo nacional aparente de Estados Unidos, se debe determinar el consumo per cápita de mango deshidratado con el fin de identificar el comportamiento de los posibles consumidores. Para este cálculo se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{Consumo per Cápita} = \frac{\text{Consumo Nacional Aparente}}{\text{Población Estados Unidos}}$$

Se considerará el número de habitantes desde el año (2009 al 2013) para el cálculo.

Tabla N° 9. Consumo per cápita de mango deshidratado (2009 – 2013)

AÑO	CNA (TM)	POBLACIÓN	CONSUMO PER CÁPITA	CONSUMO KG/AÑO
2009	284270	309.326.295	0,000918997	0,09189972
2010	317712	309.326.295	0,00102711	0,102710958
2011	360216	311.582.564	0,001156085	0,115608523
2012	355934	313.873.685	0,001134004	0,113400395
2013	408118	316.128.839	0,001290986	0,12909863

Fuente: Banco Mundial

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

2.1.7. Demanda insatisfecha

Según la Organización Mundial para la Salud el consumo mínimo de esta fruta debe ser de 120 Kg al año y en base al consumo per cápita obtenido previamente se observa que la población norteamericana no consume lo recomendado.

Representando una oportunidad para incursionar en este mercado y cubrir la demanda insatisfecha que se ha generado a través de los años.

2.1.8. Plan de muestreo

Para el cálculo de la muestra se tomó como población al Estado de California, Estados Unidos. Debido a un estudio realizado por Prochile en el año 2011, se recalca que las áreas de EE.UU que registran mayor propensión a gastar en frutas secas o deshidratadas al detalle son Illinois, Michigan, Minesota, Miami y Nueva York así como también California, estado que cuenta con una amplia concentración demográfica y un mayor número de ciudades, agregando a esto que es uno de los puertos que reportan más importaciones de este tipo.

2.1.8.1. Cálculo de la muestra

Con el fin de determinar el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula para poblaciones infinitas, debido a que el número de habitantes del Estado de California supera los 100.000.

Donde:

n= tamaño de la muestra

Z= nivel de confianza

P= Probabilidad a favor

q= Probabilidad en contra

e= es la precisión o el error

Tabla N° 10. Cálculo de la muestra

$n = \frac{Z^2 * P * Q}{e^2}$
$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}{(0,05)^2}$
$n = 384$

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

Partiendo de la fórmula de muestreo de proporciones para poblaciones infinitas o desconocidas para calcular el tamaño de la muestra requerido para garantizar la normalidad estadística de los resultados, se sustituyeron los valores de la siguiente manera:

$$e=5\%$$

$$z= 1.96$$

$$p= 0.50$$

$$q= 0.50$$

Asumiendo un error del 5%, y un nivel de confianza de 95% (1.96) y una probabilidad de éxito y fracaso de 0,5.Las encuestas se realizarán al azar, a través de internet, correos electrónicos y redes sociales.

2.1.8.2. Modelo de la encuesta

Sexo:

Edad:

Estado Civil:

Profesión:

1. ¿Conoce usted la fruta deshidratada?

Si

No

2. ¿Ha comprado cualquier tipo de fruta deshidratada alguna vez?

Si No

3. ¿Qué tipo de frutas deshidratadas ha comprado? Marque con una x.

Frutas Mixtas	
Banano	
Mango	
Pasas	
Ciruelas	
Durazno	
Otras	

4. ¿Para qué utilizó la fruta deshidratada?

Para hacer bebidas	
Para cocinar	
Para preparar postre	
Como golosina	
Como Snack	
Otro	

5. ¿Cada cuánto compra fruta deshidratada?

Cada semana o menos

Cada 15 días

Cada mes

Cada 3 meses

Cada 6 meses

Cada año

6. ¿En qué tamaño de presentación le gusta consumir fruta deshidratada?

Pequeño

Mediano

Grande

7. ¿Durante que temporada del año está dispuesto a comprar fruta tropical deshidratada?

Invierno_ Primavera_ Verano_ Otoño_ Cualquier época_

A continuación le presentamos una nueva marca de mango deshidratado proveniente de Ecuador “Sweet Dried Mango”, un producto saludable, nutritivo y de exquisito sabor.

8. ¿Cómo calificaría el nombre de la marca?

Me gusta mucho

Me gusta

Regular

No me gusta

9. ¿En qué tamaño le gustaría consumirlo?

Bolsas de 50 gramos

Bolsas de 100 gramos

10. ¿En qué presentación preferiría encontrar el mango deshidratado?

Rebanadas

Trozos

Cubos

Trocitos

Anillos

11. ¿Cuánto pagaría por una bolsa de 100 gramos?

De \$0,99 a \$1,99

De \$2,00 a \$2,99

De \$3,00 a \$4,99

2.1.9. Evaluación de resultados de la investigación de mercado

Pregunta N° 1: ¿Conoce usted la fruta deshidratada?

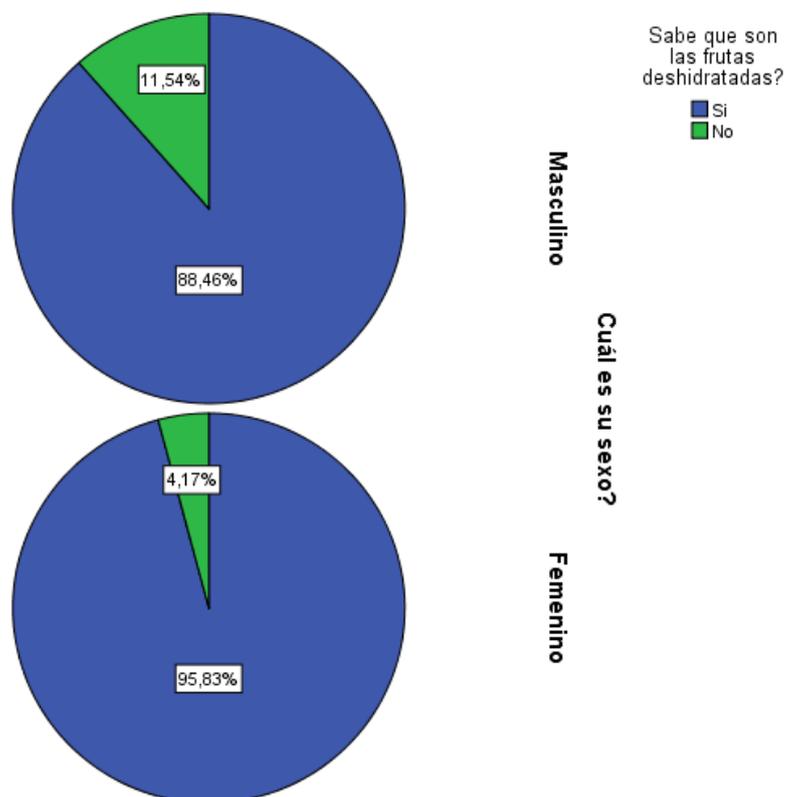


Gráfico 1. Conocimiento de la fruta deshidratada de acuerdo al género

Fuente: Encuestados

Análisis e interpretación

De acuerdo a la relación entre las variables de sexo y conocimiento de sobre las frutas deshidratadas se observó que el 88,46% de los hombres saben lo que es una fruta deshidratada, mientras que el 11,5% desconoce de ella. Por el lado de las mujeres, el 95,8% sabe lo que es una fruta deshidratada y el porcentaje restante no conoce de este tipo de fruta.

Pregunta N° 2: ¿Ha comprado cualquier tipo de fruta deshidratada alguna vez?

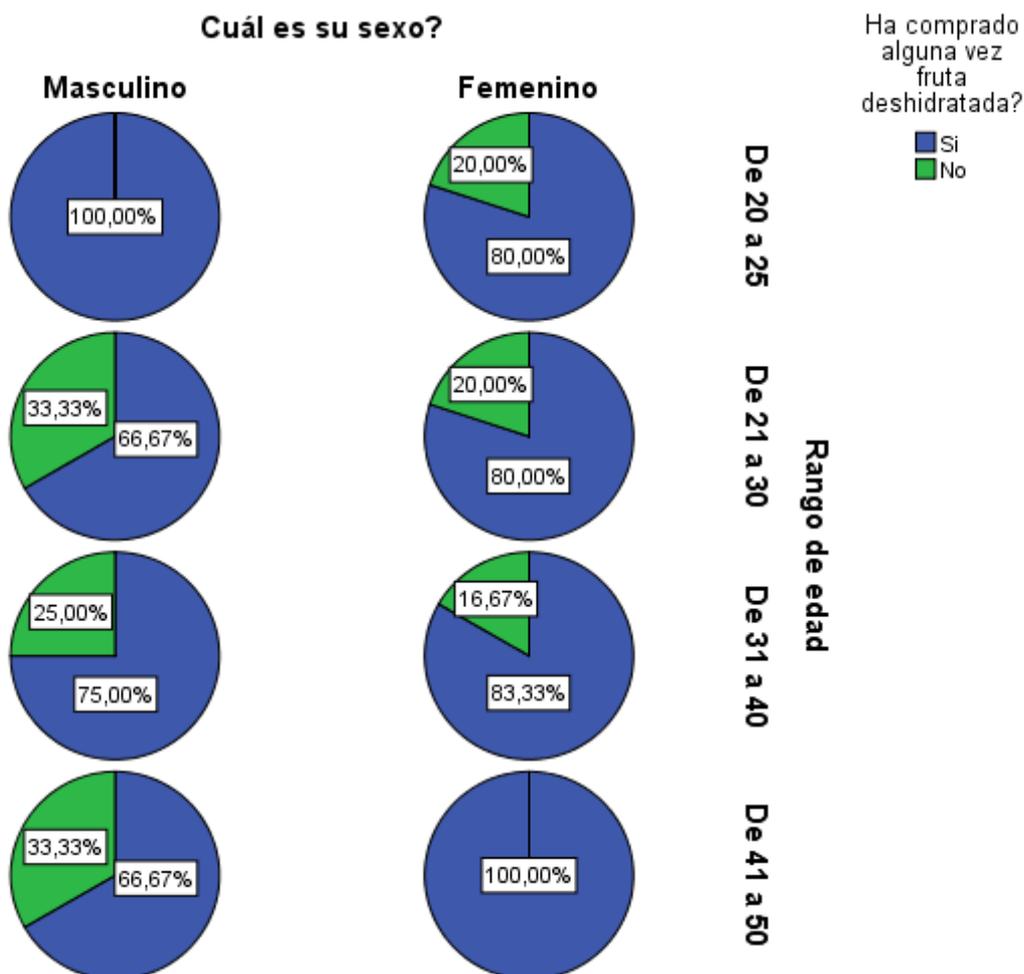


Gráfico 2. Personas que compran frutas deshidratadas

Fuente: Encuestados

Análisis e interpretación

De acuerdo al análisis respectivo, se pudo localizar que de acuerdo a las variables género y edad el 100% de los hombres entre 20 y 25 años han comprado alguna vez fruta deshidratada. El 66,67% de entre 21 y 30, el 75% entre 31 y 40 años y el 66,7% entre 41 a 50 años también lo ha hecho. El comportamiento de las mujeres, de la variable antes mencionada, entre 20 a 30 años es del 80%, de 31 a 40 es del 83,33% y de 41 a 50 años es del 100%.

Esto significa que nuestro futuro mercado son los hombres y mujeres entre 20 y 45 años debido a que los porcentajes de consumo son muy parecidos.

Pregunta N° 3: ¿Qué tipo de frutas deshidratadas ha comprado?

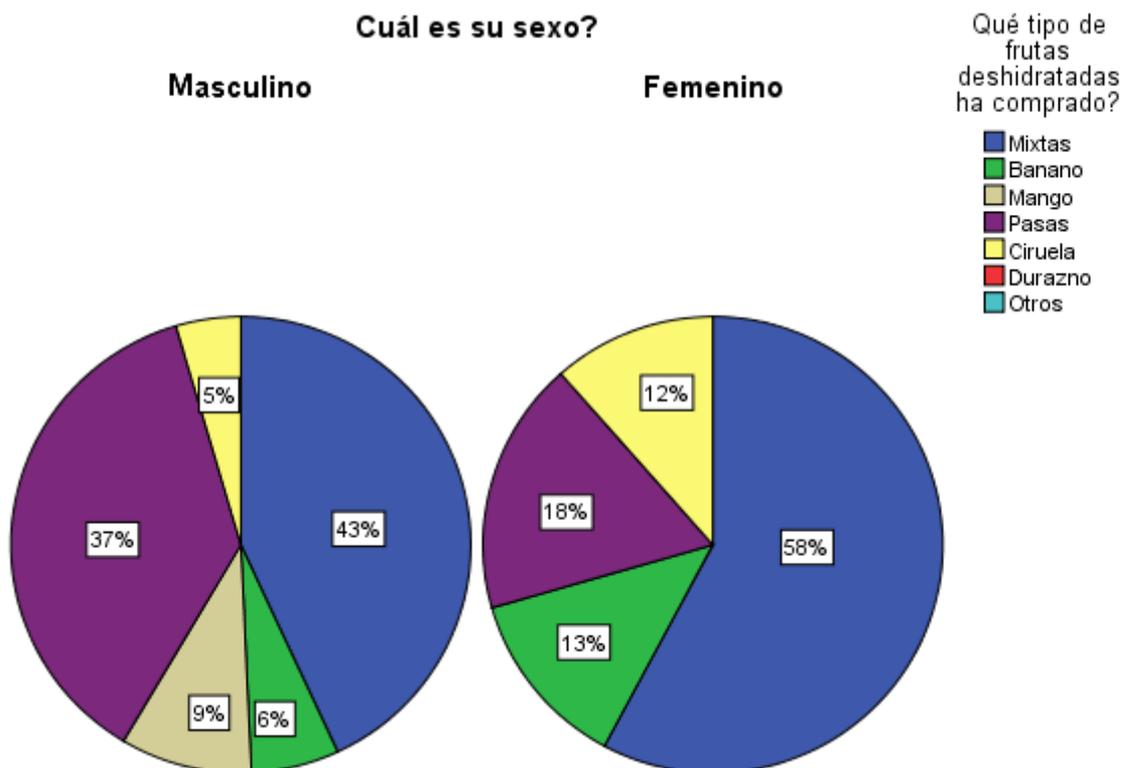


Gráfico 3. Tipo de frutas deshidratadas que ha comprado

Fuente: Encuestados

Análisis e interpretación

Dentro del análisis de las encuestas, también se estableció la relación entre la preferencia de frutas deshidratadas de acuerdo al sexo. Se encontró que el 43% de hombres consumen “mix” de frutas deshidratadas, seguido de las pasas con un 37%, el 9% consume mango, el 6% banano y el 5% ciruelas. Por el lado de las mujeres el 58% consume mix de frutas deshidratadas, el 18% consume pasas, el 13% consume mango deshidratado y el 12% ciruelas.

Esto significa que la demanda del mango no está siendo suplida adecuadamente. Sin embargo, la mayor aceptación de la fruta a ofertar se encuentra en las mujeres.

Pregunta N° 4: ¿Para qué utilizó la fruta deshidratada?

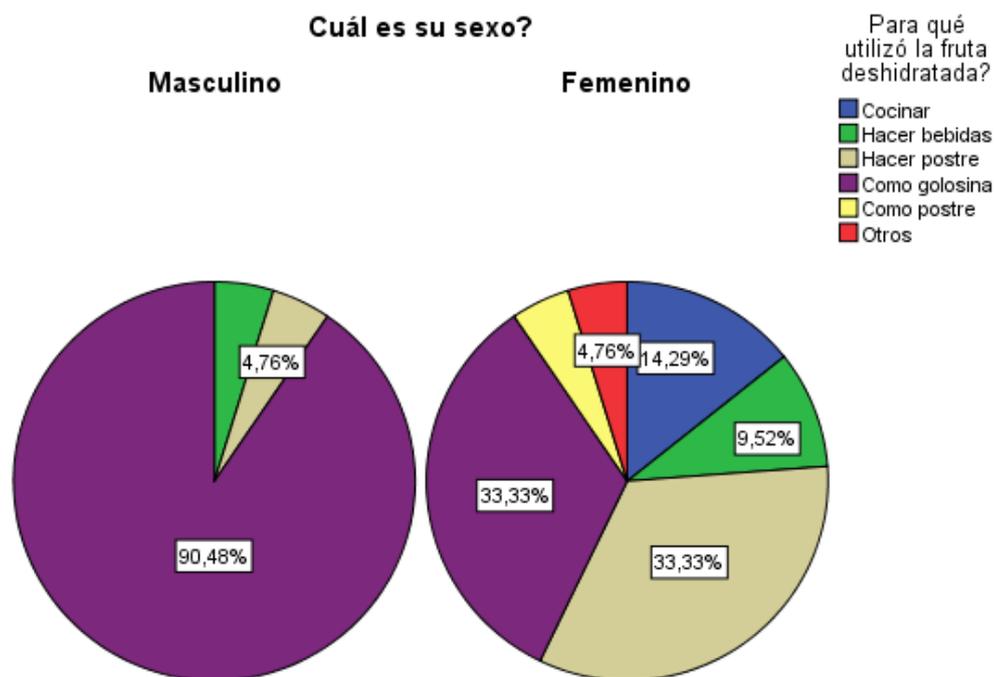


Gráfico 4. Uso de la fruta deshidratada de acuerdo al género

Fuente: Encuestados

Análisis e interpretación

En estas respuestas se encontró que el 90,48% de los hombres y el 33,33% de las mujeres utilizaron la fruta como golosina. El 9,52% y el 4,78% de hombres y mujeres, lo usaron para hacer bebidas y el 14,29% usó la fruta en la cocina.

Con estos resultados observamos que la principal motivación del consumo es como golosina o Snack, ya sea en hombres o mujeres.

Pregunta N° 5: ¿Cada cuánto compra fruta deshidratada?

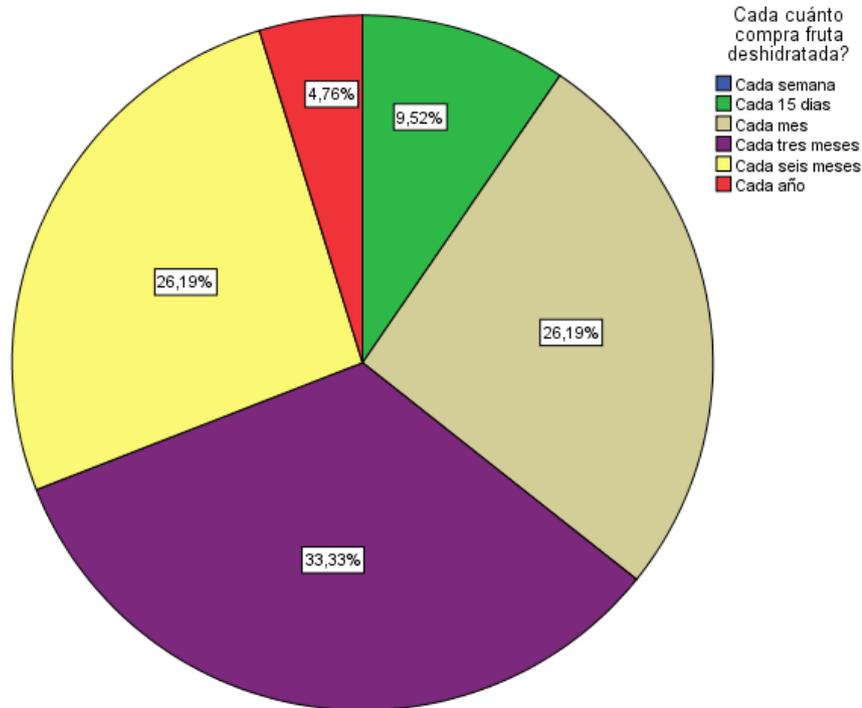


Gráfico 5. Frecuencia de compra

Fuente: Encuestados

Análisis e interpretación

En este gráfico se observa que tanto hombres como mujeres consumen la fruta cada tres meses con un 33,33%, seguido del 26,19% que representa el consumo mensual y semestral; el 9,52% lo consume cada 15 días y el 4,75% una vez al año.

Estos resultados indican que el consumo no es diario pero tampoco anual, entonces se tendrá en cuenta que no es un producto con mucha rotación que puede representar una desventaja pero como tiene un tiempo de vida largo ayuda a aminorar el impacto de quedarse con mercadería en las perchas.

Pregunta N° 6: ¿En qué tamaño de presentación le gusta consumir fruta deshidratada?

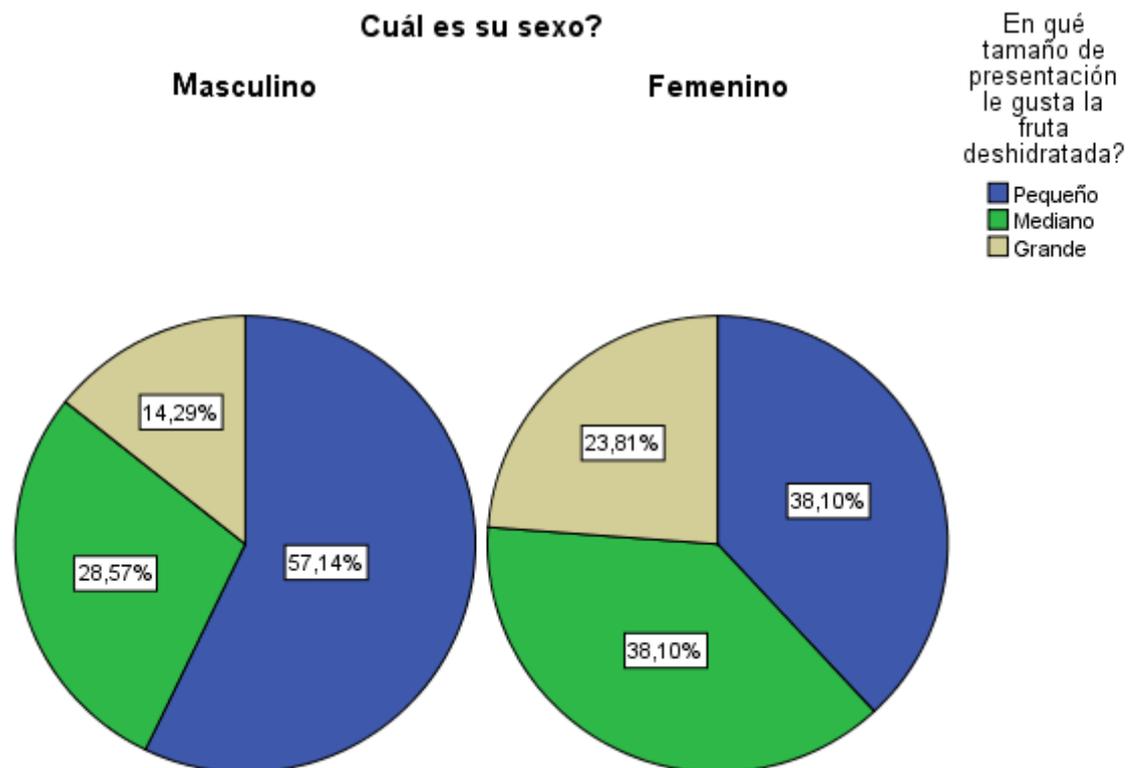


Gráfico 6. Tamaño de preferencia de acuerdo al género

Fuente: Encuestados

Análisis e interpretación

Este gráfico demuestra que el 57,14% de los hombres y el 38,10% de las mujeres prefieren comer frutas deshidratadas en una presentación pequeña, mientras que el 28,57% y el 38,10% respectivamente, consume en presentación mediana. Estos resultados demuestran que la presentación preferida de ambos sexos es la más pequeña, que comprende entre los 100 y 200 gr.

Pregunta N° 7: ¿Durante qué temporada del año está dispuesto a comprar fruta tropical deshidratada?

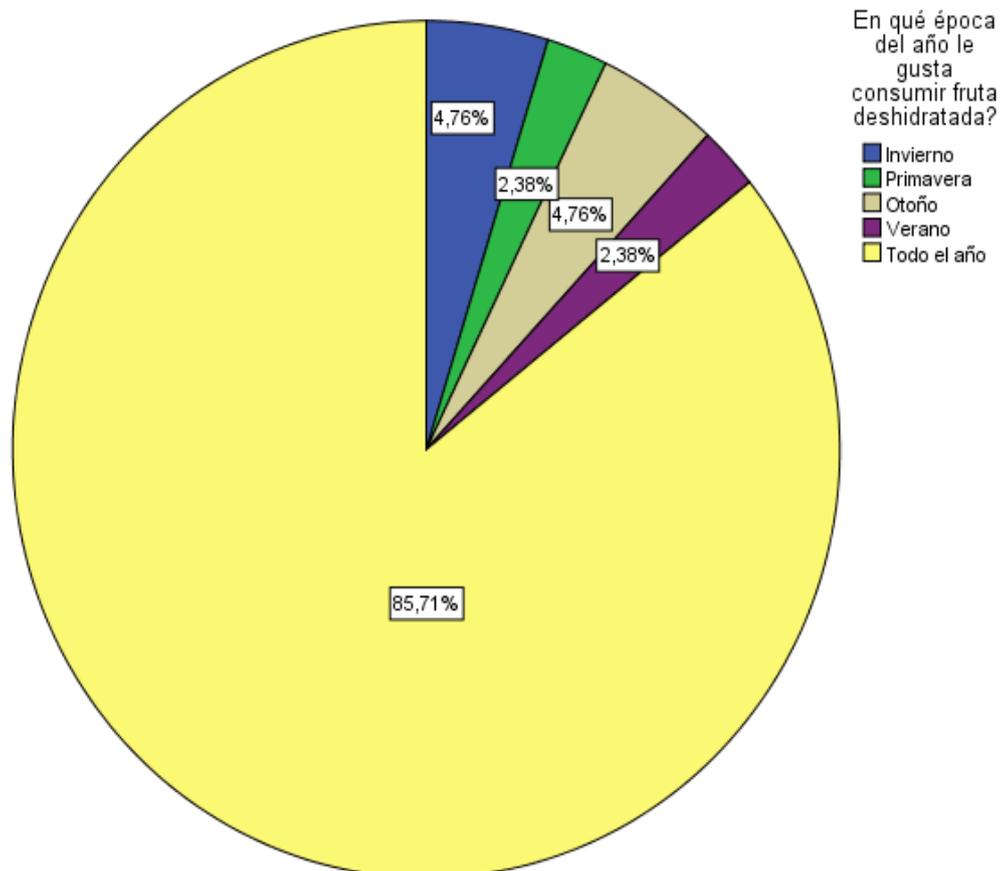


Gráfico 7.Época del año que le gustaría comprar fruta deshidratada

Fuente: Encuestados

Análisis e interpretación

El 85,71% de los encuestados respondió que le gustaría comprar fruta deshidratada en cualquier época del año, el 4,76% en invierno y otoño, y el 2,38% eligió primavera y verano.

Es decir que aunque no compran la fruta deshidratada a diario, no significa que no esté al alcance de ellos cuando la necesiten, porque o bien la usan como Snack o la usan para la cocina.

Pregunta N° 8: ¿Cómo calificaría el nombre de la marca?

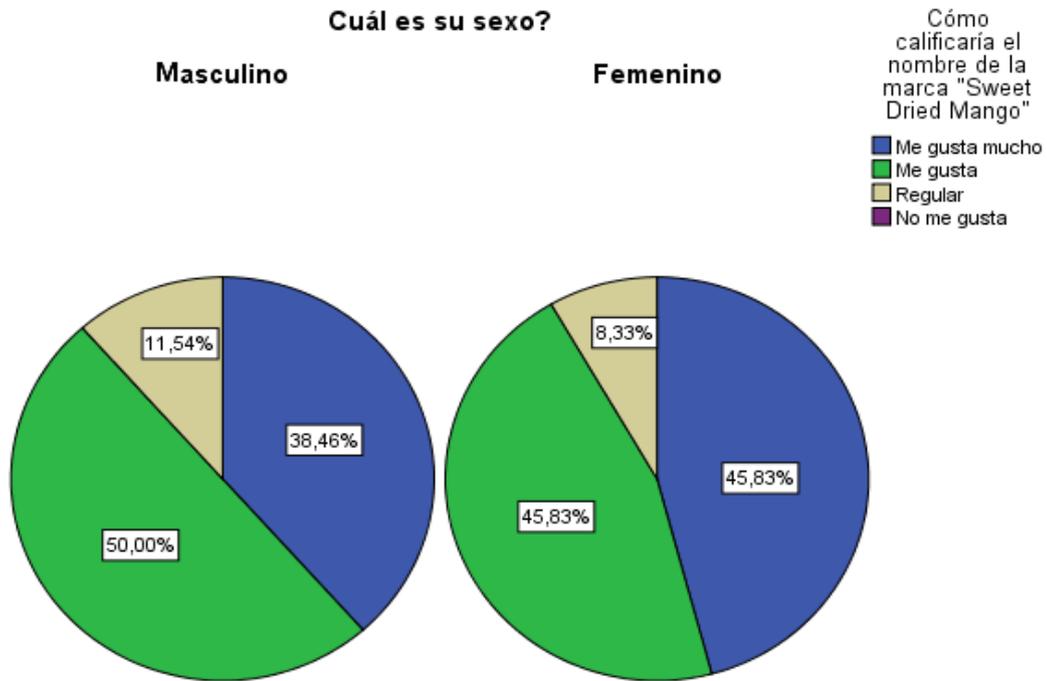


Gráfico 8. Aceptación del nombre de la marca

Fuente: Encuestados

Análisis e interpretación

La aceptación del nombre de la marca se reflejó en un 50% en los hombres y en un 45,83% en las mujeres, lo que implica que este será el nombre escogido para representar al producto.

Pregunta N° 9: ¿En qué tamaño le gustaría consumirlo?

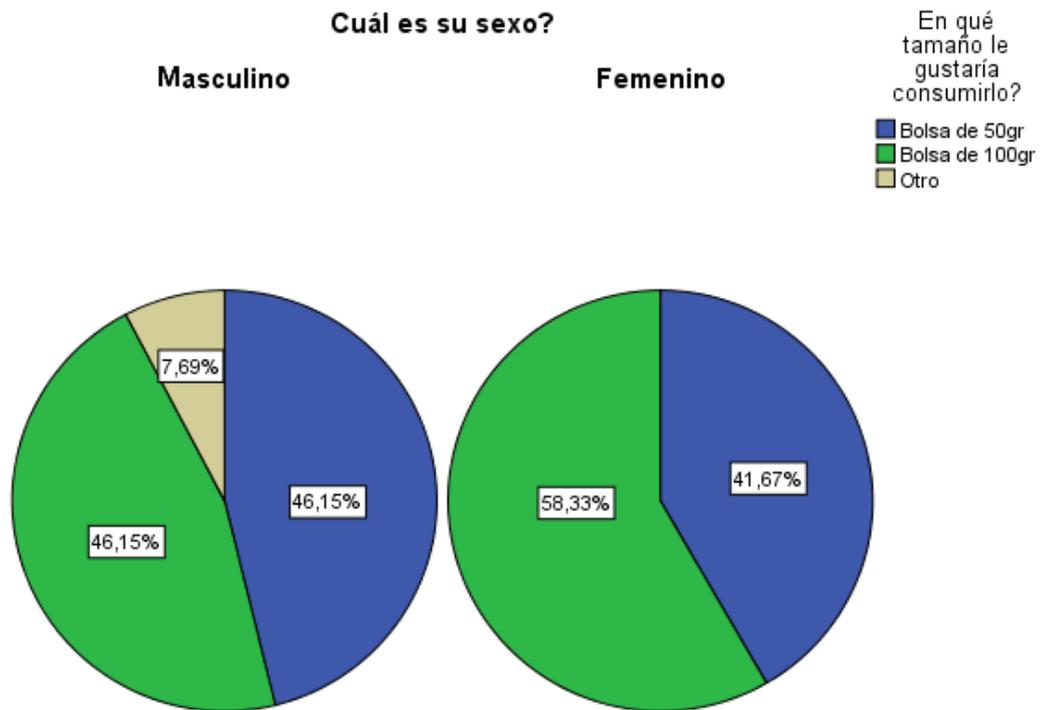


Gráfico 9. Preferencia de tamaño en la presentación de acuerdo al género

Fuente: Encuestados

Análisis e interpretación

El 46,15% de los hombres y el 58,33% de las mujeres prefieren la presentación de 100 gr. Lo cual coincide con la presentación que ellos habitualmente consumen.

Pregunta Nº 10: ¿En qué presentación preferiría encontrar el mango deshidratado?

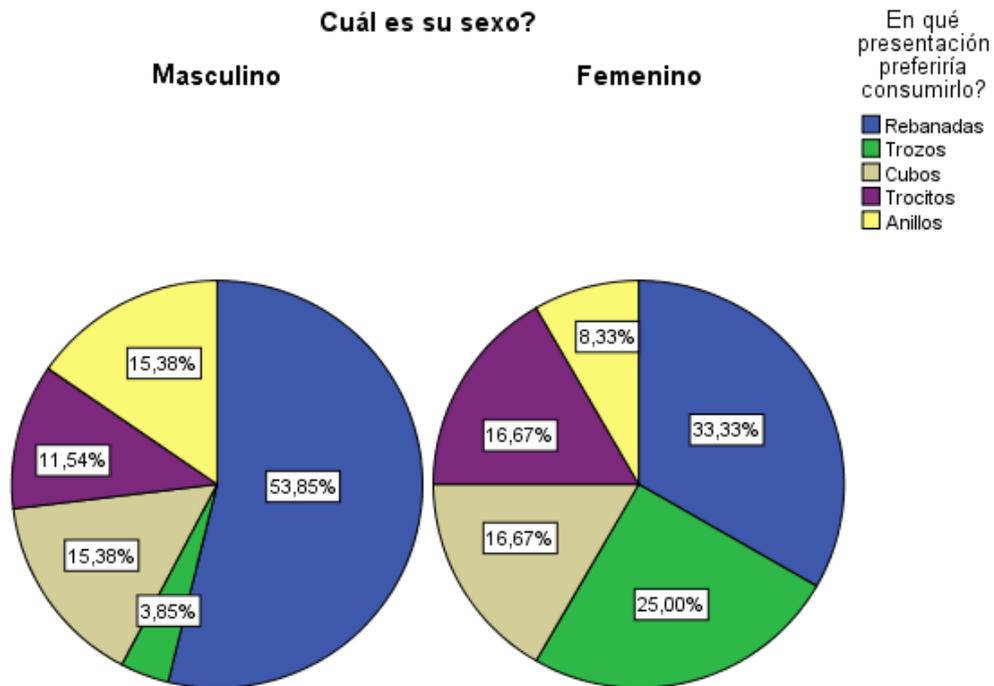


Gráfico 10. Preferencia de presentación de acuerdo al género

Fuente: Encuestados

Análisis e interpretación

El posible mercado eligió la porción de la fruta en rebanadas, repartido en un 53,8% en los hombres y el 33,3% en las mujeres. La segunda opción mejor votada en los hombres fue en anillos y cubos con un 15,38% y con 11,54% en trocitos y 3,85% en trozos. Las mujeres manifestaron la preferencia del mango en trozos con un 25%, luego con el 16,67% eligieron la porción en trocitos y cubos y el 8,33% en cubos. Entonces la presentación elegida será en rebanadas en un tamaño de 100gr.

Pregunta N° 11: ¿Cuánto pagaría por una bolsa de 100gr?

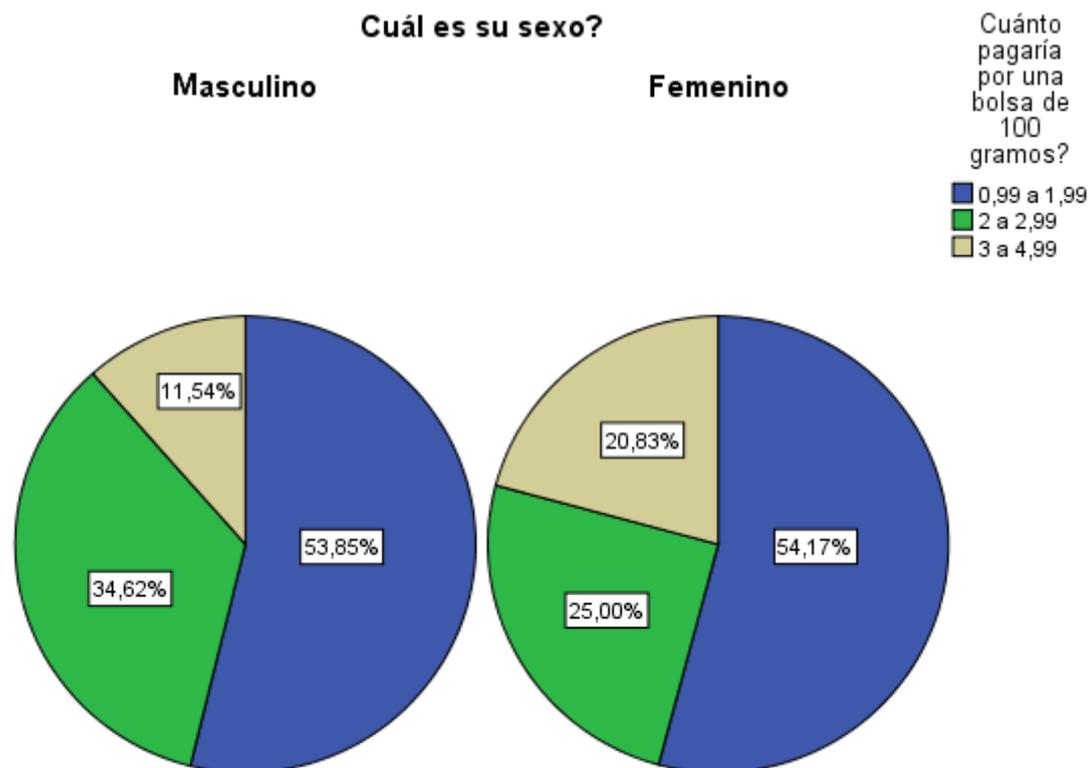


Gráfico 11. Disposición a pagar por una bolsa de 100gr

Fuente: Encuestados

Análisis e interpretación

El 53,85% de los hombres y el 54,17% de las mujeres estarían dispuestos a pagar de \$0,99 a \$1,99 por un empaque de 100gr. Este será el posible precio elegido para ser considerado en el rango de precios al momento de llegar al consumidor final.

2.2. Definición del Marketing Mix

2.2.1. Producto

El producto a ofrecer es mango deshidratado tipo Snack, entendiendo por Snack aquel tipo de comida fácil de llevar y de comer, usualmente de tamaño de un bocado y que se consume entre las comidas regulares. Permitiendo al consumidor final, llevar consigo un producto nutritivo, y no perecedero, sin usar colorantes o saborizantes, utilizando otras técnicas para la preservación del producto como es la deshidratación osmótica.

Se conoce que el mercado norteamericano cuenta con una amplia variedad de snacks, que se pueden clasificar en salados del tipo “chips”, nutsnacks (de nueces y otras semillas), meatsnacks (de carne), cheesesnacks (de queso), frozensnacks (congelados), bakery ítems (productos horneados) y pretzels, pero en la actualidad se han incorporado fuertemente también los “snacks saludables” y dentro de ellos se encuentran las frutas deshidratadas o secas, comercializados en formato “ready-to-eat”.

2.2.1.1. Marca

Nombre del Producto: “Sweet Dried Mango”

Slogan: “Pick up one, live it up”

Variedad de Mango a utilizar: Tommy Atkins

Tabla N° 11. Ficha Técnica del producto

Producto	Mangos, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol
Subpartida arancelaria	0804.50.8010
Arancel	Free
Incoterms	CIF (Cost, Insurance and Freight)
País exportador	Ecuador
País importador	Estados Unidos
Empresa exportadora	Tropical Fruit Cía. Ltda.
Vía de transporte	Marítimo
Puerto de embarque	Puerto de Guayaquil
Puerto de desembarque	Puerto de California

Fuente: <http://hts.usitc.gov/>

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

2.2.1.2. Presentación

La presentación del producto será en fundas de polietileno, empaquetados en fundas de 100 gramos o según especificaciones del cliente y se sujetará a todas las regulaciones establecidas por los Estados Unidos en el tema de calidad, etiquetado y demás requisitos exigidos.



Figura 5. Empaque frontal del producto

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

2.2.1.3. Embalaje para el transporte

Considerando los estándares en el manejo de carga internacional, los cuales buscan la transportación, la manipulación y el almacenamiento de los productos de una forma segura, se recomienda el uso de pallets con dimensiones de 120 x 100 cm., los cuales no deben superar los dos metros de alto al momento de ser apilados en el contenedor.

2.2.1.4. Etiquetado

El etiquetado del empaque principalmente debe contener lo siguiente:

1. Denominación del producto: nombre del producto determinado por las regulaciones federales, nombre común del alimento y/o términos descriptivos.
2. Declaración del contenido neto del envase: acorde con lo establecido en el Código Federal de Regulaciones.

3. Declaración de la lista de ingredientes.
4. Panel de información nutricional.
5. Nombre y dirección de la compañía responsable del producto.
6. Lugar de origen del producto.
7. Idiomas: es aceptable un segundo idioma adicional al inglés.
8. Código de Barras (UPC).
9. Fechas de vencimiento del producto.



Figura 6. Empaque trasero del producto

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

2.2.2. Plaza

Para la distribución del mango deshidratado en la presentación de Snack se decidió que lo mejor para potenciar el producto es el canal mayorista a través de un bróker. Por medio de estas cadenas, el consumidor

cuenta con la posibilidad de adquirir el producto en el momento que lo requiera y consumirlo en cualquier lugar.

Estados Unidos es líder en el sistema de distribución por medio de mayoristas y las diferentes opciones que el mercado tiene ya sea en línea o supermercados y tiendas. Por lo que inicialmente por su número de locales y apertura hacia los productos orgánicos los potenciales destinatarios mayoristas son Whole Foods, Trader Joe's, Walmart, Vons y Costco

2.2.3. Distribución

El canal de distribución que a utilizarse es el que se muestra en la tabla detallada abajo. El intermediario con los distribuidores será el bróker, quien es la persona con experiencia en temas de exportación, etiquetado, aduanas, almacenamiento local y estrategias de mercado según la región en donde se vaya a distribuir el producto.

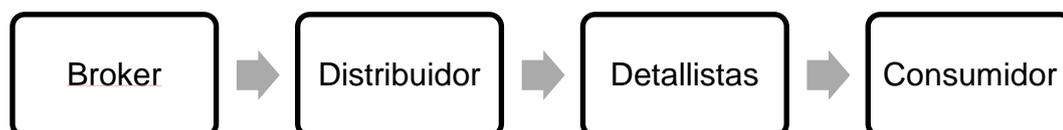


Figura 7. Canal de Distribución - Broker

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

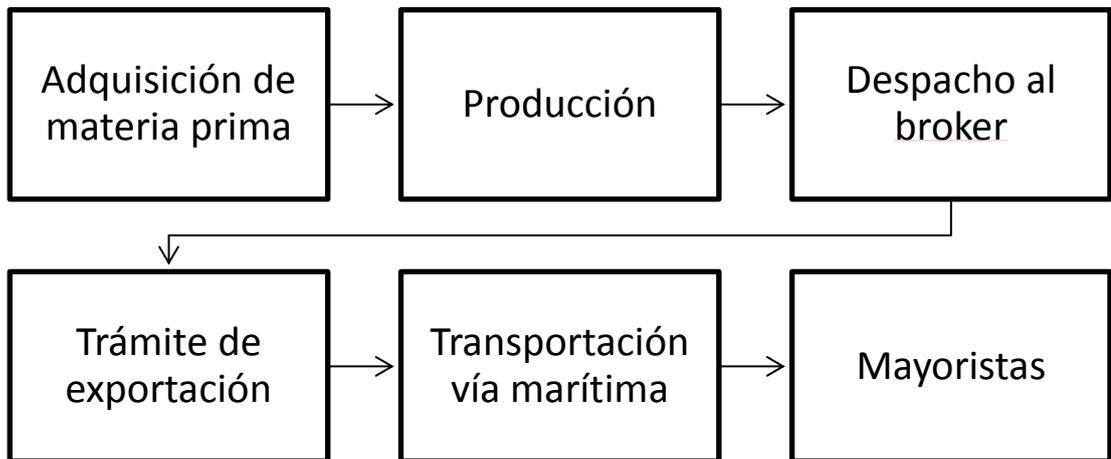


Figura 8. Proceso de comercialización

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

2.2.4. Promoción

En la etiqueta del producto se incluirá la información nutricional de producto y las diferentes ventajas a la salud que presentará el mismo.

Adicionalmente se aplicarán los descuentos y 2 x 1 aplicados para los mayoristas y consecuentemente que ellos llevarán con el consumidor final.

2.2.5. Publicidad

La publicidad principal estará en el internet y en patrocinio en ferias internacionales que tengan que ver con la actividad de la empresa. De esta forma se dará a conocer el producto a potenciales clientes y expandir el mercado hacia otros países. Así mismo formar alianzas con empresas como las que innovan en tecnología de las cuales ayudarían a mejorar los procesos y el valor agregado.

2.2.5.1. Relaciones públicas

Participar en eventos sociales, ruedas de prensa que comuniquen innovaciones en el producto buscando la atención esencialmente por la calidad del producto.

2.2.5.2. Venta personal

Es necesaria la presencia de la fuerza de ventas porque es el medio por el que se dará a conocer el producto a los distintos mayoristas, por lo que su presencia y conocimientos son esenciales para lograr esta adecuada comunicación con el cliente.

2.2.6. Precio

2.2.6.1. Estrategia de precio de introducción al mercado

Como estrategia de introducción al mercado se utilizará la estrategia de bajo precio, tratando de minimizar los costos de producción, para así poder competir con un precio justo frente al precio referencial ya establecido en el mercado.

En el primer año se tratará manejar un precio menor al precio del mercado y de la competencia, a través de las condiciones de ventas, donde se establecerá márgenes de ganancia tanto para la empresa como para los proveedores del producto terminado, los mayoristas y minoristas en Estados Unidos, velando que el producto llegue al consumidor final a un precio justo y accesible.

2.2.6.2. Análisis de estacionalidad y precios

Según estudios la época en que más se consumen frutas deshidratadas en Estados Unidos es en diciembre debido a las fiestas de ésta época. En base a este análisis se aumentará el precio en un 10% en los meses de mayor demanda.

2.2.6.3. Política general de precios

Se iniciará el negocio con un precio que justifique o cubra los costos de elaboración del producto más un margen de ganancia moderado por ser el primer año de operación de la empresa. A partir del segundo año de operación se considerará el precio en base a los mismos parámetros además de considerar las variaciones de la tasa de inflación o el precio referencial del mercado de frutas deshidratadas.

2.2.6.4. Política de descuentos

De acuerdo al volumen de compras se realiza el descuento en el precio final. Como las ventas van dirigidas a mayoristas, a ellos se les fijarán metas ya sea mensual o anual; si la meta es cumplida podrán acceder al descuento.

2.3. Planeación estratégica

2.3.1. Descripción del negocio

NEGOCIO: Transformación y exportación

NOMBRE DE LA EMPRESA: Tropical Fruit Cía. Ltda.

SECTOR: Alimentación

DEFINICIÓN DEL NEGOCIO: Empresa dedicada a la transformación y distribución de mango al estado deshidratado para ser exportado a los Estados Unidos, a través de contactos comerciales, clientes o intermediarios en el mercado de destino, sin descartar la posibilidad de ampliar la oferta de frutas deshidratadas así como el mercado internacional.

2.3.2. Misión y Visión

Misión

Ofrecer al mercado internacional mango deshidratado de la mejor calidad implementando el uso de tecnologías que satisfagan las exigencias del consumidor.

Visión

Para el 2019, la empresa ecuatoriana “Tropical Fruit Cía. Ltda.” liderará la exportación de mango y de otras frutas deshidratadas de tal forma que nos reconozcan y nos prefieran por brindar productos innovadores, saludables y de calidad, generando productividad en el país.

2.3.3. Políticas y Valores

Políticas institucionales

Política de Calidad

- Ofrecer un producto que satisfaga las exigencias y supere las expectativas de la clientela.
- Trabajar con estándares de salubridad, higiene y seguridad que respeten las normas ambientales.
- Cuidar el proceso de producción para brindar un producto sano, nutritivo y de calidad.
- Proporcionar un producto libre de químicos dañinos para la salud.
- Promover una cultura de alimentación saludable y de calidad.

Política de Seguridad Laboral

- Los trabajadores cuentan con los equipos de seguridad que los protejan ante cualquier percance.
- El personal es capacitado constantemente para evitar accidentes o saber cómo reaccionar ante ellos.
- Las instalaciones de la planta siguen las normas de seguridad para crear un ambiente de trabajo seguro.

Política de Recurso Humano

- Plantear normas que aseguren el buen trato entre compañeros de trabajo.

- Explorar y explotar las fortalezas de los trabajadores para adecuarlos en el área en que mejor se desempeñen.
- Identificar los puntos débiles de los empleados que pueden ser mejorados por medio de capacitaciones, para alcanzar los objetivos planteados por la organización.
- Escuchar y atender las necesidades de los trabajadores.
- Crear un ambiente cálido de trabajo.
- Realizar actividades fuera de la empresa que promuevan la unidad organizacional.
- Incentivar a los trabajadores por la buena labor realizada a través de reconocimientos escritos y públicos.
- Prohibir la ingesta de sustancias que afecten el ambiente de trabajo así como el proceso de producción.

Valores institucionales

- Calidad: traducir las necesidades de los proveedores con productos que cuenten con características únicas, que permitan el ingreso a mercados internacionales y competir con otros.
- Responsabilidad: Tropical Fruit Cía. Ltda. es una empresa que respeta las políticas de seguridad industrial así como las de salubridad en la elaboración de sus productos.
- Compromiso: el deber contraído que tiene la entidad hacia los empleados así como con los proveedores con las exigencias del producto deben cumplirse y respetarse en los plazos establecidos.
- Igualdad: la empresa está abierta a recibir personas para que trabajen en la organización sin recibir algún tipo de discriminación por su condición social, racial o de cualquier otra índole.
- Integridad: los actos de deshonestidad, de inmoralidad y corruptos no son tolerados con el más mínimo grado en la organización.
- Respeto: la armonía en el trato hacia los empleados y viceversa es fundamental en las actividades de la compañía.

2.3.4. Análisis FODA

Tabla N° 12. Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Producto práctico de transportar	Producto que sigue las tendencias de alimentación sana
Se cuenta con los implementos necesarios para elaborar un producto de calidad	Incentivos gubernamentales para la diversificación de la matriz productiva
Producto con mayor tiempo de vida	Reconocimiento internacional por la calidad de los productos ecuatorianos
DEBILIDADES	AMENAZAS
Falta de experiencia en la producción	La producción depende del clima
No se cuenta con un posicionamiento en el mercado	Creación de nuevas leyes que restrinjan el ingreso del producto a otros mercados
Altos costos de producción en épocas de baja cosecha	La competencia de países que producen lo mismo es muy fuerte

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

2.3.5. Descripción de las Estrategias y Tácticas

Se ha decidido implementar estrategias comerciales para utilizar las ventajas competitivas del producto y reforzar los puntos débiles de la compañía.

Estrategia del producto

- Vender la imagen del producto a los proveedores
- Diversificar el portafolio con otras frutas deshidratadas

Táctica

- La presentación del empaque debe ser atractiva, debe llevar el nombre del producto, el cual debe ser innovador y fácil de recordar.
- A través del bróker, brindar a los proveedores los beneficios que diferencian el consumo de “Sweet Dried Mango” con el de otra marca.
- Identificar las otras opciones de frutas deshidratadas que prefieren en el exterior.

Estrategia de plaza

- Establecer un medio eficiente de canal indirecto de distribución.
- Ofrecer el producto a través de la web.
- Facilitar al intermediario el almacenamiento y transportación del producto.

Táctica

- Crear una página web con un catálogo virtual de lo que ofrece la compañía, y permitir que los pedidos se hagan en línea.
- Diseñar el empaque del producto de tal forma que no se estropee cuando se lo transporte.
- Brindar consejos, por medio de expertos en logística, para optimizar el espacio de almacenamiento.

Estrategia de precio

- Competir en precios con empresas que hagan lo mismo que nosotros
- Bloquear y ganar a la competencia en cuestión de costos

Táctica

- Convidar descuentos de acuerdo al volumen de compra
- Ofrecer descuento por pagos anticipados en efectivo
- Extender los plazos de pagos
- Brindar diferentes formas de pago

Estrategia de promoción

- Retener a los proveedores
- Mantener al tanto a los intermediarios de las actualizaciones del producto
- Ganar posicionamiento de la marca

Táctica

- Obsequiar souvenirs que puedan utilizar los intermediarios.
- Promocionar el producto a través de motores de búsqueda en internet.

Estrategia de push

- Comunicar y motivar la venta de los productos

Táctica

- Ofrecer descuentos
- Brindar productos gratis por la compra de una determinada cantidad.
- Participar en ferias internacionales y colocar impulsadoras.

CAPITULO III

ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Decisión de localización

Para tomar esta decisión es necesario analizar y tener en cuenta algunos criterios, económicos y estratégicos, puesto que a la final esta influirá en el éxito o fracaso de la empresa. Se debe buscar siempre lo óptimo, siempre en beneficio del proyecto.

Basados en esta reflexión, la ubicación elegida fue en el cantón Guayaquil, en el Km. 16 ½ Vía Daule, lugar donde se encuentra la propiedad, la cual pertenece a los padres de uno de los accionistas y será alquilada a un precio módico. Es importante resaltar que esta elección es una ventaja mayor por la cercanía con los proveedores de la materia prima (productores de mango, en la zona de Magro-Daule).

Con respecto a datos de localización, el sector posee todos los servicios de infraestructura urbanística tal como energía eléctrica, agua potable, alumbrado público, alcantarillado, vías asfaltadas. El contrato de arrendamiento se celebrará entre la propietaria Sra. Bella Haide Eleonor Chiriguaya Barahona y la empresa Tropical Fruit Cía. Ltda.

3.2. Tamaño de las instalaciones

El local debe ser espacioso debido a las divisiones del área de recepción de la fruta, área de producción (maquinarias), área de bodega, área de vestidores y sanitarios. El lugar escogido mide 231.36 m²

3.3. Descripción de la propiedad, planta, maquinaria y equipos del proyecto

Según las indicaciones encontradas en la Ficha técnica de las Organizaciones Unidas para la alimentación y la agricultura (2006), los pisos deben ser de concreto recubiertos de losetas o resina plástica, con desnivel para el desagüe. Los techos de estructura metálica, con zinc y cielorraso. Las puertas de metal o vidrio y ventanales de vidrio. Se recomienda el uso de cedazo en puertas y ventanas.

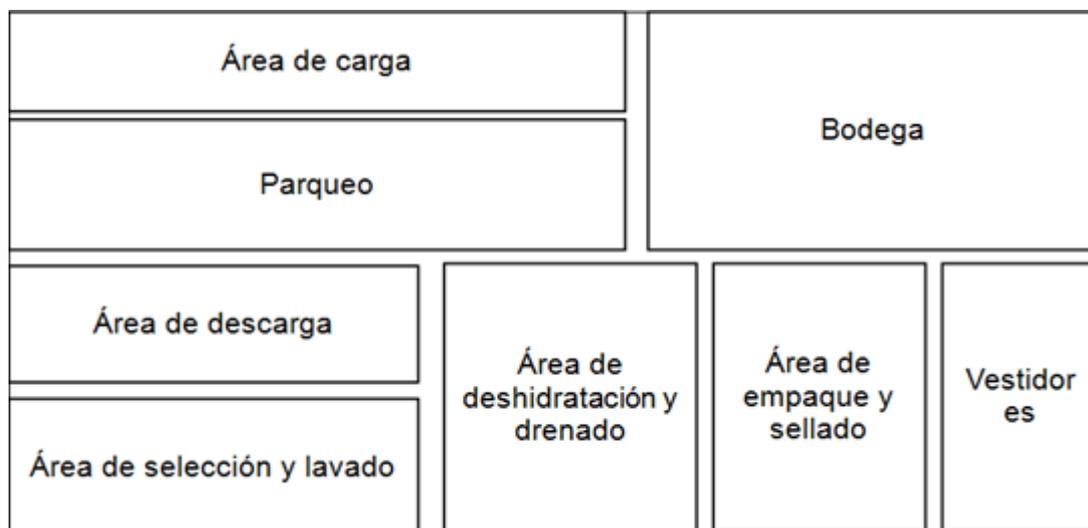


Figura 9. Distribución de la planta

Elaboración: Génesis Cedeño y Samanta Govea

3.3.1. Materia prima e ingredientes

- Mango maduro tipo Tommy Atkins y Kent
- Azúcar blanca

3.3.2. Proveedores de insumo

Luego de una búsqueda y selección exhaustiva de productores certificados de mango de la provincia del Guayas, se eligió como proveedor de la materia prima a la hacienda “Pivano”, quienes ofrecen el mango en tres variedades: Tommy Atkins, Kent y Keitt. Además poseen el certificado

GLOBALGAP, requisito indispensable para exportar a Estados Unidos y Europa.

La oferta de la variedad Tommy Atkins, es desde octubre hasta diciembre; y la oferta de Kent es desde noviembre a Enero. El producto lo ofrecen en cajas de 4.2 kg y el contacto fue el administrador de ventas: Sra. Isabel Maspons.

3.3.3. Equipo requerido

- **Máquina empacadora de pesaje de una balanza**

Máquina empacadora automática con sistema de pesaje de una balanza, para embolsado de productos granulados o sólidos como arroz, maní, papas fritas, chifles, yucas, cereales, extruidos, frutas secas, partes plásticas, etc.



Figura 10. Máquina Empacadora de Pesaje de una Balanza

Fuente: <http://www.astimec.net/maquina-empacadora.html>

Características

- Fácil cambio de formador para diferentes anchos de bolsas.
- Conformar las fundas a partir de rollos de polipropileno o laminados de diferente composición.
- Transporta el producto sin romperlo o estropearlo por medio de bandeja vibratoria desde la tolva hasta la balanza de pesaje.
- Sellado en tres lados, una costura posterior vertical y dos costuras horizontales dentadas por mordazas de temperatura constante.
- Estructura fabricada en acero inox. A304, que garantiza una alta calidad y durabilidad, cumpliendo además con exigencias sanitarias para envasado de productos alimenticios o farmacéuticos.
- Soporte para la bobina con guías de centrado.
- Arrastre automático de la bolsa conformada con centrado de la impresión por medio de sensor de marcas.
- Accionamiento electro neumático para el sellado vertical, horizontal y para el corte.
- Corte de la funda en zig-zag o recto, por accionamiento neumático.
- Controles de temperatura con termocuplas para las mordazas de sellado vertical y horizontal.
- De ser requerido puede ser construida para sellado de polietileno, por sellado de impulsos.

Tabla N° 13. Especificaciones de máquina empacadora de pesaje de una balanza

Pesaje	Desde 10 hasta 250 gramos (opcional para mayor peso)
Capacidad	Aproximadamente 10 a 15 bolsas por minuto.
Formatos	Bolsas conformadas de una costura posterior central y dos transversales dentadas
Tamaños	Ancho de 40 mm. a 180 mm.; largo de 40 mm. a 250 mm.
Material Estructura	Acero inoxidable AISI 304.
Material del Soporte	Acero inoxidable ISI 304
Control	Sistema de control por medio de microprocesador con pantalla y teclado simplificado.
Tensión Requerida	110 VAC, 60 Hz. Consumo aprox. 600 vatios.
Aire Comprimido	90 psi (6 bares). Consumo aprox. 6 CFM.
Dimensiones	Ancho 900 mm. fondo 1.200 mm. altura 1.800 mm.
Peso	Aprox. 110 Kg. (neto)

Fuente: <http://www.astimec.net/maquina-empacadora.html>

- **Horno deshidratador de frutas**

Horno deshidratador de frutas o hierbas a gas construido la parte modular en acero inoxidable y aislamiento de fibra de vidrio, el deshidratador está construido en módulos prefabricados desarmables para ser transportado en poco espacio.



Figura 11. Horno deshidratador de frutas

Fuente: foto tomada por Rosa Velasco y publicada en la página web <http://quito.olx.com.ec/>

Tabla N° 14. Especificaciones de horno deshidratador de frutas

Unidad	Descripción
1	Carro porta bandejas en hierro y con ruedas giratorias.
40	Bandejas de tol galvanizado de 70x90 cm.
1	Medidor de temperatura digital.
2	Puertas modulares en acero inoxidable
1	Estructura modular para un carro porta bandejas en acero inoxidable
1	Flauta para distribuir aire caliente
1	Ventilador eléctrico de 1/2 HP
1	Extractor de 1 HP
1	Quemador de acero inoxidable
1	Intercambiador de calor tipo caldera con tubos especiales de caldera y tol negro de 4 mm.
2	Adaptadores y 2 válvulas con mangueras para gas.
1	Reductor de presión para gas
1	Flauta de acero inoxidable para conectar los cilindros y los reductores de presión
1	Sistema para el encendido y apagado automático de gas con regulación de temperatura.

Fuente: <http://quito.olx.com.ec/horno-deshidratador-de-frutas-iiid-687656488#galleryContainer>

- **Malla industrial**



Figura 12. Malla industrial

Fuente: <http://spanish.alibaba.com/>

Tabla N° 15. Descripción del producto

Lugar del origen	China (Continental)
Material	Alambre de acero inoxidable
Tipo	Acoplamiento de alambre de la armadura
so	Cocina, comedor
Estilo de la armadura	Armadura llana
Diámetro de alambre	0.02-5mm
Marca	xingminger de ancho: 0.5-2 m

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

- **Higrómetro**



Figura 13. Higrómetro

Fuente: <http://www.amazon.es/>

Tabla N° 16. Características del higrómetro

Marca	Bsupermart
Modelo	C327
Número de modelo del producto	C327
Número de producto	C327

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

3.4. Estimación de costos de los bienes de capital a requerir

- Equipos y muebles de oficina
 - 3 Escritorios \$246,40
 - 3 Sillas secretariales \$95,20
 - 3 Archivador \$246,40

- Equipos de cómputo
 - 3 Computadoras \$989,83
 - 1 Impresora \$446,60

- Maquinarias y equipo de producción
 - 5 Cuchillos \$12,84
 - 2 Hornos deshidratadores \$12.000
 - Malla industrial \$15,00
 - 5 Higrómetros \$25,00
 - 1 Vehículo \$34.200
 - 1 Empacadora \$15.600

3.5. Proceso de producción

Selección

Se escoge la fruta que cumpla con las condiciones de peso y estructura, que esté maduro y que no tenga golpes. Esta operación dura 5 minutos por cada 10kg de fruta

Lavado

Sumergir la fruta en agua con cloro con una medida de 2pp. Esta operación dura 5 minutos por cada 10kg de fruta.

Pelado

Se quita la cáscara del mango utilizando cuchillos. Esta operación dura 5 minutos por cada 10kg de fruta

Cortado

Cortar tajadas de un grosor de 0.5 cm. Esta operación dura 5 minutos por cada 10kg de fruta

Concentración Osmótica

Se sumergen los trozos de la fruta por 24 horas en un jarabe compuesto de: azúcar de 50 °Brix, jarabe de 1:1, 0.2% de ácido cítrico y 0.2% de ácido ascórbico.

Drenado

Se filtran las tajadas de la fruta para quitar el exceso del jarabe por medio de un colador. Esta operación dura 5 minutos por cada 10 kg de fruta.

Baño con Antimicrobianos

Se pasa nuevamente la fruta por cinco minutos por un preparado de sorbato de potasio y metabisulfito de sodio para evitar la proliferación de hongos y bacterias así como el oscurecimiento de la fruta.

Secado

En un secador de aire caliente, se seca la fruta a una temperatura de 63 °C por un lapso de 4 horas.

Empaque

Empacar y sellar al vacío la fruta en un empaque de polietileno. Esta operación dura 2 minutos por paquete. Las bolsas serán de polipropileno de 80 micras de espesor cada una con 100 gramos de mango deshidratado. Preservar la fruta en un lugar ventilado, seco y sin exposición a la luz.

3.6. Flujograma del Proceso de Producción

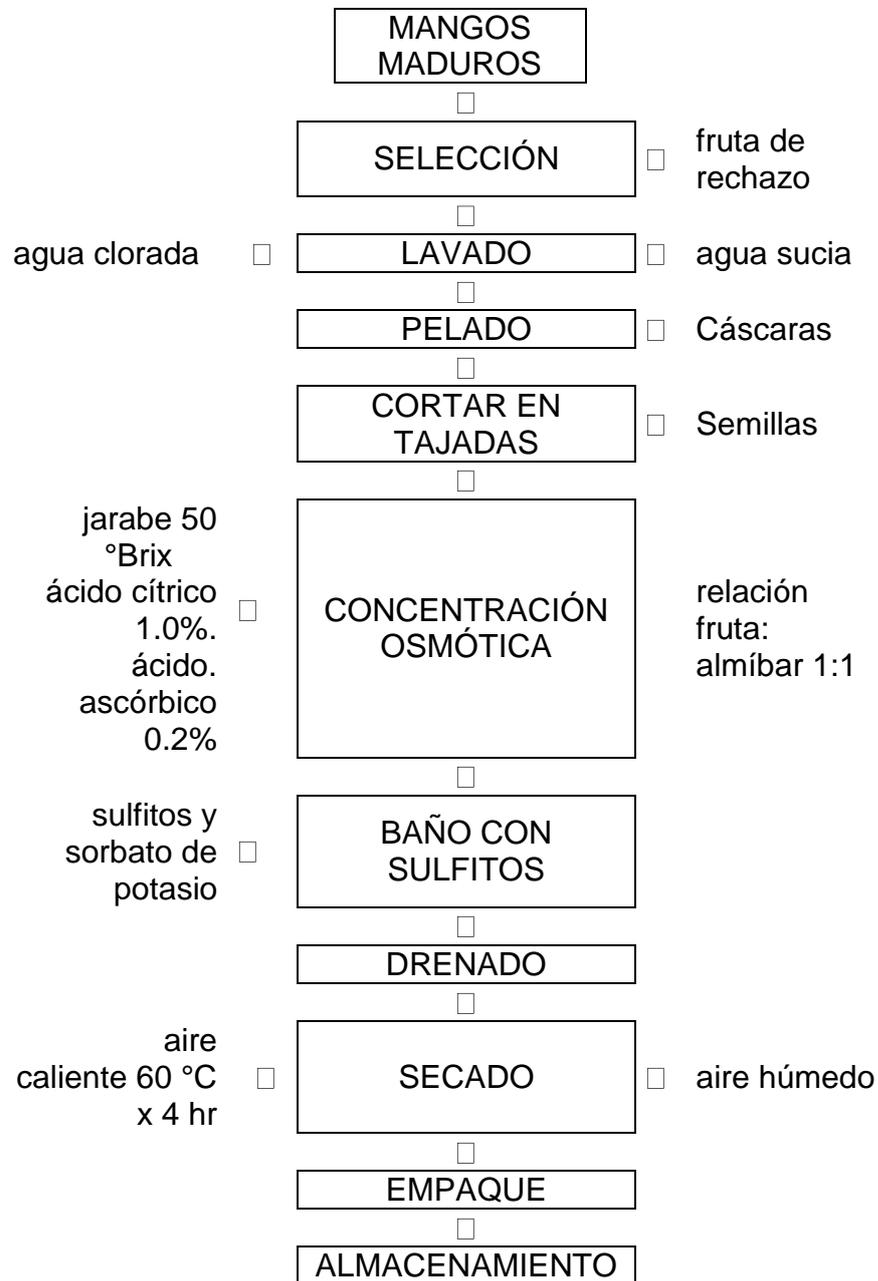


Figura 14. Diagrama de flujo para secado de mango por medio osmótico

Fuente: Programa de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo. Universidad de las Américas, Puebla. 1991 pp. 27-28.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN

4.1. Estructura organizacional

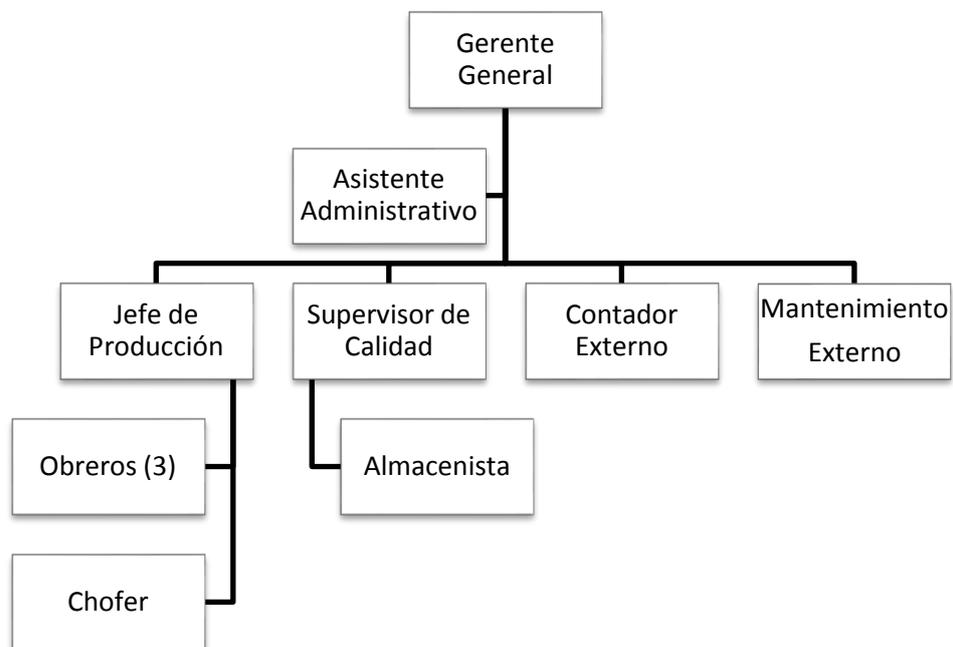


Figura 15. Estructura Organizacional

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

4.2. Recurso humano administrativo y especializado a requerir

4.2.1. Mano de obra directa

Son las personas que intervienen directamente en el proceso productivo y constan los siguientes:

- ✓ Clasificador (de Materia Prima)
- ✓ Pelador
- ✓ Cortadores o descorazonadores
- ✓ Almacenista: obreros que se encargan de realizar todo el proceso hasta obtener el producto terminado.

El costo salarial que percibe cada uno de los empleados incluyen los beneficios sociales de ley.

4.2.2. Mano de Obra indirecta

Es el personal que está involucrado de manera indirecta en el proceso de producción, se detallan a los siguientes:

- ✓ Gerente General
- ✓ Asistente administrativa
- ✓ Supervisor de Calidad
- ✓ Chofer
- ✓ Personal externo: Contador General, Mantenimiento y Agente de Aduana.

4.3. Marco legal

4.3.1. Aspectos societarios

Según el Art. 2 de la Ley de Compañías del Ecuador, establece que existen cinco tipos de compañías:

1. La compañía en nombre colectivo;
2. La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
3. La compañía de responsabilidad limitada;
4. La compañía anónima; y,
5. La compañía de economía mixta.

A continuación se detallarán las definiciones de cada tipo de empresas, según lo estipulado en la Ley de Compañías del Ecuador:

1. La compañía en nombre colectivo.- Art. 36:

“La compañía en nombre colectivo se contrae entre dos o más personas que hacen el comercio bajo una razón social.

La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios, o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras "y compañía". Sólo los nombres de los socios pueden formar parte de la razón social.”

2. La compañía en comandita simple y dividida por acciones.- Art. 59:

“La compañía en comandita simple existe bajo una razón social y se contrae entre uno o varios socios solidaria e ilimitadamente responsables y otro u otros, simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes.

La razón social será, necesariamente, el nombre de uno o varios de los socios solidariamente responsables, al que se agregará siempre las palabras "compañía en comandita", escritas con todas sus letras o la abreviatura que comúnmente suele usarse.”

3. La compañía de responsabilidad limitada.- Art. 92:

“La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.”

4. La compañía anónima.- Art. 143:

“La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.”

5. La compañía de economía mixta.- Art. 308:

“El Estado, las municipalidades, los consejos provinciales y las entidades u organismos del sector público, podrán participar, conjuntamente con el capital privado, en el capital y en la gestión social de esta compañía.”

Considerando cada definición, así como la situación de “Tropical Fruit Cía. Ltda.”, se decidió establecerla como una compañía de responsabilidad limitada.

Según la superintendencia de Compañías del Ecuador, para constituir este tipo de sociedad se requiere que sea mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. El Art. 137 señala que la escritura de constitución contendrá:

1. Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, ola denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas, y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio;
2. La denominación objetiva o la razón social de la compañía;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. La duración de la compañía;
5. El domicilio de la compañía;
6. El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas;
7. La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo;
8. La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía (sise hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización) y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal;
9. La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general de socios y el modo de convocarla y constituirarla; y,
10. Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley.

4.3.1.1. Listado de trámites para la constitución de una compañía de responsabilidad limitada

Para la creación de la compañía de responsabilidad limitada, se detallan los pasos necesarios para constituirarla legalmente:

1. Aprobación de la denominación de la compañía: el abogado presenta varias alternativas a la Superintendencia de Compañías, para la aprobación de una de ellas. Una vez que este organismo compruebe que no existe otra denominación semejante, se aprueba el nombre propuesto.
2. Elaboración del proyecto de minuta: contiene los Estatutos que han de regir los destinos de la compañía, siendo necesario el asesoramiento y la firma de un abogado.
3. Aprobación de los estatutos: el Departamento de Compañías Limitadas de la Superintendencia de Compañías se encarga de la aprobación.
4. Apertura de la cuenta de integración de capital: se lo hace en un banco de la localidad en donde se ubicará la compañía.
5. Los estatutos aprobados por la Superintendencia de Compañías: estos se elevan a escritura pública ante un Notario de la localidad en donde la compañía realizará sus actos de comercio, con las firmas de los socios fundadores.
6. Un ejemplar de la escritura pública de constitución de la compañía: se ingresa a la Superintendencia de Compañías para la obtención de la resolución de aprobación de la constitución.
7. Publicación de un extracto de la escritura conferida por la Superintendencia de Compañías: en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía.
8. Obtención de la Patente Municipal: a fin de que pueda ejercer sus actos de comercio en la ciudad de Guayaquil o en cualquier oficina municipal de la ciudad en donde se vaya a instalar el negocio.
9. Afiliación a la cámara de la producción que corresponda al giro del negocio, así por ejemplo: Cámara de la Pequeña Industria, Cámara de Comercio, Cámara de Turismo, etc.
10. Inscripción de la escritura de constitución de la compañía en el registro Mercantil.
11. Obtención del Registro Único de Contribuyentes en el Servicio de Rentas Internas.
12. Elección de Presidente y Gerente de la compañía mediante convocatoria a la Asamblea General de Socios.
13. Elaboración e inscripción de estos nombramientos en el registro mercantil.
14. Adjuntar a la tercera copia certificada de constitución inscrita en el registro mercantil los nombramientos debidamente inscritos e ingresar a la Superintendencia de Compañías para el registro en el Departamento de Sociedades.
15. Obtención del oficio que otorga la Superintendencia, dirigido al banco donde se ha abierto la cuenta de integración de capital, para que se puedan movilizar los fondos, es decir, apertura de una cuenta corriente a nombre de la compañía.

4.3.1.2. Escritura de la compañía

TROPICAL FRUIT CIA. LTDA.

CUANTÍA USD. \$ 60.000,00

Señor Notario.- En el registro de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA.-COMPARECIENTES.- Al otorgamiento de esta escritura comparecen las señoritas: SAMANTA GABRIELA GOVEA ALVARADO de estado civil soltera, mayor de edad; GÉNESIS HAYDEE CEDEÑO CHIRIGUAYA, de estado civil soltera, mayor de edad; CARLA ALEJANDRA REYES SÁNCHEZ, de estado civil soltera, mayor de edad; DENISSE MARGARITA ZAMBRANO ROSALES. Todas ecuatorianas y domiciliadas en esta ciudad de Guayaquil.

SEGUNDA.- CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍAS.- Las señoritas SAMANTA GABRIELA GOVEA ALVARADO, GÉNESIS HAYDEE CEDEÑO CHIRIGUAYA, CARLA ALEJANDRA REYES SÁNCHEZ Y DENISSE MARGARITA ZAMBRANO ROSALES, en forma libre y voluntaria por ser tal su conveniencia han resuelto constituir y mediante este acto constituyen una compañía de responsabilidad limitada. La misma que se denomina TROPICAL FRUIT CIA. LTDA. y se registrá por las leyes ecuatorianas y por los estatutos sociales que se detallan a continuación y que han sido acordados libremente por los fundadores.

TERCERA.- ESTATUTOS SOCIALES.- ARTÍCULO PRIMERO.- DENOMINACIÓN la compañía se denominará TROPICAL FRUIT COMPAÑÍA LIMITADA. ARTÍCULO SEGUNDO.- DOMICILIO.- El domicilio principal de la compañía será en la provincia del Guayas, cantón Guayaquil. Exactamente en el norte de la ciudad de Guayaquil, Km. 16 ½ Vía Daule. Pudiendo en cualquier tiempo establecer sucursales, en cualquier lugar dentro de la República. Si así lo dispusiere la Junta General de Socios.

ARTÍCULO TERCERO.- DURACIÓN.- La compañía tendrá una duración de 10 años a partir de la fecha de inscripción del contrato social en el registro mercantil del Cantón Guayaquil, sin perjuicio de que a su vencimiento se prorrogue tal plazo por el acuerdo de la Junta General de Socios o de que produzca la disolución liquidación anticipada por causas voluntarias o legales. ARTÍCULO CUARTO.-OBJETO SOCIAL.- La compañía tendrá como objeto social la comercialización de toda clase de productos. Industrialización de materias primas, productos elaborados y semielaborados. Desarrollo de proyectos de inversión relacionados con el objeto social determinado. También la compañía podrá importar y exportar toda clase de bienes y servicios, actuar como representante de personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras. ARTÍCULO QUINTO.- CAPITAL SOCIAL.- El capital social de la compañía es de 60.000,00 dólares aportados por sus cuatro socios en partes iguales de 15.000,00 dólares cada uno. La compañía entregará a cada socio un certificado de participación en el que contratará su carácter de no negociable y el número de participaciones que por su aporte le corresponde. Los certificados de aportación y los asientos en los libros de socios y participaciones serán autorizados por la firma del gerente. La transferencia de participaciones se realizará de acuerdo con lo dispuesto en los artículos ciento trece y veinte y uno de la Ley de Compañías. ARTICULO SEXTO.-SOCIOS.- Los socios tendrán los deberes y derechos establecidos por la ley para esta clase de compañías y podrán concurrir a las Juntas Generales personalmente o por medio de representantes, en cuyo caso la representación se conferirá por escrito y con carácter especial para cada junta, salvo que el representante ostente poder general notarial. ARTÍCULO SÉPTIMO.-ADMINISTRACIÓN, JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- La compañía estará gobernada por la Junta General de Socios y será convocada por el gerente ordinariamente una vez al año dentro de los tres meses siguientes a la finalización del ejercicio económico ordinaria y extraordinariamente en cualquier tiempo por iniciativa propia o a pedido del socio o los socios que representa por lo menos el diez por ciento del Capital Social, mediante circular dirigida al

domicilio decada socio, entregada por lo menos ocho días de anticipación a la fecha fijada para que se reúna la junta, su quórum de constitución será el señalado por el artículo ciento diez y seis de la Ley de Compañías. En la Junta General que será dirigida por el presidente y actuará como secretario el Gerente, se deliberará punto por punto en el orden de la convocatoria y se dejará expresa constancia en actas de los criterios expresados por los socios; las decisiones se tomarán por mayoría del Capital Social concurrente. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría. Se podrá reunir también la Junta Universal conforme lo dispone el artículo doscientos treinta y ocho de la Ley de Compañías. Las actas de las Juntas Generales se llevarán en hojas móviles escritas a máquina en el anverso y reverso, que deberán ser foliadas con numeración continua y sucesiva y rubricada una por una por el Secretario. Son atribuciones de la Junta General las determinadas en el artículo ciento diez y ocho de la ley de Compañías y las señaladas en estos Estatutos. La Junta general de Socios elegirá cada cinco años al Gerente y Presidente de la compañía. ARTÍCULO OCTAVO.- GERENTE.- El gerente será representante legal judicial y extrajudicial de la compañía para toda clase de asuntos ordinarios y extraordinarios, será designado por la Junta General de Socios, podrá ser socio o no de la Compañía, durará cinco años en sus funciones y podrá ser indefinidamente reelegido; en caso de que hubiese terminado el período para el cual fue nombrado y que la Junta General no reelija o sustituya con un nuevo gerente, esto seguirá actuando en funciones prorrogadas hasta que el órgano de gobierno decida lo procedente, tendrá todas las facultades y poderes establecidos por los estatutos y los artículos ciento veinte y tres de la Ley de Compañías en la forma más amplia que puedan otorgarse de tal manera que en ningún caso podrá dejar de actuar en defensa de los intereses sociales por falta e insuficiencia de poderes siempre que actúe como Secretario conferirá copias certificadas de las actas de las Juntas Generales, intervendrá a nombre de la compañía en cuanta escritura pública deba otorgar la misma, firmará el nombramiento del Presidente. ARTÍCULO NOVENO.- El Presidente de una compañía será elegido por una junta

general por un período de cinco años y podrá indefinidamente ser reelegido; su nombramiento deberá ser firmado y hará cumplir los estatutos y las resoluciones de la Junta General. ARTÍCULO DÉCIMO.- FISCALIZACIÓN.- La junta general realizará anualmente la fiscalización de la Compañía. ARTÍCULO DÉCIMO PRIMERO.-DUDA O VACÍO.- En caso de duda o vacío de estos estatutos la Junta General resolverá con carácter de obligatorio lo que fuere del caso. ARTÍCULO DÉCIMOSEGUNDO.- DISPOSICIÓN TRANSITORIA.- De conformidad con el artículo ciento treinta y nueve de la Ley de Compañías nombramos como Gerente a Génesis Haydee Cedeño Chiriguaya y como Presidenta a Samanta Gabriela Govea Alvarado. DECLARACIÓN.-Los comparecientes declararán que el capital de TROPICAL FRUIT COMPAÑÍA LIMITADA, se halla íntegramente suscrito y pagado de acuerdo al siguiente cuadro:

CUADRO DE SUSCRIPCIÓN Y PAGO DEL CAPITAL SOCIAL

NOMBRE SOCIO	DEL	CAPITAL SUSCRITO	CAPITAL PAGADO	NO. DE PARTICIPANTES
Samanta Govea		15.000,00	15.000,00	15.000,00
Génesis Cedeño		15.000,00	15.000,00	15.000,00
Carla Reyes		15.000,00	15.000,00	15.000,00
Denisse Zambrano		15.000,00	15.000,00	15.000,00
TOTAL		60.000,00	60.000,00	60.000,00

La parte pagada en numerario ha sido depositada en la cuenta de integración de capital cuyo certificado se agrega como documento habitante a la presente escritura, el capital insoluto será pagado por los socios en el plazo máximo de un año. El Señor Doctor Alberto Vélez Ordoñez queda autorizado expresamente para realizar todos los trámites necesarios para el perfeccionamiento de ésta, hasta alcanzar su inscripción en el Registro Mercantil. Usted Señor Notario se servirá agregar las demás cláusulas de estilo para la plena validez de este instrumento.

4.4. Aspectos tributarios

Toda persona natural o jurídica tiene la obligación de presentar y declarar sus impuestos en el tiempo señalado por el Servicio de Rentas Internas. Para la emisión del Registro Único del Contribuyente se requiere la siguiente documentación:

- Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.
- Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías: datos generales, actos jurídicos y accionistas.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios electorales). Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por el Consejo Nacional Electoral o Provincial
- Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
- Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentará cualquiera de los siguientes: Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
- Original y copia del estado de cuenta bancario, de servicio de televisión pagada, de telefonía celular, de tarjeta de crédito. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del

inmediatamente anterior. Original y copia del contrato de arrendamiento y comprobante de venta válido emitido por el arrendador. El contrato de arriendo debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y puede estar o no vigente a la fecha de inscripción. El comprobante de venta debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de inmuebles.

- Original y copia de la Escritura de Propiedad o de Compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.
- Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado. La certificación deberá encontrarse emitida a favor de la sociedad, representante legal o accionistas.
- Se presentará como requisito adicional una Carta de cesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la sociedad, representante legal, accionistas o de algún familiar cercano como padres, hermanos e hijos. Se deberá adjuntar copia de la cédula del cedente. Este requisito no aplica para estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito.

4.5. Aspectos sanitarios o seguridad industrial

4.5.1. Permisos de funcionamiento de locales comerciales uso de suelo

Para obtener un permiso de funcionamiento por parte del municipio de Guayaquil se requiere:

1. Pago de tasa de trámite.
2. Presentación de formulario en Departamento de Uso de Suelo.

4.5.1.1. Patentes municipales

Toda persona natural o jurídica que realice actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, debe obtener la patente municipal. Los requisitos son los siguientes:

1. Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
2. RUC actualizado.

3. Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica
4. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.
5. Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía. Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

4.5.1.2. Tasa de habilitación de locales comerciales, industriales y deservicios

Es el documento que autoriza el funcionamiento del local comercial, previa inspección por parte del Municipio de Guayaquil. Se requieren los siguientes documentos:

1. Pago de tasa de trámite por Tasa de Habilidadación
2. Llenar formulario de Tasa de Habilidadación.
3. Copia de predios urbanos (si no tuviere copia de los predios, procederá a entregar la tasa de trámite de legalización de terrenos o la hoja original del censo).
4. Original y copia de la patente de comerciante del año a tramitar
5. Copia del RUC actualizado.
6. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local y de quien realiza el trámite.
7. Autorización a favor de quien realiza el trámite.
8. Croquis del lugar donde está ubicado el negocio
9. Nombramiento del representante Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

4.5.1.3. Certificado de seguridad del benemérito cuerpo de bomberos

Los establecimientos que deseen iniciar sus operaciones tienen la obligación de obtener el certificado de seguridad del cuerpo de bomberos, así como adquirir un extintor o realizar la recarga anual del mismo. Los requisitos son los siguientes:

1. Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.
2. Fotocopia nítida del RUC actualizado.
3. Carta de autorización a favor de quien realiza trámite.
4. Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.
5. Nombramiento del representante legal si es compañía.
6. Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
7. Señalar dimensiones del local.

4.5.1.4. Impuesto a la junta de beneficencia

El impuesto anual sobre el capital de operación, grava a toda persona natural o jurídica que ejerza actividades productivas en la provincia del Guayas y esté afiliado a una de las cámaras de la producción y afecta a las personas que operen con un capital que no supere los cinco mil dólares de los Estados Unidos de América, pagarán la cantidad de cien dólares; las que lo hagan con un capital superior a cinco mil dólares de los Estados Unidos de América y no superen los siete mil quinientos dólares, pagarán la cantidad de ciento cincuenta dólares; y, quienes operen con montos superiores a los siete mil quinientos dólares de los Estados Unidos de América, pagarán la cantidad de doscientos dólares y se paga anualmente en forma directa en la tesorería de la Junta de Beneficencia de Guayaquil dentro de los tres primeros meses de cada año.

4.5.1.5. Impuesto hospital universitario

Es un impuesto por el cual todas las personas naturales y jurídicas que se dediquen a actividades comerciales, bancarias e industriales dentro de la jurisdicción del cantón Guayaquil, deben cancelar en favor del Hospital Universitario de la ciudad de Guayaquil. Se aplicará sobre el valor de los capitales propios declarados por los contribuyentes en sus respectivas matrículas comerciales o industriales. El pago del impuesto se hará obligatoriamente dentro del primer trimestre de cada año, en la Tesorería de la Universidad de Guayaquil.

4.6. Aspectos laborales

Para la emisión de un número patronal se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IESS en la opción “Empleadores” donde se podrá:

- Actualizar datos del Registro Patronal
- Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico)
- Digitar el número del RUC
- Seleccionar el tipo de empleador.

Además, es necesario acercarse a las oficinas de Historia Laboral para llenar y entregar la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

- Solicitud de Entrega de Clave (Registro)
- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- Copia de pago de teléfono, o luz
- Calificación artesanal si es artesano calificado

4.7. Aspectos regulatorios del mercado norteamericano

Como parte de los registros sanitarios y fitosanitarios, existen varias entidades que regulan la entrada de alimentos procesados al mercado estadounidense, los cuales son: el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) para el caso de cárnicos procesados y la Administración de Alimentos y Drogas (FDA) para el resto de los alimentos; los cuales están basados en las siguientes leyes y regulaciones:

1. Ley Federal de Drogas, Alimentos y Cosméticos.
2. Ley de Empaquetado y Etiquetado.
3. Ley de Nutrición y Etiquetado.
4. Ley de Salud y Educación sobre Suplementos Alimenticios.

Las exigencias que deben cumplir los alimentos están basadas en la salubridad en el almacenaje y la transportación. La información que contengan los productos es fundamental ya que sus datos deben ser reales

porque serán supervisados en pruebas aleatorias por la FDA y si no cumplen con las exigencias, no pueden ser comercializados en ese país.

Los productos alimenticios exportados a Estados Unidos deben pasar por una inspección en la entrada de la aduana, la cual es realizada por la FDA, que consiste en una prueba aleatoria del producto con el fin de verificar el cumplimiento de todos los requisitos de ingreso, y si no los cumplen no pueden ingresar a los Estados Unidos.

Las pruebas que efectúa la FDA para determinar si un producto puede ingresar son las siguientes:

1. Descomposición de alimentos.
2. Contaminación microbiológica.
3. Contaminación con sustancias químicas.
4. Aditivos alimentarios.
5. Sanidad.
6. Residuos de pesticidas
7. Aditivos alimentarios
8. Normas de identidad
9. Etiquetado

4.7.1. Obtención del registro de exportador

Una vez incorporada la actividad de comercio exterior en el Registro Único de Contribuyentes regulado por el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

- Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por el Banco Central del Ecuador, Security Data
- Registrarse en el portal de ECUAPASS, para crear un usuario y contraseña del representante de la compañía, aprobar el registro de uso de empleado de la compañía, llenar la Declaración Juramentada de Origen, llenar el Certificado de Origen y llenar la Declaración Aduanera de Exportación.

4.7.2. Proceso de una exportación

Según el portal web de la Aduana del Ecuador, se deben seguir los siguientes pasos para la exportación de un producto:

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)
- Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.
- Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser: Canal de Aforo Documental, Canal de Aforo Físico Intrusivo y Canal de Aforo Automático

Para el caso del Canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entendiéndose con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual

cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el caso del Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada.

4.7.3. Factura comercial

La factura comercial describe la mercancía a transportar, el precio convenido entre ambas partes, el valor total, las condiciones y la moneda de la transacción. La finalidad de este documento es que sirva como soporte de inspección de la aduana en el punto de exportación e importación, así como la inspección por el comprador al momento de recibir la mercadería y el pago de las mismas

Los principales datos que debe contener la factura comercial se detallan a continuación:

- Datos del exportador con su RUC, dirección, teléfono.
- Lugar de expedición y fecha de elaboración del documento por la empresa exportadora.
- Número de la factura.
- Nombre, dirección, teléfono del importador.
- Tipo de embarque.
- Nombre de la compañía que transporta las mercancías.
- Lugar de embarque y desembarque de las mercancías.
- Fecha de embarque de la mercancía.
- Condiciones de pago.
- Información del producto: cantidad, tipo de envases y embalajes, peso neto, peso bruto, partida arancelaria y cualquier descripción que permita saber exactamente lo que se está adquiriendo.
- Cláusulas de compraventa, precio unitario, etc.
- Detalle de valores, según la cláusula de compraventa.

4.7.4. Lista de Empaque

Aquí se indica la forma de embalaje, el contenido, peso, dimensiones, etc. En este documento deben constar los siguientes datos:

- Datos del exportador
- Datos del importador
- Numeración de los bultos y contenido de cada uno de ellos
- Peso neto y bruto de cada bulto
- Partida arancelaria
- Cantidad del producto

4.7.5. Certificado de origen

Para obtener un certificado de origen se deben realizar los siguientes pasos:

- Registrarse en “ECUAPASS”
- Generación de la Declaración Juramentada de Origen - DJO. La DJO tiene como objetivo determinar de forma sistematizada si el producto cumple con los requisitos para gozar de origen Ecuatoriano.
- Generación del Certificado de Origen.

Tabla N° 17. Certificado de origen

Descripción	Valor c/envío USD.	Valor Anual USD.
Certificado de origen	\$ 10,00	\$ 60,00
TOTAL	\$ 10,00	\$ 60,00

Fuente: <http://www.exportafacil.gob.ec/ayuda/preguntas-frecuentes>

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

4.8. Logística de comercio exterior

4.8.1. Condiciones de negociaciones

Otro aspecto importante considerado por los importadores norteamericanos es la negociación y la confiabilidad que se genere de la

misma, por ello se espera que las cotizaciones sean lo más detalladas posibles en cuanto a términos de tiempo de entrega, calidad del producto y los límites de responsabilidad de ambas partes.

Se determinó que se acordará entre ambas partes un precio FOB (Free On Board) o CIF (Cost, Insurance and Freight).

4.8.1.1. Incoterms

Los Términos de Comercio Internacional – Incoterms por sus siglas en inglés- son un conjunto de reglas o normativas internacionales utilizadas para la interpretación de los términos requeridos en el comercio internacional, con la finalidad de evitar confusiones y malas interpretaciones que dificulten la negociación, así como determinar el límite de responsabilidad de cada negociante.

En esta negociación se incluirá el término CIF, el cual contiene las siguientes obligaciones detalladas en la tabla siguiente:

Tabla N° 18. Obligaciones de las partes con Incoterms CIF

Vendedor	Comprador
Gastos de flete y transporte interno de la mercancía	Efectuar el despacho de importación
Despacho de exportación de la mercancía (asumir gastos de aduana)	
Contrato del buque y pago del flete de la carga hasta el puerto de destino	
Maniobras de carga y estiba en el puerto de embarque.	Asumir los gastos incurridos desde la llegada de la mercancía a puerto de destino hasta su bodega.
Suscribir una póliza de seguro de protección de la mercancía en el transporte internacional.	
El vendedor cumple su obligación de entrega cuando la mercancía sobrepasa la "borda del buque" en el puerto de desembarque acordado.	

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

"Tropical Fruit Cía. Ltda.", acordará a través del bróker la entrega del producto vía marítima en términos CIF.

4.8.1.2. Condiciones de Pago

La forma de pago será mediante una carta de crédito de 30 a 45 días plazo contados desde la fecha del embarque de la mercancía.

La carta de crédito no podrá ser cancelada ni modificada sin antes tener un consentimiento de ambas partes.

4.8.1.3. Transporte internacional

La carga será transportada desde el puerto de Guayaquil hasta el puerto de desembarque internacional de California.

La empresa encargada de la transportación de puerto a puerto, será “Greenandes Ecuador S.A.” y la duración del viaje aproximadamente es de 20 a 22 días.

CAPÍTULO V

EVALUACIÓN ECONÓMICA, FINANCIERA Y SOCIAL

5.1. Entorno Económico

El objetivo de este capítulo es analizar toda la información relacionada con el estudio de mercado y el estudio técnico para determinar el monto necesario a invertir a fin que el proyecto sea rentable. En base a esto, identificar si el recurso monetario requerido se recaudará a través de socios o de una entidad financiera, o de ambas fuentes.

5.2. Inversión total

La inversión total corresponde a la descripción y suma total de activos fijos, activos intangibles y el capital de trabajo. A continuación se detalla la inversión necesaria para iniciar el proyecto.

Tabla Nº 19. Inversión total

CONCEPTO	VALOR \$USD
Activos fijos	\$ 69.115,09
Activos Intangibles	\$ 2.000,00
Capital de trabajo	\$28.884,91
TOTAL	\$100.000,00

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

5.2.1. Activos fijos

Los activos fijos corresponden a los bienes fijos o tangibles que la empresa requiere para iniciar el negocio.

Los activos que necesitamos para arrancar el negocio se detallan en el siguiente cuadro.

Tabla Nº 20. Activos fijos

CONCEPTO	VALOR US\$
Vehículo	\$ 34.200,00
Equipos de cómputo	\$ 3.416,09
Equipos y muebles de oficina	\$ 1.762,80
Maquinarias y equipos de producción	\$ 29.736,20
TOTAL	\$ 69.115,09

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

5.2.2. Activos intangibles

Los activos intangibles son gastos capitalizables que benefician a períodos futuros cortos a cambio de pagos presentes. En el caso de este proyecto se incluyeron los siguientes gastos de constitución.

Tabla Nº 21. Activos intangibles

CONCEPTO	VALOR US\$
Gastos de constitución	\$ 2.000,00
TOTAL	\$ 2.000,00

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

5.2.3. Capital de trabajo

El capital de trabajo son todos los recursos que son necesarios para el financiamiento del proyecto durante un ciclo productivo.

Tabla Nº 22. Capital de trabajo

CONCEPTO	VALOR USD\$
Materiales directos	\$ 3.470,50
Mano de obra directa	\$ 1.865,24
Mano de obra indirecta	\$ 4.109,22
Gastos administrativos y ventas	\$ 3.014,21
Otros activos	\$16.425,74
TOTAL	\$28.884,91

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

5.3. Financiamiento de la deuda

El financiamiento tiene como finalidad proporcionar los recursos financieros necesarios para que el proyecto se lleve a cabo. El total de la inversión para este proyecto es de \$ 100.000,00 USD, del cual el 60% se financiará por los aportes monetarios de los cuatro accionistas y el porcentaje restante será otorgado por la Corporación Financiera Nacional, a una tasa del 11,65%. El cuadro muestra el aporte económico individual de los accionistas.

Tabla N° 23. Aporte económico accionistas

ACCIONISTAS	CAPITAL	%PARTICIPACION
N.- 1	\$ 15.000,00	25%
N.- 2	\$ 15.000,00	25%
N.- 3	\$ 15.000,00	25%
N.- 4	\$ 15.000,00	25%
TOTAL	\$60.000,00	100%

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

5.4. Políticas Financieras del Proyecto

En la siguiente tabla se muestra las variables consideradas para la realización del plan financiero, interpretadas también como las políticas financieras que se establecieron.

Tabla N° 24. Políticas Financieras

Año	diciembre 2015
Stock de Inventario	15%
Inventario Inicial	-
Costo de Producción	0,00%
IVA	12,00%
Depreciación %	2,00%
Impuesto a la Renta	25,0%
Ventas Contado	60,00%
Ventas Credito	40,00%
Compras Contado	100,00%
Caja Minima Mes	-
Participación Trabajadores	15,00%
Moneda	US\$
Margen Bruto	40,00%

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

5.5. Plan Financiero

A continuación se detalla y explica el plan financiero del proyecto, desde el presupuesto de ventas hasta el análisis del punto de equilibrio.

5.5.1. Presupuesto de Ventas

Con el objetivo de calcular las ventas mensuales de la empresa, se tuvo que estimar las unidades por lote diarias a producir. Para la estimación de la producción se tomó en cuenta la capacidad de las maquinarias, así mismo el tiempo necesario para el proceso productivo.

El proceso productivo para deshidratar el mango por el método osmótico, conlleva un tiempo de 24 horas, utilizando las dos deshidratadoras, las cuales pueden deshidratar hasta 70 kg de fruta fresca individualmente. Este método permita reducir el 50% el peso de la fruta, por lo que se estimó obtener 35 kg de fruta deshidratada por cada máquina lo que corresponde a 70 kg por lote diario.

Como se estableció previamente en el estudio de mercado, la presentación con la que ingresará la nueva marca de mango deshidratado a Estados Unidos será de 100 gramos. Por lo que se obtendrá por lote 700 fundas de mango deshidratado de 100 gramos. Lo que equivale a 14000 unidades de producto terminado para vender por mes

El precio de venta que se estableció fue de \$1US, lo suficiente para cubrir los costos de producción y obtener el margen de ganancia fijado en las políticas financieras.

Las ventas proyectadas por mes son de \$14000US, de las cuales 60% se obtendrán de las ventas al contado y 40% de las ventas a crédito. Por ser una empresa que recién está iniciando, y que necesita de un flujo de dinero más rotativo para su operación, no se puede establecer una política de crédito alta.

Tabla N° 25. Presupuesto de Ventas

Presupuesto de Ventas					
Cortado A	diciembre 2015	Ventas a Credito	40%		
Moneda:	US\$	Precio de Venta	1,00		
		Unidades por Lote por día:	700		
		Días Laborales al Mes	20		
Meses	Unidades a Vender	Ventas Totales Proyectadas	Venta Credito 40 %	Venta Contado 60 %	Compras
Enero	14.000	14.000,00	5.600,00	8.400,00	3.470,50
Febrero	14.000	14.000,00	5.600,00	8.400,00	3.470,50
Marzo	14.000	14.000,00	5.600,00	8.400,00	3.470,50
Abril	14.000	14.000,00	5.600,00	8.400,00	3.470,50
Mayo	14.000	14.000,00	5.600,00	8.400,00	3.470,50
Junio	14.000	14.000,00	5.600,00	8.400,00	3.470,50
Julio	14.000	14.000,00	5.600,00	8.400,00	3.470,50
Agosto	14.000	14.000,00	5.600,00	8.400,00	3.470,50
Septiembre	14.000	14.000,00	5.600,00	8.400,00	3.470,50
Octubre	14.000	14.000,00	5.600,00	8.400,00	3.470,50
Noviembre	14.000	14.000,00	5.600,00	8.400,00	3.470,50
Diciembre	14.000	14.000,00	5.600,00	8.400,00	3.470,50
Totales US\$		168.000,00	67.200,00	100.800,00	41.646,00
	ME	0,00			
Inventario Inicial		0,00			
Compras		41.646,00			
Costo de Venta 0 %		0,00			
Inventario Final Proyectado		41.646,00			
Margen de Error		38.175,50			
Proyección Inventario Final					
Ventas		10.000,00			
Costo de Venta 0 %		0,00			
% Inventario Mínimo		100%			
Inventario Final Deseado		0,00			

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

5.5.2. Presupuesto de Sueldos y Nómina

A continuación se muestra el presupuesto de sueldos y nómina para el personal que laborara en la empresa. Tanto para la Mano de Obra directa, recurso que interviene directamente en el proceso productivo de la empresa como los obreros y almacenista, así

como también para la Mano de obra indirecta, recurso que no interviene directamente en el proceso productivo pero que es indispensable en el giro del negocio, en este caso son: Gerente General, Asistente Administrativo, entre otros detallados en la siguiente tabla.

Tabla N° 26. Presupuesto de Sueldos

Proyeccion:		dic 31, 2015						
Moneda:		US\$			340	12,15%		
Colaboradores	Sueldos	Comisiones	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Aportes Patronales	Fondo de Reserva	Total	
Gerente General	1.000,00	0,00	83,33	28,33	121,50	83,33	1.316,50	
Asistente Administrativo	340,00	0,00	28,33	28,33	41,31	28,33	466,31	
Supervisor de Calidad	700,00		58,33	28,33	85,05	58,33	930,05	
Jefe de Producción	700,00		58,33	28,33	85,05	58,33	930,05	
Chofer	340,00		28,33	28,33	41,31	28,33	466,31	
Total Colaboradores	3.080,00	0,00	256,67	141,67	374,22	256,67	4.109,22	
Mano de Obra Directa								
Mano de Obra Directa	Sueldos	Comisiones	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Aportes Patronales	Fondo de Reserva	Total	
Obrero	340		28,33	28,33	41,31	28,33	466,31	
Obrero	340		28,33	28,33	41,31	28,33	466,31	
Obrero	340		28,33	28,33	41,31	28,33	466,31	
Almacenista	340		28,33	28,33	41,31	28,33	466,31	
Total Mano de Obra Direc	1.360,00	0,00	113,33	113,33	165,24	113,33	1.865,24	
Total Nomina	4.440,00	0,00	370,00	255,00	539,46	370,00	5.974,46	

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

En el anexo 17, se muestra el presupuesto de nómina para todo el personal.

5.5.3. Presupuesto de las Inversiones y Depreciación

La siguiente tabla muestra las inversiones necesarias para arrancar con el proyecto, las cuales ya fueron detalladas en el capítulo III estudio técnico y al principio de este capítulo.

Tabla N° 27. Gastos por depreciación de activos

Empresa: Tropical Fruit																
Reporte:		Gastos por Depreciacion de Activos														
Cortado a:		dic 31, 2015														
Moneda:		US\$														
						12	24	36	48	60	72	84	96	108	120	
Activos Fijos (Tangibles)	Costo Historico	Fecha de Compra	Viada Util (meses)	Valor de Rescate	Depreciación Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Total
Equipos y Muebles de Oficina	1.762,80	01/ene/2015	120	0,00	14,69	176,28	176,28	176,28	176,28	176,28	176,28	176,28	176,28	176,28	176,28	1.762,80
Equipos de Cómputo y Software	3.416,09	01/ene/2015	36	0,00	94,89	1.138,68	1.138,68	1.138,68	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3.416,04
Vehiculo	34.200,00	01/ene/2015	60	0,00	570,00	6.840,00	6.840,00	6.840,00	6.840,00	6.840,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	34.200,00
Total Activos Fijos (Tangibles) US\$	39.378,89			0,00	679,58	8.154,96	8.154,96	8.154,96	7.016,28	7.016,28	176,28	176,28	176,28	176,28	176,28	39.378,84
Activos (Intangibles)	Costo Historico	Fecha de Compra	Viada Util (meses)	Valor de Rescate	Depreciación Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Total
Gstos de Constitucion	2.000,00	01/ene/2015				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Planta y Equipos de Fabricacion	Costo Historico	Fecha de Compra	Viada Util (meses)	Valor de Rescate	Depreciación Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Total
Maquinarias y Equipos de Produccion	29.736,20	01/ene/2015	120	0,00	247,80	2.973,60	2.973,60	2.973,60	2.973,60	2.973,60	2.973,60	2.973,60	2.973,60	2.973,60	2.973,60	29.736,00
Total Gstos de ConstitucionUS\$	29.736,20			0,00	247,80	2.973,60	2.973,60	2.973,60	2.973,60	2.973,60	2.973,60	2.973,60	2.973,60	2.973,60	2.973,60	29.736,00
Total de Activos Fijos	Costo Historico	Fecha de Compra	Viada Util (meses)	Valor de Rescate	Depreciación Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Total
Equipos y Muebles de Oficina	1.762,80	01/ene/2015	120	0,00	14,69	176,28	176,28	176,28	176,28	176,28	176,28	176,28	176,28	176,28	176,28	1.762,80
Equipos de Cómputo y Software	3.416,09	01/ene/2015	36	0,00	94,89	1.138,68	1.138,68	1.138,68	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3.416,04
Vehiculo	34.200,00	01/ene/2015	60	0,00	570,00	6.840,00	6.840,00	6.840,00	6.840,00	6.840,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	34.200,00
Maquinarias y Equipos de Produccion	29.736,20	01/ene/2015	120	0,00	247,80	2.973,60	2.973,60	2.973,60	2.973,60	2.973,60	2.973,60	2.973,60	2.973,60	2.973,60	2.973,60	29.736,00
Total Equipos y Muebles de OficinaUS\$	69.115,09			0,00	927,38	11.128,56	11.128,56	11.128,56	9.989,88	9.989,88	3.149,88	3.149,88	3.149,88	3.149,88	3.149,88	69.114,84

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

Las cotizaciones correspondientes a los activos requeridos se muestran en los anexos.

5.5.4. Presupuesto de Impuestos

La siguiente tabla muestra de manera mensual el IVA cobrado en base a las ventas totales proyectadas y el IVA pagado en las compras proyectadas. Restando ambos valores se obtiene el total de IVA a pagar.

Tabla N° 28. Presupuesto de Impuestos

Presupuesto del Impuesto al Valor Agregado														
Proyección:		dic 31, 2015												
Moneda:		US\$												
IVA a Pagar	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total	
Ventas Totales Proyectadas	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	168.000,00
IVA Cobrado en Ventas 12,000 %	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	20.160,00
Compras Proyectadas	3.470,50	3.470,50	3.470,50	3.470,50	3.470,50	3.470,50	3.470,50	3.470,50	3.470,50	3.470,50	3.470,50	3.470,50	3.470,50	41.646,00
IVA Pagado en Compras 12,000 %	416,46	416,46	416,46	416,46	416,46	416,46	416,46	416,46	416,46	416,46	416,46	416,46	416,46	4.997,52
Credito Tributario														
Total IVA a Pagar	1.263,54	15.162,48												
Para el Flujo de Caja		1.263,54	1.263,54	1.263,54	1.263,54	1.263,54	1.263,54	1.263,54	1.263,54	1.263,54	1.263,54	1.263,54	1.263,54	1.263,54

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

5.5.5. Presupuesto de Gastos de Administración y Ventas

La tabla muestra el presupuesto de gastos administrativos y ventas, la cual contiene en detalle la estimación de los gastos de servicios básicos, transporte, publicidad, entre otros. La tabla también muestra el total en cada mes y el total anual.

Tabla N° 29. Presupuesto de Gastos de Administración y Ventas

Tropical Fruit													
Presupuesto de Gastos Administrativos y Ventas													
Cortado a:	dic 31, 2015												
Moneda:	US\$												
Gastos Administrativos y Ventas	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Energia Electrica	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	2.160,00
Agua	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
Arriendo	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00
Telefono	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	900,00
Internet	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	540,00
Suministros de Oficina	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
Mantenimiento	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
Combustible	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00
Agente Afianzado de Aduada	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
Documentos de exportacion	14,21	14,21	14,21	14,21	14,21	14,21	14,21	14,21	14,21	14,21	14,21	14,21	170,52
Transporte Internacional	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	12.000,00
Publicidad	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
Total Gastos Administrativos y Vent	3.014,21	36.170,52											

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

5.5.6. Cálculo de la Tasa del Costo del Capital Promedio Ponderado

La tabla muestra el cálculo del CCPP, en base a las fuentes de dinero.

Tabla N° 30. CCPP

Costo de Capital Promedio Ponderado				
		a	b	(a * b)
Fuentes de Dinero	Monto US\$	Proporción%	Tasa %	Ponderación
Acciones Comunes	60.000	60%	20%	12,00%
Préstamos Bancarios	40.000	40%	11,65%	4,66%
Totales	100.000	100%		16,66%

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

5.6. Evaluación Económica y Financiera

La evaluación económica financiera identifica los beneficios que el proyecto genera, indiferentemente de la forma en cómo se obtienen y se cancelan los rubros financieros necesarios para este y de cómo se

distribuyan las utilidades que la empresa genere, por el contrario la evaluación financiera si toma en consideración la manera como se obtengan y se paguen los rubros financieros necesarios para el proyecto, y no considera la forma en cómo son distribuidas las utilidades que este genere.

Los objetivos de la evaluación económica y financiera para proyectos son, preparar instrumentos de evaluación contable, identificar indicadores de evaluación que permita valorar si un proyecto es viable o no en base a los beneficios que de este se devenguen.

A continuación se detallan los instrumentos contables y financieros que se han utilizado para la evaluación del presente proyecto.

5.6.1. Estado de Resultados Proyectados

El Estado de Resultados de pérdida y ganancias nos muestran los ingresos y egresos que la empresa ha obtenido durante el periodo proyectado y en base a estos se conoce si hubo pérdida o ganancia al final de un periodo determinado.

Este instrumento de evaluación económica nos proporciona el resultado final del ejercicio, restando de los ingresos por ventas los costos de producción y los gastos operacionales, obteniendo así la utilidad operacional a la cual se le debe restar los impuestos que incidirán directamente en la evaluación financiera del proyecto y la participación de los empleados.

En el presente proyecto el resultado del ejercicio se muestra a favor de la empresa generando una ganancia de \$1.691,33 al final del ejercicio. Aunque la ganancia es moderada para el primer año, esto no significa que el proyecto no sea rentable, para ser una empresa nueva es atractiva.

En la tabla se puede observar Estado de Resultados proyectado mensualmente.

Tabla N° 31. Estado de Resultados Proyectados

**Tropical
Fruit**

Estado de Resultados Proyectado

dic 31,
Cortado a: 2015
Moneda: US\$

Cuentas	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	US\$	%
Ventas	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	168.000,00	100,0%
(-) Costo de Produccion	5.583,54	5.583,54	5.583,54	5.583,54	5.583,54	5.583,54	5.583,54	5.583,54	5.583,54	5.583,54	5.583,54	5.583,54	67.002,48	39,9%
Utilidad Bruta	8.416,46	100.997,52	60,1%											
Gastos Operacionales														
Gastos Administrativos y Ventas	3.014,21	3.014,21	3.014,21	3.014,21	3.014,21	3.014,21	3.014,21	3.014,21	3.014,21	3.014,21	3.014,21	3.014,21	36.170,52	21,5%
Gastos de Personal	4.109,22	4.109,22	4.109,22	4.109,22	4.109,22	4.109,22	4.109,22	4.109,22	4.109,22	4.109,22	4.109,22	4.109,22	49.310,64	29,4%
(-) Depreciación y Amortización	679,58	679,58	679,58	679,58	679,58	679,58	679,58	679,58	679,58	679,58	679,58	679,58	8.154,96	4,9%
Obligaciones Financieras	388,33	386,61	384,87	383,11	381,34	379,55	377,74	375,91	374,07	372,21	370,33	368,43	4.542,51	2,7%
Total Gastos Operacionales	8.191,34	8.189,62	8.187,88	8.186,12	8.184,35	8.182,56	8.180,75	8.178,92	8.177,08	8.175,22	8.173,34	8.171,44	98.178,63	58,4%
Utilidad Operacional	225,12	226,84	228,58	230,34	232,11	233,90	235,71	237,54	239,38	241,24	243,12	245,02	2.818,89	1,7%
Participación de Trabajadores 15%													422,83	0,3%
Impuesto a la Renta 25%													704,72	0,4%
Resultado del Ejercicio Neto													<u>1.691,33</u>	1,0%

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

5.6.2. Estado de situación Financiera Proyectados

Para realizar la evaluación económica del proyecto se debe realizar el estado de situación inicial, el cual muestra todo lo que la empresa posee y debe, de la misma manera muestra lo que le pertenece a los accionistas cuando una empresa empieza a generar ganancias, no se sabe con toda certeza el destino de las mismas.

El orden en que se presenta el Estado de Situación Inicial o Balance General, es el siguiente, al principio se presenta los activos, es decir todo lo que la empresa posee desde los activos circulantes que son destinados los que mantendrá el ciclo operacional de la empresa, hasta los activos fijos que corresponde a todos los equipos y maquinarias necesarias para garantizar la infraestructura del proyecto, seguido de los activos intangibles. Después se presentan el pasivo de la empresa, es decir todo lo que la empresa adeuda, obligaciones que se deben detallar. Finalmente se presenta el patrimonio que es de hecho la porción de la empresa que le pertenece a los accionistas o dueños.

El balance general también permite evaluar el nivel de liquidez y endeudamiento de la empresa. A continuación, en la tabla se muestra el Estado de Situación financiera proyectada. En el presente proyecto los activos se conforman de la siguiente manera: activos corriente en la cuenta caja/bancos con un valor de \$28.884,91 después se presenta el total de los activos fijos con un valor de \$69.115,09 y también los activos diferidos con un valor de \$2000, sumando un total de activos de \$100.000,00. Mientras que los pasivos se conforman con un valor de \$40.000,00 que se trata de préstamo otorgado para financiar la inversión inicial del proyecto. Finalmente, en el patrimonio se incluyó el

financiamiento propio, que corresponde a las aportaciones de los accionistas, este valor asciende a \$60.000,00.

Como se puede observar en la tabla N° 32, la situación inicial de la compañía refleja un balance entre el activo, el pasivo y patrimonio cuando comienza a operar con un valor de \$100.000,00.

Tabla N° 32. Estado de situación Financiera Inicial

Tropical Fruit		
Estado de Situación Financiera Inicial		
Cortado a: enero 2015		
Moneda: US\$		
Activos		100.000,00
Activo Corriente		28.884,91
Caja Bancos	28.884,91	
Inversiones Temporales		
Cuentas por Cobrar	0,00	
Inventarios	0,00	
Activo No Corriente		69.115,09
Activo Fijo	69.115,09	
Planta y Equipos	69.115,09	
(-) Depreciación Acum.	0,00	
Activos Diferidos		
Gastos Operacionales	2.000,00	2.000,00
Pasivo		40.000,00
Pasivo Corriente		40.000,00
Proveedores	0,00	
Adm. Tributaria	0,00	
Obligaciones Financieras	40.000,00	
Patrimonio		60.000,00
Capital Social	60.000,00	
Utilidades Retenidas	0,00	
Total Pasivo y Patrimonio		100.000,00

0,00

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

Una vez analizado el estado situación financiera inicial de la compañía, se presenta el estado de situación Financiera Final Proyectado de la empresa, es decir al término del periodo contable. En la tabla N° 33 se lo presenta, mostrando también un equilibrio entre el activo, pasivo y patrimonio de la empresa.

Tabla N° 33. Estado de Situación Financiera Final Proyectado

Tropical Fruit		
Estado de Situación Financiera Final Proyectado		
Cortado a: dic 31, 2015		
Moneda: US\$		
Activos		102.251,56
Activo Corriente		42.265,03
Caja Bancos	35.576,57	
Inversiones Temporales		
IVA Pagado	416,46	
Cuentas por Cobrar	6.272,00	
Inventarios	0,00	
Activo No Corriente		57.986,53
Activo Fijo	57.986,53	
Planta y Equipos	69.115,09	
(-) Depreciación Acum.	(11.128,56)	
Activos Diferidos		
Gastos Operacionales	2.000,00	2.000,00
Pasivo		40.560,23
Pasivo Corriente		40.560,23
Proveedores	0,00	
IVA Cobrado	1.680,00	
Impuestos por Pagar	704,72	
Participación de Trabajadores	422,83	
Préstamos Bancarios	37.752,67	
Patrimonio		61.691,33
Capital Social	60.000,00	
Utilidades Retenidas		
Resultado del Ejercicio	1.691,33	
Total Pasivo y Patrimonio		102.251,56
		0,00

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

5.6.3. Presupuesto de Flujo de Caja

El flujo de caja representa las entradas y salidas de efectivo en un periodo determinado, es un indicador importante de liquidez y también es la base para el cálculo de VAN (Valor Actual Neto) y de la TIR (Tasa Interna de Retorno), indicadores para analizar la viabilidad de proyectos de inversión.

En la tabla se muestra el flujo de caja proyectado donde se muestra que los fondos de caja son positivos y fluctúan con normalidad a través de los meses proyectados.

Tabla N° 34. Flujo de caja

Tropical Fruit

Flujo de Caja

diciembre 2015

Moneda: US\$

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Saldo Inicial Caja/Bancos	28.884,91	24.851,46	25.826,47	26.801,48	27.776,49	28.751,50	29.726,51	30.701,52	31.676,53	32.651,54	33.626,55	34.601,56	28.884,91
Ingresos													
Ventas Contado	9.408,00	9.408,00	9.408,00	9.408,00	9.408,00	9.408,00	9.408,00	9.408,00	9.408,00	9.408,00	9.408,00	9.408,00	112.896,00
Ventas Credito	0,00	6.272,00	6.272,00	6.272,00	6.272,00	6.272,00	6.272,00	6.272,00	6.272,00	6.272,00	6.272,00	6.272,00	68.992,00
Total Ingresos	9.408,00	15.680,00	181.888,00										
Egresos													
Pago a Proveedores	3.886,96	3.886,96	3.886,96	3.886,96	3.886,96	3.886,96	3.886,96	3.886,96	3.886,96	3.886,96	3.886,96	3.886,96	46.643,52
Gastos Administrativos	3.014,21	3.014,21	3.014,21	3.014,21	3.014,21	3.014,21	3.014,21	3.014,21	3.014,21	3.014,21	3.014,21	3.014,21	36.170,52
Compra de Equipo	0,00												0,00
Gastos de Personal	5.974,46	5.974,46	5.974,46	5.974,46	5.974,46	5.974,46	5.974,46	5.974,46	5.974,46	5.974,46	5.974,46	5.974,46	71.693,52
Pago del IVA NETO	0,00	1.263,54	1.263,54	1.263,54	1.263,54	1.263,54	1.263,54	1.263,54	1.263,54	1.263,54	1.263,54	1.263,54	13.898,94
Rendicion de Ptmos.	565,82	565,82	565,82	565,82	565,82	565,82	565,82	565,82	565,82	565,82	565,82	565,82	6.789,84
													0,00
Total Egresos	13.441,45	14.704,99	175.196,34										
Superávit / Déficit	24.851,46	25.826,47	26.801,48	27.776,49	28.751,50	29.726,51	30.701,52	31.676,53	32.651,54	33.626,55	34.601,56	35.576,57	35.576,57
Caja Minima	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Requerimiento Total de Caja	0,00												
Caja Final	24.851,46	25.826,47	26.801,48	27.776,49	28.751,50	29.726,51	30.701,52	31.676,53	32.651,54	33.626,55	34.601,56	35.576,57	35.576,57

Margen de error 0,00

5.6.4. Análisis del Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el volumen productivo en el cual una empresa no obtiene ganancias ni incurre en pérdidas. Es cuando los ingresos generados alcanzan para cubrir solo los costos.

Otra reflexión del punto de equilibrio es que es el nivel de producción que permite a la empresa igualar sus costos fijos y variables con los ingresos totales.

En base a estas definiciones se calculó el punto de equilibrio del presente proyecto. En la tabla N° 35, se muestra todos los cálculos y como resultado se obtuvo un volumen de producción de 12980 unidades mensuales para cubrir los costos evitando las perdidas pero al mismo tiempo sin obtener ganancias.

Tabla N° 35. Punto de Equilibrio

Tropical Fruit			
Punto de Equilibrio			
Moneda: US\$			
Proyección de Resultados y Punto de Equilibrio			
	Valor Año	Valor Mes	%
Ingresos			
Honorarios a Facturarse	168.000	14.000	100%
(-) Costo de Producción 0%	(67.002)	(5.584)	-40%
(=) Margen Bruto	100.998	8.416	60%
Gastos del Proyecto			
Gastos de Personal	49.311	4.109	29%
Gastos Administrativos y Ventas	36.171	3.014	22%
(-) Depreciación y Amortización	8.155	680	5%
Total Gastos del Proyecto	93.636	7.803	56%
Beneficio	7.361	613	4%
Análisis del Punto de Equilibrio			

	PE Anual	PE Mensual
Costo Variable	40%	40%
Costo Fijo	93.636	7.803
Ingresos	1	1
Punto de Equilibrio	155.755	12.980

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

A continuación se muestra la grafica que corresponde al punto de equilibrio.

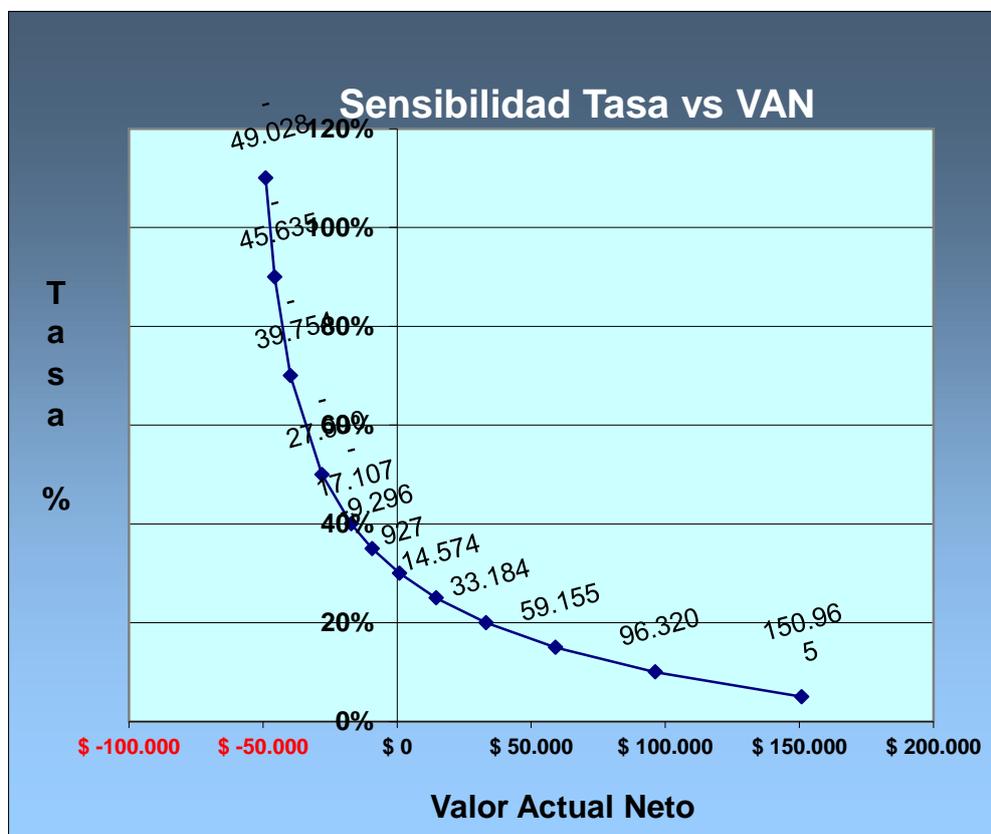


Figura 16. Punto de Equilibrio

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

5.6.5. VAN del Inversionista y TIR

El valor Actual neto consiste en traer al hoy los flujos futuros y se calcula al restar la suma de los valores actualizados a la inversión inicial (a una tasa mínima de rendimiento) del flujo neto de fondo.

El valor Actual neto es aquel que considera el valor del dinero en el tiempo y es un instrumento clave para la toma de decisiones al momento de querer invertir en un negocio puesto que, determina si es viable o no.

Los criterios para la toma de decisión son los siguientes:

- Si el $VAN > 0$ El proyecto es viable y atractivo por lo tanto debe ser aceptado.
- Si el $VAN = 0$ La decisión de aceptación es indiferente, puesto que se obtiene los mismos beneficios.
- Si el $VAN < 0$ El proyecto no es viable por lo tanto no debe ser aceptado.

Tomando en cuenta el método de cálculo y los criterios de decisión, se procedió a calcular el flujo neto de fondo para restarle la inversión inicial del proyecto.

En la tabla N° 36 se muestran los cálculos necesarios para obtener el VAN.

Ajustes al Flujo de Caja

(+) Depreciación y Amortización	8.155	8.155	8.155	7.016	7.016	176	176	176	176	176	39.379
(-) Redención de Capital Prestado	(2.247)	(2.524)	(2.834)	(3.182)	(3.573)	(4.013)	(4.506)	(5.060)	(5.682)	(6.380)	(40.000)
Flujo de Efectivo Neto	7.599	13.544	17.207	20.908	25.614	28.194	34.187	40.932	48.510	57.013	293.706
Valor Actual del Flujo de Efectivo	6.540	10.031	10.967	11.468	12.090	11.453	11.951	12.314	12.560	12.703	112.077

WACC 16,20%**Resumen de la Evaluación**

Total Valor Actual del Flujo de Efectivo	112.077
Inversión Inicial	(60.000)
Valor Actual Neto	52.077

Es viable el Proyecto

52.077

Tasa Interna de Retorno 30,40% La tasa de rendimiento que genera el presente proyecto SI es adecuada y SI cumple las expectativas de los inversionistas

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

El VAN obtenido en el presente proyecto de inversión es de \$52077 por lo que se considera al proyecto viable y atractivo para invertir.

La Tasa Interna de Retorno indica el porcentaje de rentabilidad que se obtendría de la inversión, uno de los supuestos a considerar en la toma de decisiones es que la TIR, supone que todo lo que se gana se invierte en la empresa. Los criterios de decisión son los siguientes:

- $TIR > WACC$ se acepta el proyecto
- $TIR = WACC$ es indiferente si se acepta o no
- $TIR < WACC$ se rechaza el proyecto

En este caso la $TIR > WACC$ se acepta el proyecto.

5.7. Indicadores de Gestión Financiera

Los indicadores financieros son aquellos que evalúan las condiciones operacionales de la empresa, puesto que muestran los puntos fuertes y débiles o sensibles de la misma.

Existen varios indicadores financieros pero para este caso se utilizaran aquellos que nos permitan obtener una visión clara de los niveles de liquidez y rentabilidad de la empresa durante el primer año.

Los indicadores a utilizar fueron los siguientes:

5.7.1. Indicadores Razones de liquidez

Índice de Liquidez	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	$\frac{42.265}{40.560}$	1,04
Prueba Acida	$\frac{\text{Efectivo + Ctas. Por cobrar}}{\text{Pasivo Corriente}}$	$\frac{41.849}{40.560}$	1,03
Capital de Trabajo	Activo Corriente - Pasivo Corriente		1.705

5.7.2. Indicadores Razones de Eficiencia

Rotación del Total de Activos	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos}}$	$\frac{168.000}{102.252}$	1,64
-------------------------------	--	---------------------------	------

5.7.3. Indicadores Razones de Endeudamiento

Grado de Autonomía	$\frac{\text{Patrimonio Neto} * 100}{\text{Activos}}$	$\frac{61.691}{102.252}$	60,33%
Razón de Deuda	$\frac{\text{Pasivos}}{\text{Activos}}$	$\frac{40.560}{102.252}$	39,67%
Cobertura de Intereses	$\frac{\text{Utilidad Neta} * 100}{\text{Intereses}}$	$\frac{1.691}{27.898}$	6,06%

5.7.4. Indicadores Razones de Rentabilidad

Margen Neto	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$	$\frac{1.691}{168.000}$	1,01%
-------------	--	-------------------------	-------

5.7.5. Indicadores Razones de Rendimiento

Rendimiento Sobre la Inversión ROI	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}}$	$\frac{1.691}{102.252}$	1,65%
Rendimiento Sobre el Capital ROE	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio Neto}}$	$\frac{1.691}{61.691}$	2,74%

CAPÍTULO VI

ESTUDIO DE IMPACTOS AMBIENTALES

6.1. Análisis de los Impactos Ambientales del Proyecto

Los desperdicios de la planta provienen de la cáscara y pulpa del mango. Debido a esto la recolección de los residuos se dará de acuerdo con las normas requeridas por el Ministerio de Salud y Medio Ambiente.

Siendo los residuos fuente de enfermedades, deben ser descompuestos o recolectados correctamente para evitar la proliferación de bacterias o microorganismos dañinos para la salud y para el medio ambiente.

Por las razones antes expuestas, se encontraron posibles problemas y soluciones para contrarrestar el impacto ambiental de la planta y a los trabajadores.

Tabla N° 37. Descripción de impactos ambientales y soluciones

Descripción del impacto	Medida correctiva
Aumento de desechos orgánicos en el área de pelado que caen en el suelo	Colocar rejillas en los desagües para evitar el taponamiento de las alcantarillas.
Riesgo de corte o lesiones de los trabajadores en el área de pelado	Instrucción sobre el correcto uso de los materiales de producción
Riesgo de incendio en el área de envasado y deshidratado debido al uso de gas industrial	Disponer de sensores contra incendios y extintores
No clasificación de desechos según su composición	Clasificación de los desechos en diferentes áreas de depósito de residuos

Elaborado por: Génesis Cedeño y Samanta Govea

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusión y Recomendaciones

7.1.1. Conclusión de la Primera Hipótesis

Con la puesta en marcha de una empresa exportadora de mango deshidratado se logrará aumentar la oferta del mercado ecuatoriano, así como mantener una alimentación sana y nutritiva en el mercado norteamericano.

El cambio de la matriz productiva es una de las razones principales para ingresar a nuevos mercados con nuevos productos y siendo este un proyecto rentable no hay mayor obstáculo que impida la creación de este nuevo negocio.

También las tendencias de consumo de alimentos nutritivos es una oportunidad para ingresar al mercado norteamericano, ya que la crisis de obesidad infantil y adulta obliga a que las personas quieran cambiar sus hábitos alimenticios por productos que beneficien a su salud sin tener que gastar tanto dinero ni tiempo en elaborarlos.

El estudio de mercado arrojó como resultado la preferencia del mango deshidratado pero debido a la poca oferta las personas se pierden de este beneficio en su salud, por lo que los productores ecuatorianos de esta fruta deberían estar conscientes y reconocer que pueden ingresar a nuevos mercados con un valor agregado a su producto.

Los indicadores financieros fueron favorables en el proyecto lo que se traduce en rentabilidad y generación de divisas tanto para la compañía como para el país.

7.1.2. Recomendación de la Primera Hipótesis

Se debe informar a la población los beneficios que conllevan consumir mango y frutas deshidratadas para que se derrumben los mitos de que su consumo puede causar diabetes u otro tipo de enfermedades.

El gobierno ecuatoriano debería estimular la elaboración de mango deshidratado, ya que la producción de mango natural es muy buena, pero no es suficiente para destacarse internacionalmente, ya que la época de exportar productos tradicionales no genera competitividad.

Además, se deberían establecer convenios o tratados internacionales para permitir el ingreso sin restricciones arancelarias y aprovechar el mercado norteamericano para aumentar las exportaciones de productos ecuatorianos nuevos. De esta forma, la estrategia principal sería la diversificación y el valor agregado lo que se traduce en el aumento de la oferta ecuatoriana

Finalmente, la eficiencia para suplir esta demanda se verá en el esfuerzo que pongan los productores y el gobierno que con su apoyo permitan posicionar al país entre uno de los mejores exportadores de mango deshidratado, aprovechando que se tiene como principal ventaja la producción de la materia prima en el Ecuador.

Es importante resaltar que el presente trabajo de estudio puede servir para la realización de futuros trabajos de tesis.

BIBLIOGRAFÍA

- Agronegocios (2014), *El consumo de fruta deshidratada crece en el país*. Obtenido de agronegocioecuador.com: <http://agronegocioecuador.com/page/el-consumo-de-fruta-deshidratada-crece-en-el-pais>
- Banco Mundial, (2013), *Datos PIB per cápita, PPA a precios internacionales actuales Estados Unidos*. Obtenido de [bancomundial.org](http://datos.bancomundial.org): <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.PP.CD>
- Cámara de Comercio de Guayaquil (Abril 2010), *Boletín Comercio Exterior*. Obtenido de [lacamara.org](http://www.lacamara.org): <http://www.lacamara.org/prueba/images/boletines/informacioncomercial/boletin%20comercio%20exterior%20no%2018%20abril.pdf>
- Cámara de Comercio de Guayaquil (Marzo 2014), *Conozca cómo identificar oportunidades de negocio (pág. 38)*. Obtenido de Revista Comercio: <http://www.lacamara.org/prueba/attachments/article/779/RevistaMarzo2014.pdf>
- Diario El Comercio (3 de julio de 2014), *EE.UU quiere profundizar en su relación con Ecuador, a pesar de complicaciones*. Obtenido de [elcomercio.com](http://www.elcomercio.com): <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/ee-uu-adamnamm-diplomacia-embajada.html>.
- Diario El Telégrafo (2 de octubre de 2011), *El mango fuente nutritiva para la salud y la economía*. Obtenido de [telegrafo.com](http://www.telegrafo.com): <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/el-mango-fuente-nutritiva-para-la-salud-y-la-economia.html>
- FAOStat (2007-2014): *Cantidad de Producción de Mango por País*. Obtenido por: <http://faostat3.fao.org/faostat-gateway/go/to/browse/Q/QC/S>
- Fundación Mango Ecuador (2014): *Varietades de Mango, Áreas de cultivo*. Obtenido de [mangoecuador.org](http://www.mangoecuador.org): <http://www.mangoecuador.org/>
- Ministerio de Comercio Exterior (2 de julio de 2014), *Ecuador avanza en su relación con los Estados Unidos*. Obtenido de

comercioexterior.gob: <http://comercioexterior.gob.ec/ecuador-avanza-en-su-relacion-con-los-estados-unidos-ministro-francisco-rivadeneira/>

- Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura FAO (27 de septiembre de 2012), *La producción mundial de fruta tropical alcanzará 82 millones de toneladas en 2014*. Obtenido de fao.org: <http://www.fao.org/agronoticias/agronoticias/detalle/es/c/159358/>
- ProChile (Agosto 2011), *Estudio de Mercado Snacks de fruta deshidratada EE.UU.* Obtenido de prochile.gob: http://www.prochile.gob.cl/wpcontent/blogs.dir/1/files_mf/documento_08_12_11174052.pdf
- ProEcuador (2013), *Exportación Frutas No tradicionales*. Obtenido de proecuador.gob.ec: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/frutas-no-tradicionales/>
- ProEcuador (Junio 2014), *Ficha técnica país Estados Unidos*. Obtenido de proecuador.gob.ec: http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/2014/06/Ficha-T%C3%A9cnica-EE.UU_-Jun-2014.pdf
- ProEcuador (21 de noviembre de 2013), *Servicio de Asesoría al exportador: Fruta deshidratada*. Obtenido de proecuador.gob.ec: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/P-1311-FRUTA_DESHIDRATADA-MUNDO-R00.pdf
- TradeMap (2007 – 2013), Trade Indicators United States. Obtenido de trademap.org: http://www.trademap.org/index.aspx?ReturnUrl=%2fProduct_SelCountry_TS.aspx%3fnvpm%3d3|842|0804|6|1|1|2|1|1|2|1&nvpm=3|842|0804|6|1|1|2|1|1|2|1

ANEXOS

Anexo Nº 1

Estimada Samanta, buenas tardes

Detalle tarifa referencial:

POL: Guayaquil, Ecuador
POD: Oakland / Los Angeles / Long Beach, USA
T/CARGA: Foodstuff
SERVICIO: O/O (Puerto a Puerto)
Trasbordo en Colón/Panamá

CONDICION

DE EMBARQUE: FCL/FCL
T/T: 20-22 días aproximados
TERMINAL: FERTISA

T/CNTR: 20SD (Standard)
FLETE: \$ 1,300 + D/F.D \$ 50 + SC/D \$ 7 + SMC \$ 30

T/CNTR: 40SD (Standard) / 40SH (High Cube)
FLETE: \$ 1,800 + D/F.D \$ 50 + SC/D \$ 7 + SMC \$ 30

*** Flete y tarifas referenciales, no incluye impuestos, GUSIP, etc.

***Información importante de revisar:**

Favor notar que las tarifas ofrecidas están validas por 7 días, para embarques bajo termino de pago Prepaid , en caso de ser aceptadas durante estos 7 días favor notificarnos para proceder con el registro de las tarifas en nuestro sistema y que estas puedan ser válidas hasta SEPTIEMBRE 30/2014.

Atenta a sus comentarios.

Saludos, Best regards

Grace Palacios Sánchez
Export Business Coordinator

GREENANDES ECUADOR S.A.

General Agents for **EVERGREEN LINE**

CLEAN & GREEN, ONE TEAM IN HARMONY WITH THE EARTH AND OUR CUSTOMERS

Telephone: (593-4) 3716800 Ext: 114

Mobile: (593-9) 69638856

E-mail: gpalacios@greenandes.com.ec

Cargo tracking: www.evergreen-line.com

Sugerencias: comentarios@greenandes.com.ec

Anexo Nº 2

Plantas & Exportadores

Pivano El Rosario

PIVANO S.A. es una empresa agrícola dedicada al cultivo de mango para la exportación desde 1994. Localizada en Guayaquil, Provincia del Guayas - Ecuador, la plantación se encuentra a 76 kilómetros al norte de la ciudad de Guayaquil. Esta zona se caracteriza por tener condiciones agroclimáticas que permiten ofrecer una fruta de excelente calidad al mercado internacional.

Esta finca tiene una extensión de 450 hectáreas cultivadas con tres de las variedades más apetecidas en el mercado internacional, Tommy Atkins (50%), Kent (45%) y Keitt (5%).

PIVANO comienza la temporada desde mediados del mes de Septiembre con la variedad Keitt que es exportado como mango verde para ser usado en ensaladas y continúa con las variedades Tommy Atkins y Kent desde Octubre hasta mediados del mes de Enero.

Distribución por Destino y Variedad			
Destino	USA	Nueva Zelanda	Europa
Variedad			
Tommy Atkins	75%	10%	15%
Kent	25%	5%	70%
Keitt	80%	0%	20%

Información de Contacto

Grupo "El Rosario" Pivano S.A.
Ing. Sergio Cedeño Amador
Gerente General
Teléfono: +593 4 2447448
Fax: +593 4 2441000 ext.2121
Celular: +593 9 4324000
P.O.BOX: 659
Correo Electrónico: sceden@ersa.com.ec
Sitio Web: www.mangopivano.com.ec
Guayaquil, Ecuador

5TO CONGRESO INTERNACIONAL DE MANGO DEL ECUADOR

4-5 de Septiembre del 2014
Guayaquil, Ecuador

Inscripciones »

Variedades del Mango Ecuatoriano

El cultivo de mango cubre un área aproximada de 7 700 Has., con las siguientes variedades exportables: Tommy Atkins (65%), Haden, Kent y Keitt disponibles de octubre a enero.



Conozca los miembros del Directorio

El directorio de la Fundación Mango del Ecuador dura dos años en sus funciones y es elegida entre los miembros de la Fundación en una Asamblea General.



Método de Corte de Mango de "Rebanar y Sacar"

Un mango tiene un hueso o pepa larga y plana en el centro de la fruta. Una vez que aprendas a maniobrar alrededor de este hueso o pepa, el resto es sencillo.

Click aquí para ver video



117

Anexo Nº 3

<p align="center" style="font-size: 1.2em;">TROPICAL FRUIT CÍA. LTDA.</p>	
<p>Km. 16 ½ Vía Daule Teléfono: 6016329 RUC: 0930135678001</p>	<p align="center">FACTURA Nº 001-002-0012477 <small>Autorización S.R.L. Nº 1106124400</small></p>

Fecha de Emisión:

Importador:

Dirección:

Teléfono:

País:

Vía de Transporte: Marítima

Compañía Transportadora:

Término de Negociación:

DESCRIPCION						
Partida	Descripción	Unidad	Peso	Cant.	Valor Unitario	Valor Total
Arancelaria	Comercial					
TOTAL						

FIRMA CONFORME

FIRMA Y SELLO

Anexo N° 4

<h2 style="margin: 0;">TROPICAL FRUIT CÍA. LTDA.</h2>				
Km. 16 ½ Vía Daule Teléfono: 6016329 RUC: 0930135678001	FACTURA N° 001-002-0012477 Autorización S.R.L. N° 1106124400			
Fecha de Emisión: . Importador: Dirección: Teléfono: País: Via de Transporte: Marítima Compañía Transportadora: Término de Negociación: ' Embalaje: Cajas de Cartón Marca: Deshidrafrut Producto: Mix Peso Unidad: Peso Caja: Unidades/caja: Cajas: Peso Neto en Kilogramos: Peso Bruto en Kilogramos:				
DESCRIPCION				
Partida	Descripción	Unidad	Cant.	Peso
Arancelaria	Comercial			
<div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="border-top: 1px solid black; width: 40%; text-align: center;">FIRMA CONFORME</div> <div style="border-top: 1px solid black; width: 40%; text-align: center;">FIRMA Y SELLO</div> </div>				

Anexo N° 5

1. Goods consigned from (exporter's business name, address, country)		Reference N° GENERALIZED SYSTEM OF PREFERENCES CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined declaration and certificate) Form A			
2. Goods consigned to (consignee's name, address, country)		Issued in (country)			
3. Means of transport and route (as far as known)		4. For official use			
5. Item number	6. Marks and numbers of packages	7. Number and kind of packages: description of goods.	8. Origin criterion (see notes overleaf)	9. Gross weight or other quantity	10. Number and date of invoices
11. Certification It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct Place and date, signature and stamp of certifying authority			12. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct; that all the goods were produced in..... (country) and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the generalized system of preferences for goods exported to (importing country) Place and date, signature of authorized signatory		

Anexo N° 6

	REPÚBLICA DEL ECUADOR SERVICIO ECUATORIANO DE SANIDAD AGROPECUARIA CERTIFICADO FITOSANITARIO DE EXPORTACIÓN Phytosanitary Certificate for Export No. P/0000046	
Organización de Protección Fitosanitaria de Ecuador		A: Organización (es) de Protección Fitosanitaria de
I. Descripción del envío		
1. Nombre y dirección del exportador/Name and adres of exporter:		2. Nombre y dirección declarados del destinatario/Declared name and adress of consignee:
3. Lugar de origen/place of origin:	4. Medios de transporte declarados/Declared jeans of conveyance:	
5. Punto de entrada declarado/Declared point of entry:	6. Marcas distintivas/Distinguishing marks:	
7. Número y descripción de los bultos Number and description of packages:	8. Cantidad declarada y nombre del producto/Name of produce and quantity declared:	
9. Nombre botánico de las plantas Botanical name of plants:		
<p>Por la presente se certifica que las plantas, productos vegetales u otros artículos reglamentados descritos aquí se han inspeccionado y/o sometido a ensayo de acuerdo con los procedimientos oficiales adecuados y se considera que están libres de las plagas cuarentenarias especificadas por la parte contratante importadora y que cumplen los requisitos fitosanitarios vigentes de la parte contratante importadora, incluidos los relativos a las plagas no cuarentenarias reglamentadas.</p> <p>This is to certify that the plants, plant products or other regulated articles described herein have been inspected and/or tested according to appropriate official procedures and are considered to be free from the quarantine pests specified by the importing contracting party and to conform with the current phytosanitary requirements of the importing contracting party, including those for regulated non-quarantine pests.</p>		
II. Declaración adicional/Additional Declaration		
III. Tratamiento de desinfestación y/o desinfección/ Disinfestation and/or Disinfection Treatment		
10. Fecha/Date	11. Tratamiento/Treatment	
12. Producto químico (ingrediente activo)/Chemical (active ingredient)	13. Duración y temperatura/Duration and temperatura	14. Concentración Concentration
15. información adicional/Additional information	Nombre del funcionario autorizado/Name of authorized officer	
Lugar de expedición/Place of signe	Firma/Signature	
Fecha/Date		

El SESA, sus funcionarios y representantes declinan toda responsabilidad financiera resultante de este certificado.

Anexo N° 7



Harmonized Tariff Schedule of the United States (2014)

Annotated for Statistical Reporting Purposes

Heading/ SubHeading	Stat Suffix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty		2
				General	1 Special	
0804.50.80		Dried		1.5¢/kg	Free (A*, AU, BH, CA, CL, CO, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)	33.1¢/kg
	10	Mangoes	kg			
	90	Other	kg			

Anexo N° 8

Horno deshidratador de frutas

Publicado 03 Ago 2014 • Guaylumbamba, Cuito, Pichincha, Ecuador

\$6.000
Negociable



Detalles de anuncio

Si quiere empezar un nuevo negocio o no quiere que sus frutas se pierdan, no gaste tanto al inicio, empiece con una máquina que este en perfectas condiciones.
Vendo de oportunidad un horno deshidratador de frutas o hierbas a gas construido la parte modular en acero inoxidable y aislamiento de fibra de vidrio, el deshidratador esta construido en módulos prefabricados desarmables para ser transportado en poco espacio.

- 1 Carro porta bandejas en hierro y con ruedas giratorias.
- 40 Bandejas de tol galvanizado de 70x90 cm.
- 1 Medidor de temperatura digital.
- 2 Puertas modulares en acero inoxidable
- 1 Estructura modular para un carro porta bandejas en acero inoxidable
- 1 Flauta para distribuir aire caliente
- 1 Ventilador eléctrico de 1/2 HP
- 1 Extractor de 1 HP
- 1 Quemador de acero inoxidable
- 1 Intercambiador de calor tipo caldera con tubos especiales de caldera y tol negro de 4 mm.
- 2 Adaptadores y 2 válvulas con mangueras para gas.
- 1 Reductor de presión para gas
- 1 Flauta de acero inoxidable para conectar los cilindros y los reductores de presión
- 1 Sistema para el encendido y apagado automático de gas con regulación de temperatura.

CAPACIDAD 70 KILOS DE FRUTA FRESCA
ESTADO: BUENO- FUNCIONANDO MUY BIEN

Ubicación



Guaylumbamba
Cuito, Pichincha, Ecuador
[Ver mapa más grande](#)

[Compartir](#) [Twitter](#) [Compartir](#) [Agregar a favoritos](#) [Marcar como Scam o Fraude](#)

Rosa Velasco
Activo en OLX desde Agosto 2014

0998547696

Envía un email

Mensaje

Nombre

Email

Teléfono (opcional)

Enviar un email

Al pulsar en Enviar un email aceptas nuestras [Condiciones de Uso](#).

Consejos de seguridad para los compradores

- Intenta reunirse en un lugar público y seguro.
- Revisa el artículo antes de comprarlo.
- Paga únicamente después de recibir el artículo.

Anexo N° 9



PROFORMA

Principal: V. M. Rendón 426 - 428 entre Córdova y B. Moreno E-mail: agroid@agroindustrias.com.ec
 Telfs: 2306256 - 2306257 - 2560287 Fax: 2565267 WEB: www.agroindustrias.com.ec
 Sucursal: Plaza Dañin 808 y Pícanos esquina A.P. N° 3218
 Telfs: 2288318-2288317 - 2293553 Fax: 2293553 Guayaquil - Ecuador
 Sucursal Mayor Quito: Av. Caspar de Villaroel 1179 y 6 de Diciembre
 Telfs: 022464275 - 022464276 - 022464277 - 022464278 Fax: 022464279

N°

2485

Cliete: GENESIS CEDEÑO

Fecha: 26 agosto, 2014

Dirección:

Ruc:

Teléfono: 0992124056

ARTICULOS	CANT.	P/UNIT	VALOR
DESHIDRATADOR DE COMIDA EN ACERO INOX. PARA 10 ESTANTES DE 412 MMX368MM 110V MARCA: HAKKA MORELO: HKD10	1,00	\$ 658,56	\$ 658,56
MESA EN ACERO INOX. DE 210X80X80CM CON CEJA PARA PARED MARCA: HARDMAN MODELO: KWT-210B	1,00	\$ 713,66	\$ 713,66
			\$ 0,00
TOTAL			\$ 1.372,22

FORMA DE PAGO	FECHA DE ENTREGA	OFERTA VALIDA
Contado	INMEDIATO	15 DIAS
OBSERVACIONES		ATENTAMENTE
PRECIOS INCLUYEN I.V.A.		JULIANA MOREIRA AGROINDUSTRIAS WARSA COMPANIA ANONIMA

Anexo N° 10

Anping County Mingerxing Wire Mesh Products Co., Ltd. [\[Verificado\]](#)

Productos ▾

Detalles de la Empresa ▾

Datos de contacto



de acero inoxidable de malla de alambre para coladores

Precio FOB:	\$ 0.5-4.6 Obtenga el Último Precio
Puerto:	TIAN JIN
Cantidad de pedido mínima:	100 Metro/s Cuadrado/s
Capacidad de suministro:	35000 Metro/s Cuadrado/s por Semana
Plazo de entrega:	within15 días después de recibir el pago por adelantado
Condiciones de pago:	L/C,T/T

 Ms. Jenny Meng

 Desconectado

 [Contactar Proveedor](#)

Proveedor Verificado

Anping County Mingerxing Wire Mesh Products Co., Ltd.

[Hebei, China (Continental)]



Tipo de Negocio: Fabricante, Marca come...
Último acceso: Menos de 24 horas

 Operaciones verificadas in situ y estado legal confirmado.

 Ms. Jenny Meng

86-0311-67301976

 Obten presupuestos en tan solo 1-click con una petición de compra de 1 minuto
[Obtener presupuestos>>](#)

Anexo N° 11

- FABRICACIÓN DE REPUESTOS
- SERVICIO DE MANTENIMIENTO
- ASesoría Y DISEÑO INDUSTRIAL
- CONSTRUCCIÓN DE MAQUINARIA
- AUTOMATIZACIÓN Y MONTAJES



Srta. SAMANTA GOVEA Guayaquil	PROFORMA		
	Teléfono / fax 098 6 003 681	Fecha 19 de agosto del 2014	N° de Proforma PF-7400

Tenemos el agrado de hacerle llegar nuestra oferta por la provisión de un **EMPACADORA AUTOMÁTICA POR PESAJE DE UNA BALANZA** de acuerdo a lo siguiente:

1) EMPACADORA AUTOMÁTICA DE PESAJE

Marcas: ASTIMEC®
Modelo: ASA-WPA-1BX
Procedencia: Fabricada en Ecuador

Aplicación.- Máquina empacadora automática por sistema de pesaje simple con una balanza electrónica, para empaqueo de cereales, snacks, arroz, azúcar, condimentos, papas fritas, chifles, piezas plásticas, etc.

Descripción.- El equipo está formado por una bandeja de alimentación de producto acoplada a una canaleta vibradora que descarga el producto en un sistema de pesaje electrónico de control variable de peso.

La funda es conformada en un formador intercambiable, a partir de un rollo de material de empaque (polipropileno, BOPP, laminado de aluminio con PPE, etc.).

El sistema arrastra la funda conformada automáticamente mientras es sellada horizontalmente por las mordazas de accionamiento neumático y es cortada por una cuchilla dentada.

El ancho de la bolsita dependerá del **formador utilizado**. El largo se controla por el sensor fotoeléctrico.

Capacidad.- De 10 a 1.000 gramos. (opcional hasta 2.000 gr.) +/- 2% (Depende de la densidad del producto).

Formatos.- bolsas de ancho máx. 185 mm., x largo regulable de 50 a 250 mm.

Tipo de sellado.- por temperatura constante, con ancho de sellado de 10.0 mm.

Rendimiento.- aprox. **10 a 15 bolsitas** por minuto.

Ancho del rollo.- máximo 390 mm.

Material.- estructura construida en acero inoxidable A304.



- SERVICIO DE MANTENIMIENTO
- ASESORÍA Y DISEÑO INDUSTRIAL
- CONSTRUCCIÓN DE MAQUINARIA
- AUTOMATIZACIÓN Y MONTAJES

Dimensiones.- ancho 500 mm., fondo 860 mm., alto 2.420 mm.

Control.- dispone de un gabinete para control electrónico de la secuenciación de operación que activa los pistones de sellado, llenado, arrastre y corte, con sus respectivos selectores de activación.

Controles digitales para temperatura de mordazas de sellado (vertical y horizontal); y control del sistema de pesaje.

Además de una pantalla digital con teclado simple para programación del peso a dosificar, tiempos de operación, activación del sensor de marcas.

Requerimiento.- el equipo requiere de aire comprimido a 90 PSI (6 Bar), y alimentación eléctrica de 110 VAC.

Consumo de aire aprox. 150 Litros/minuto.

Consumo de energía eléctrica aprox. 500 watts.

El Precio por la máquina es de **USD \$ 15.600,00** (QUINCE MIL SEIS CIENTOS CON 00/100 DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS) mas el respectivo valor del IVA.

ACCESORIOS COMPLEMENTARIOS:

1) IMPRESORA CODIFICADORA DE TRES FILAS

Descripción.- Máquina impresora de accionamiento por motor eléctrico **acoplable a máquinas empacadoras**, para codificación térmica de cualquier material de empaque, con cinta de impresión de 28 mm.

Codifica en tres líneas la fecha de elaboración, expiración, lote y/o precio de venta al público. Incluye juego de tipos intercambiables.



COSTO (1)

USD \$1.520,00

2) FORMADOR ADICIONAL

Descripción: Formador adicional para **otros pesos** construido en acero inoxidable A304 de acuerdo al ancho de la funda.

COSTO (2):

USD \$ 1.350,00

3) SACUDIDRO POR EXCÉNTRICA (Opcional)+

Descripción.- Equipo vibrador por sistema de excéntrica para sacudir las bolsitas conformadas mientras el producto es alimentado, que ayuda a un mejor llenado.

COSTO (3):

USD \$450,00

4) SISTEMA DE PERFORADO DE FUNDA (Opcional).-

Con sistema perforador de diámetro 8 mm. Para ser colocado en exhibidor.

COSTO (4):

USD \$320,00

- FABRICACIÓN DE REPUESTOS
- SERVICIO DE MANTENIMIENTO
- ASESORIA Y DISEÑO INDUSTRIAL
- CONSTRUCCIÓN DE MAQUINARIA
- AUTOMATIZACIÓN Y MONTAJES



Condiciones Comerciales:

FORMA DE PAGO : 50% a la firma del contrato y 50% contra entrega-recepción del equipo.
TIEMPO DE ENTREGA : 60 días hábiles.
VALIDEZ DE LA OFERTA : 30 días

SERVICIO Y GARANTÍA : El equipo será entregado en la Planta del Cliente, luego de las respectivas pruebas de funcionamiento y capacitación del personal de operación y con la entrega del respectivo manual de instrucciones.

Se entregará además una carta de Garantía Técnica la misma que cubrirá contra posibles fallas o defectos de construcción por el período de DOCE meses.

Opcionalmente ofrecemos nuestro servicio de Mantenimiento Preventivo.

Atentamente,



DIEGO SUAREZ M.
Asesor Comercial

Nota: Los precios indicados no incluyen IVA, ni tampoco acometidas de líneas de aire comprimido ni instalaciones eléctricas hasta la zona de ubicación de la máquina.

Anexo N° 12



**3- CUCHILLO CHULETERO
FORJADO**
(ref.: 01586)

 Envío inmediato

€ 19,10 Euros
(\$ 25,81 USD)

Cantidad



Elegir producto:

3- CUCHILLO CHULETERO ▼

Anexo N° 13



"LA ELEGANCIA DEL MUEBLE"

SOMOS FABRICANTES

www.ofimass.com

DUCHI PINCAY BETTY CAROLINA

SISTEMAS MODULARES PARA OFICINAS
 MANTENIMIENTO A TODO TIPO DE MOBILIARIO
 ESTACIONES DE TRABAJO - BIBLIOTECAS - ARCHIVADORES
 CREDENSAS - COUNTER - DIVISIONES DE AMBIENTES
 Urdesa Central Calle Sexta S/N y Bálamos # 426
 Junto a Lavandería Lava Express
 Telf.: 6010883 * Cels.: 0992451493 - 0983348943

PROFORMA

N° 003071



R.U.C. 0925020604001

FECHA: Guayaquil 27/08/2014 TELÉFONO: _____
 CLIENTE: Universidad Tecnológica de Guayaquil R.U.C.: _____
 DIRECCIÓN: _____ VENDEDOR(A): Cecilia Duen

CANT.	ARTICULO	P. UNITARIO	P. TOTAL
03	escritorio lineales de 1.50 x 0.60 Con cajonera de 3 gavetas y soporte metálico pintura al horno	200.00	600.00
03	sillas secretarias modelo pilot con apoyabrazos en expandible negro	95.00	285.00
03	Archivadores metálicos de 4 Gavetas en color negro pintura al horno	200.00	600.00

2 años de garantía.

FORMA DE PAGO:

BANCO _____ CHEQUE _____ CREDITO _____ DIAS _____

OBSERVACIONES: _____ TIEMPO DE ENTREGA: _____

SON: _____ DOLARES

VTO. BNO. GERENCIA _____ VTO. BNO. VENTAS _____ FIRMA DEL CLIENTE _____

SUB-TOTAL	\$	1485.00
DESCUENTO	\$	
TOTAL USD	\$	
I.V.A. 12% USD	\$	178.20
TOTAL USD	\$	1663.20

NOTA: SALIDA LA MERCADERIA NO SE ACEPTAN DEVOLUCIONES

IMPRESO POR: IMPRENTA Y PUBLICIDAD DUMES TEL.: 240495 * CEL.: 09977846

Anexo N° 14



Grupo **Mavesa**

Inicio

Quiénes Somos

Sobre Hino

Quiero un Hino

Servicios

Contáctanos

Entretención

Promociones

NUEVO HINO CITY

HINO Serie 300

HINO Serie 500

HINO Serie 700

HINO Buses

Quiero un Hino ▶ Cotizador

COTIZADOR VEHÍCULOS



Crédito Directo con **Grupo Mavesa**

Modelo: **Hino City 512**

Precio Contado: **\$ 32.400.00 USD** (incluido IVA)

Entrada: Debe ser mínimo **40%** del precio al contado del vehículo.

Plazo (meses) ▼

Seguro y desgravamen por el primer año: **\$1431.67 USD**



Anexo N° 15



The screenshot displays the website for CARTIMEX SA. The header features the company logo and navigation links: Inicio, Quienes Somos, Nuestra Empresa Ubicación, Directorio, Marcas, and Como ser distribuidor. Below the header is a login section with fields for 'Usuario:' and 'Contraseña:'. A search bar is also present with a 'Marca:' dropdown menu. The main content area shows a product listing for 'COMPUTADOR AIO DELL 2020 CI3-3240-4GB-1TB-20LED-TOUCH-W8'. The product image shows a Dell AIO computer with a monitor displaying the Dell logo. To the right of the image, the product code '20I3TS41TBW8C' is listed, along with the brand 'Marca: DELL', stock status 'Stock: más de 20', and price 'Precio: 832,69'. A 'REGRESAR' button is located below the price. A sidebar on the left lists various product categories: Accesorios, Celulares, Componentes, Computo, Electrónica, Impresión, Monitores, Notebook, Promo, Redes, Seguridad, Software y Juegos, Suministros en General, and Video.

CARTIMEX^{SA}

Inicio Quienes Somos Nuestra Empresa Ubicación Directorio Marcas Como ser distribuidor

Usuario: Contraseña:

Marca: *

COMPUTADOR AIO DELL 2020 CI3-3240-4GB-1TB-20LED-TOUCH-W8
Especificaciones Técnicas del Producto

PDF 

20I3TS41TBW8C
Marca:
DELL
Stock:
más de 20
Precio:
832,69

REGRESAR

COMPUTADOR AIO DELL 2020 CI3-3240-4GB-1TB-20LED-TOUCH-W8

Accesorios
Celulares
Componentes
Computo
Electrónica
Impresión
Monitores
Notebook
Promo
Redes
Seguridad
Software y Juegos
Suministros en General
Video



The power to do more

Inspiron One 20

Especificaciones

- Procesador	Intel® Core™ i3-3240T
- Sistema Operativo	Windows® 8 Consumer
- Memoria	4GB SDRAM DDR3 a 1600MHz
- Gráficos de Video	Intel® HD Graphics para pantalla táctil
- Disco Duro	1TB SATA 3Gb/s a 7200RPM
- Unidad Óptica	8X DVD+/-RW con carga de charola
- Lector Multimedia	8 en 1
- Bluetooth	4.0 (integrado en tarjeta inalámbrica)
- Pantalla	20.2" HD LCD Táctil
- Redes	Ethernet 10/100
- Conectividad Inalámbrica	Dell™ Wireless 1703 802.11b/g/n
- Audio	HD con Waves MaxxAudio® 3 y bocinas internas
- Dispositivo Puntero	Mouse láser USB
- Teclado	Teclado USB
- Webcam	HD (1280x720)
- Alimentación	150W
- Puertos	(2) USB 2.0, RJ-45, Micrófono
- Ancho	506,8 mm (22,32")
- Profundo	66,5 mm (2,6")
- Alto	323 mm (15,6")
- Peso Inicial	8,65kg
- Garantía y Soporte	1 año de Garantía Limitada de Hardware en Centro de Soporte autorizado + 90 días gratis de soporte de software

Software

- Seguridad	Centro de Seguridad McAfee® (15 meses)
- Productividad	Microsoft® Office versión de prueba



Poderoso procesador Intel® Pentium™ ayuda a hacer el trabajo más rápido



Diseño simple que ahorra espacio con solo un cable.



Pantalla 20" HD táctil y gráficos poderosos hacen que lo irreal parezca real.

Anexo N° 16

 Inicio Quienes Somos Nuestra Empresa Ubicación Directorio Marcas Como ser distribuidor

Usuario: Contraseña:

Buscador: Marca: *

- Accesorios
- Celulares
- Componentes
- Computo
- Electrónica
- Impresión
- Monitores
- Notebook
- Promo
- Redes
- Seguridad
- Software y Juegos
- Suministros en General
- Video

IMPRESORA EPSON FX-890 PARALELA USB MATRICIAL

Especificaciones Técnicas del Producto



FX-890
Marca:
EPSON
Stock:
más de 20
Precio:
398,75

[REGRESAR](#)

IMPRESORA EPSON FX-890 PARALELA USB MATRICIAL
IMPRESORA EPSON FX-890 PARALELA USB

Precio no incluye 12% del IVA

Anexo Nº 17

Presupuesto de Nómina

Empresa: Tropical Fruit														
Presupuesto de Nomina														
Proyeccion:	Dic 31, 2015													
Moneda:	US\$													
Colaboradores	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total	
Sueldos	3.080,00	3.080,00	3.080,00	3.080,00	3.080,00	3.080,00	3.080,00	3.080,00	3.080,00	3.080,00	3.080,00	3.080,00	3.080,00	36.960,00
Decimo Tercero	256,67	256,67	256,67	256,67	256,67	256,67	256,67	256,67	256,67	256,67	256,67	256,67	256,67	3.080,00
Decimo Cuarto	141,67	141,67	141,67	141,67	141,67	141,67	141,67	141,67	141,67	141,67	141,67	141,67	141,67	1.700,00
Aportes Patronales	374,22	374,22	374,22	374,22	374,22	374,22	374,22	374,22	374,22	374,22	374,22	374,22	374,22	4.490,64
Fondo de Reserva	256,67	256,67	256,67	256,67	256,67	256,67	256,67	256,67	256,67	256,67	256,67	256,67	256,67	3.080,00
Total Colaboradores	4.109,22	49.310,64												
Mano de Obra Directa	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total	
Sueldos	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	16.320,00
Decimo Tercero	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	1.360,00
Decimo Cuarto	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	1.360,00
Aportes Patronales	165,24	165,24	165,24	165,24	165,24	165,24	165,24	165,24	165,24	165,24	165,24	165,24	165,24	1.982,88
Fondo de Reserva	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	113,33	1.360,00
Total Mano de Obra Dire	1.865,24	22.382,88												
Total Gastos de Personal	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total	
Sueldos	4.440,00	4.440,00	4.440,00	4.440,00	4.440,00	4.440,00	4.440,00	4.440,00	4.440,00	4.440,00	4.440,00	4.440,00	4.440,00	53.280,00
Decimo Tercero	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	4.440,00
Decimo Cuarto	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	3.060,00
Aportes Patronales	539,46	539,46	539,46	539,46	539,46	539,46	539,46	539,46	539,46	539,46	539,46	539,46	539,46	6.473,52
Fondo de Reserva	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	4.440,00
Total Total Gastos de Pe	5.974,46	71.693,52												