



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS**

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE LICOR DE CACAO A HOLANDA ROTTERDAM
EN EL 2016**

Autor:

MORALES LÓPEZ STALIN FERNANDO

Director de Tesis:

ING. PABLO EMILIO BASANTES GARCÉS

Quito, 2016

FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

PROYECTO DE TITULACIÓN


DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	0401626429
APELLIDO Y NOMBRES:	Morales López Stalin Fernando
DIRECCIÓN:	Cotocollao-Diego Vaca y Santa Teresa
EMAIL:	<u>stalindjnr2@gmail.com</u>
TELÉFONO FIJO:	062224416
TELÉFONO MOVIL:	0986811429

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Plan de Exportación de Licor de Cacao a Holanda Rotterdam en el 2016
AUTOR O AUTORES:	Morales López Stalin Fernando
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	22 Enero del 2105
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	Ing. Pablo Basantes Garces
PROGRAMA	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANA
RESUMEN: Mínimo 250 palabras	<p>Holanda es un mercado interesante para el país, no solo porque ya existe relación comercial en productos como las flores, sino también porque el nivel de vida de sus habitantes es más alto que el nuestro, y existe la posibilidad de promocionar productos innovadores y atractivos.</p> <p>Mediante la búsqueda de información se logró determinar que el puerto de Rotterdam, uno de los más reconocidos de Holanda, es una ciudad de mucho comercio, no solo internamente, sino también a otras partes de ese país, e incluso de otros. Existe una demanda potencial insatisfecha respecto de las bebidas alcohólicas conocidas como espirituosas, en las que se encuentra el licor de cacao, y dada la condición de su elaboración artesanal, calidad y presentación,</p>

	<p>proyecta un atractivo para el mercado europeo destino.</p> <p>El proyecto de exportación es básicamente comercial, ya que adquirirá localmente a productores comunitarios el licor de cacao en una botella muy sugestiva, luego de etiquetar y empacar, asegurará el envío directo hasta el puerto destino en Rotterdam, cubriendo los costos, fletes y seguros, por lo que se espera enviar mensualmente a un solo comprador que distribuya el producto en el país de destino. Las estrategias para colocar y mantener el producto son vitales para que el negocio pueda desarrollarse según los estimados propuestos a los largo del presente documento de investigación, cuyo objetivo principal se basa en determinar los aspectos de mercado, técnicos, organizacionales, económicos y financieros principales para la exportación de licor de cacao.</p> <p>En un momento en el que la situación económica del país requiere de ideas que generar nuevas plazas de trabajo, e ingreso de divisas, la idea de exportar un producto elaborado de manera artesanal a un mercado aún no explotado, es una propuesta que puede tener rentabilidad al efectuarse.</p>
PALABRAS CLAVES:	Exportación, licor, Rotterdam, Mercado, Transporte, Comercio
ABSTRACT:	<p>Holland is an interesting time for the country market, not only because there is business relationship in products like flowers, but also because the standard of living of its inhabitants is higher than ours, and the possibility of promoting innovative and attractive products.</p> <p>By seeking information it was determined that the port of Rotterdam, one of the most recognized in the Netherlands, is a city of much trade, not only internally but also to other parts of the country, and even other. There is an unmet respect of alcoholic</p>

	<p>beverages known as spirit, which is cocoa liquor, and given the condition of their craftsmanship, quality and presentation potential demand, projected an attractive destination for the European market.</p> <p>The export project is mainly commercial, since it will acquire locally to Community producers cocoa liquor in a very suggestive bottle after labeling and packaging will ensure the direct delivery to the destination port in Rotterdam, covering costs, freight and insurance, for what is expected to send monthly to a single buyer to distribute the product in the country of destination. Strategies to place and maintain the product are vital for the business to develop as the estimates offered to throughout this research paper, whose main objective is based on determining the market aspects, technical, organizational, economic and financial key to export of cocoa liquor.</p> <p>At a time when the economic situation in the country requires ideas to generate new jobs, and foreign exchange earnings, the idea of exporting a product made using traditional methods to a market that is still untapped, is a proposal that can be profitable to be made.</p>
KEYWORDS	Export, liqueur, Rotterdam, Market, Transport, Commerce

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

f: 
MORALES LÓPEZ STALIN FERNANDO

0401626429

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **MORALES LÓPEZ STALIN FERNANDO**, CI 0401626429 autor del proyecto titulado: **Plan de Exportación de Licor de Cacao a Holanda Rotterdam en el 2016** previo a la obtención del título de **INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANA** en la Universidad Tecnológica Equinoccial.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad Tecnológica Equinoccial a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 10 de junio de 2016

f: 

MORALES LÓPEZ STALIN FERNANDO

0401626429

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Los criterios vertidos en la presente Tesis son de única y exclusiva responsabilidad del autor, asumiendo la responsabilidad de cualquier eventualidad que se pueda desprender de la misma; por la que exime de cualquier compromiso presente o futuro ante cualquier consecuencia a la Universidad Tecnológica Equinoccial.



Morales López Stalin Fernando

C.I.: 0401626429

DECLARACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

Certifico que la Tesis, “PLAN DE EXPORTACIÓN DE LICOR DE CACAO A ROTTERDAM HOLANDA EN 2016”, desarrollada por Stalin Morales ha sido concluida bajo mi dirección.



Ing. Pablo Basantes Garces
Director de Tesis

DEDICATORIA

Esta tesis la dedico a mi Dios, por haberme dado la fuerza necesaria para seguir adelante y no desmayar en los obstáculos que pone la vida en el día a día, por ello mi corazón salta de alegría, el momento tan esperado ha llegado gracias a ti mi Dios.

A mi familia, gracias a ellos estoy donde estoy.

Para mis padres, Ligia López y Jaime Morales por su apoyo, cariño, amor y sobre todo ayuda en los momentos difíciles que siempre estuvieron presentes demostrando una sonrisa, un abrazo, un consejo, valores principios y formando mi carácter para lograr mis objetivos.

A mis hermanos, Vane y Jean Pierre por estar con migo en las buenas y sobre todo en las malas con palabras de aliento para poder cumplir una meta.

“Recuerda que los sueños dan sentido a la vida cuando tiene uno: se busca, se lucha, se persevera, se arriesga, se alcanza y se es feliz... ¡VALE LA PENA SOÑAR! “ **ANÓNIMO**

AGREDECIMIENTOS

A mis padres que han dado todo el esfuerzo para poder culminar esta etapa de mi vida gracias por apoyarme en todo momento, por estar junto a mí cuando más los necesitaba, con mi esfuerzo y el de ellos ahora puedo ser un buen profesional y ser un orgullo para mi familia y para todos los que confiaron en mí.

RESUMEN

Holanda es un mercado interesante para el país, no solo porque ya existe relación comercial en productos como las flores, sino también porque el nivel de vida de sus habitantes es más alto que el nuestro, y existe la posibilidad de promocionar productos innovadores y atractivos.

Mediante la búsqueda de información se logró determinar que el puerto de Rotterdam, uno de los más reconocidos de Holanda, es una ciudad de mucho comercio, no solo internamente, sino también a otras partes de ese país, e incluso de otros. Existe una demanda potencial insatisfecha respecto de las bebidas alcohólicas conocidas como espirituosas, en las que se encuentra el licor de cacao, y dada la condición de su elaboración artesanal, calidad y presentación, proyecta un atractivo para el mercado europeo destino.

El proyecto de exportación es básicamente comercial, ya que adquirirá localmente a productores comunitarios el licor de cacao en una botella muy sugestiva, luego de etiquetar y empaquetar, asegurará el envío directo hasta el puerto destino en Rotterdam, cubriendo los costos, fletes y seguros, por lo que se espera enviar mensualmente a un solo comprador que distribuya el producto en el país de destino. Las estrategias para colocar y mantener el producto son vitales para que el negocio pueda desarrollarse según los estimados propuestos a lo largo del presente documento de investigación, cuyo objetivo principal se basa en determinar los aspectos de mercado, técnicos, organizacionales, económicos y financieros principales para la exportación de licor de cacao.

En un momento en el que la situación económica del país requiere de ideas que generen nuevas plazas de trabajo, e ingreso de divisas, la idea de exportar un producto elaborado de manera artesanal a un mercado aún no explotado, es una propuesta que puede tener rentabilidad al efectuarse.

ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
DECLARACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS	iii
DEDICATORIA	iv
AGREDECIMIENTOS	v
RESUMEN	vi
ÍNDICE.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN	1
1.1 El problema de investigación	1
1.1.1 Problema a investigar.....	1
1.1.2 Objeto de estudio teórico	1
1.1.3 Objeto de estudio práctico	1
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.2.2 Formulación del problema	9
1.2.3 Sistematización del problema	9
1.2.4 Objetivo general.....	9
1.2.5 Objetivos específicos	9
1.2.6 Justificaciones	10
1.3 Marco referencial	11
1.3.1 Marco teórico	11
CAPÍTULO 2 MÉTODO	20
2.1 Metodología general.....	20
2.1.1 Nivel de estudio	20
2.1.2 Modalidad de investigación	20
2.1.3 Método	20

2.1.4	Población y muestra	21
2.1.5	Selección de instrumentos.....	21
2.1.6	Procesamiento de datos	21
2.2	Metodología específica	22
CAPÍTULO 3 RESULTADOS		25
3.1	Resultados objetivo 1: Efectuar el estudio de mercado del plan de exportación de licor de cacao a Rotterdam – Holanda en el 2016 para determinar la demanda y oferta. 25	
3.1.1	Segmentación del mercado	25
3.1.2	Determinación de la demanda.....	26
3.1.3	Determinación de la oferta.....	28
3.1.4	Demanda insatisfecha	30
3.2	Resultados objetivo 2: Desarrollar un estudio técnico del plan de exportación de licor de cacao.....	30
3.2.1	Tamaño del negocio (oferta exportable).....	31
3.2.2	Capacidad contenedor	31
3.2.3	Producción	33
3.2.4	Localización del proyecto	33
3.2.5	Proceso operativo.....	35
3.2.6	Distribución de las instalaciones.....	36
3.2.7	Recursos requeridos	37
3.2.8	Talento humano	39
3.2.9	Creación de la empresa	40
3.2.10	Direccionamiento estratégico.....	44
3.3	Resultados objetivo 3: Definir la estrategia de ingreso al mercado holandés... 45	
3.3.1	Estrategias de producto	45
3.3.2	Estrategias de canal.....	46
3.3.3	Estrategias de precio	47

3.3.4 Estrategias de promoción	47
3.4 Resultados objetivo 4: Determinar la cadena logística para el plan de exportación de licor de cacao a Rotterdam Holanda.....	48
3.4.1 Tipo de carga.....	48
3.4.2 Tipo de exportación	49
3.4.3 INCOTERM CIF	49
3.4.4 Requisitos para exportar	50
3.4.5 Proceso de exportación	55
3.4.6 Costos de exportación	59
3.5 Resultados objetivo 5: Efectuar un análisis económico y financiero del proyecto. 60	
3.5.1 Inversión inicial	60
3.5.2 Operación.....	62
3.5.3 Evaluación financiera.....	69
CAPÍTULO 4 DISCUSIÓN	73
4.1 Conclusiones	73
4.2 Recomendaciones.....	74
BIBLIOGRAFÍA	76
ANEXOS	79
Anexo A: Proyección con el método Mínimos cuadrados	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Exportaciones de Ecuador a Holanda año 2013-2015, miles de dólares	4
Tabla 2. Importaciones de Holanda años, 2013- 2015, miles de dólares	6
Tabla 3. Exportaciones de bebidas alcohólicas desde Ecuador al resto del mundo, años 2012-2014, miles de dólares	6
Tabla 4. Relación comercial entre Ecuador y Holanda entre 2010 y 2015, miles de dólares	7
Tabla 5. Componentes y Fases de Planificación de un Proyecto de exportación	13
Tabla 6. Balanza Comercial Ecuador-Países Bajos 2007-2011 (FOB miles de dólares).....	15
Tabla 7. Panorama macroeconómico	16
Tabla 8. Infraestructura holandesa	17
Tabla 9. Segmentación de mercado.....	26
Tabla 10. Partida arancelaria.....	26
Tabla 11. Importaciones de Holanda, partida 22089056, toneladas	27
Tabla 12. Exportaciones de Holanda, partida 22089056, toneladas.	27
Tabla 13. Consumo Aparente de Rotterdam	28
Tabla 14. Cálculo del consumo actual	29
Tabla 15. Proyección del consumo actual	29
Tabla 16. Demanda potencial insatisfecha.....	30
Tabla 17. Oferta del proyecto.....	31
Tabla 18. Cantidad y peso de ventas de 5 años, cantidad de unidades.	33
Tabla 19. Matriz de localización	34
Tabla 20. Recursos materiales requeridos.....	38
Tabla 21. Accesorios requeridos	39
Tabla 22. Cálculo de sueldos del personal	40
Tabla 23. Gastos de constitución.....	41
Tabla 24. Gastos pre operativos	42
Tabla 25. Costos y responsabilidades para el comprador y vendedor según INCOTERM CIF.....	50
Tabla 26. Reglas de embalaje y etiquetado en los Países Bajos	51
Tabla 27. Costos de exportación, US Dólar	59
Tabla 28. Inversión Inicial, US Dólar	60

Tabla 29. Bienes requeridos, US Dólar	60
Tabla 30. Capital de trabajo, US Dólar	61
Tabla 31. Fuentes y usos, US Dólar	62
Tabla 32. Tabla de amortización resumida anualmente, US Dólar	62
Tabla 33. Ingresos proyectados, US Dólar	63
Tabla 34. Costos del primero año, US Dólar	63
Tabla 35. Producto a exportar, unidades y valor US Dólar.....	63
Tabla 36. Mano de Obra directa, US Dólar.....	63
Tabla 37. Costos indirectos de operación, US Dólar	64
Tabla 38. Insumos indirectos, US Dólar	64
Tabla 39. Depreciación, US Dólar	64
Tabla 40. Mantenimiento Activos fijos, US Dólar.....	64
Tabla 41. Seguros activos fijos, US Dólar	65
Tabla 42. Valor inventarios, US Dólar.....	65
Tabla 43. Gastos administrativos, US Dólar	65
Tabla 44. Gastos de ventas, US Dólar.....	65
Tabla 45. Gastos financieros, US Dólar.....	66
Tabla 46. Servicios básicos, US Dólar	66
Tabla 47. Viajes y publicidad, US Dólar	66
Tabla 48. Suministros oficina, US Dólar	66
Tabla 49. Egresos proyectados, US Dólar.....	67
Tabla 50. Proyección de resultados, US Dólar.....	68
Tabla 51. Punto de equilibrio proyectado, US Dólar	69
Tabla 52. Punto de equilibrio, US Dólar	70
Tabla 53. Valor actual neto, US Dólar	71
Tabla 54. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno	71
Tabla 55. Período de recuperación de la inversión	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación de Rotterdam en relación con Europa	2
Figura 2. Puerto de Rotterdam	18
Figura 3. Contenedor de 20 pies.....	32
Figura 4. Área de localización óptima del proyecto.....	34
Figura 5. Proceso operativo.....	35
Figura 6. Distribución de las instalaciones.....	36
Figura 7. Organigrama estructural	39
Figura 8. Etiqueta del producto	53
Figura 9. Envasado del producto.....	53
Figura 10. Empacado del producto	54
Figura 11. Embalaje del producto	54
Figura 12. Proceso general de exportación	56
Figura 13. Ruta Tumbaco Guayaquil, 428 km	57
Figura 14. Ruta Guayaquil - Balboa.....	58
Figura 15. Balboa (Panamá)- Manzanillo (Panamá).....	58
Figura 16. Manzanillo (Panamá) – Santa Marta	58
Figura 17. Santa Marta – Rotterdam	59
Figura 18. Punto de equilibrio.....	69

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1 El problema de investigación

1.1.1 Problema a investigar

El mercado holandés es uno de los más destacados en Europa debido a sus gobernantes y su estabilidad económica que tiene en la actualidad, hoy en día el Ecuador se propone nuevas metas y una de ellas es la búsqueda de nuevos mercados extranjeros para productos no tradicionales (bienes y servicios), por tal motivo se realiza el presente trabajo que tiene como objeto elaborar un plan de exportación de licor de cacao a Rotterdam Holanda en el 2016, ya que no existe un estudio y además forma parte de los productos no tradicionales.

1.1.2 Objeto de estudio teórico

Para realizar la respectiva investigación es necesario utilizar un plan de negocios en el cual plasma todas las ideas y características planteadas, en el mismo se encuentran datos del proceso para la exportación, al igual que será evaluado por el inversionista o comparador, de esta manera permitirá tomar decisiones importantes para una empresas.

Un plan de negocios de exportación es una fuerte herramienta para comercializar en el exterior, que necesariamente se debe entender antes de realizar cualquier operación de comercio internacional, pues le permite al empresario identificar la demanda insatisfecha, antes de iniciar el proyecto, de esta manera sabrá si es conveniente realizarlo.

1.1.3 Objeto de estudio práctico

1.- **Licor de Cacao.**- es un producto comunitario, contiene alcohol orgánico y está elaborado por una MIPYME¹ comunitaria de pequeñas fincas en Ecuador rural. Se elabora a

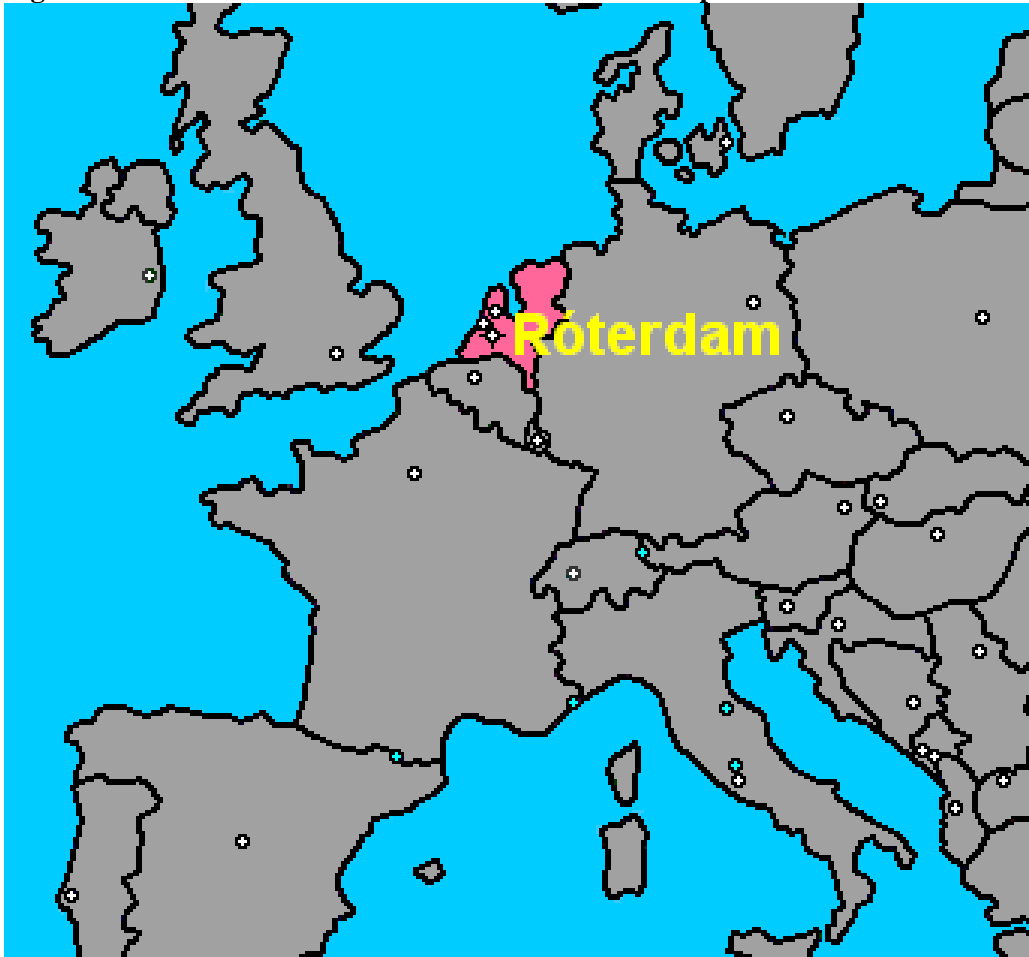
¹ MIPYME: Micro, pequeña y mediana empresa.

través de una maceración de cacao² y de otro grupo de pequeños productores ecuatorianos se le agrega el alcohol.

2.-Rotterdam Holanda.- Ciudad de Holanda, a su vez perteneciente a los Países Bajos, que está ubicada al oeste, tiene 610.412 habitantes, se encuentra a 30km del mar con una superficie de 319,4km², considerada una ciudad reconocida de Europa ya que en ella se sitúa unos de los puertos más importantes de ese continente, por la cantidad de mercancías registradas a diario y por ser pionero en la dinámica de la logística y la industria según el sitio web (Port of Rotterdam, 2013).

En la figura 1 se puede observar a Holanda pintada de color rosa, y la ubicación de Rotterdam señalada por una estrella de cuatro puntas:

Figura 1. Ubicación de Rotterdam en relación con Europa



Fuente: (Luventicus, 2014)

La economía holandesa es muy fluida y con un gran intercambio comercial por el puerto de Rotterdam y Ámsterdam, de esta manera tiende a ser una de las economías más estables

² La materia prima del chocolate.

que existe en Europa debido a sus gobernantes, tal motivo ha permitido el incremento de su salario básico en el 2015 a 1,502 euros por mes; total anual 18,024 euros. Este nuevo incremento salarial representa más de 16 euros por mes o 192 euros anuales según la información publicada en el sitio web (Press, 2015).

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El problema parte del hecho de que en las exportaciones desde Ecuador hacia Holanda no se han incluido bebidas alcohólicas, ni productos no tradicionales novedosos y artesanales que potencien la producción local en otros países del continente Europeo. El licor de cacao es una opción no tradicional, que potenciaría la promoción de productos elaborados nacionalmente en el exterior, y que a más de pretender generar ingresos, también podría generar plazas de empleo y un impacto positivo en la economía ecuatoriana. Holanda es un país con buenas características para el consumo de productos nuevos con especificaciones artesanales, ya que muestra un alto nivel de vida de sus habitantes; en ese contexto, el estudio propone el llevar el producto hasta Rotterdam, que es un puerto importante no solo para Holanda, sino también para Europa, con lo que se promocionaría el producto en dicho continente.

Desde esta premisa, el revisar los aspectos generales de mercado, técnicos, económicos y financieros del plan son de vital importancia para conocer la rentabilidad, factibilidad y viabilidad de la idea planteada.

1.2.1.1 Diagnóstico del problema

Los Países Bajos son la quinta potencia económica europea y el quinto exportador mundial de mercancía. El país ha sido afectado especialmente por la crisis internacional y la crisis de la zona euro debido a su dependencia del comercio exterior. El crecimiento económico neerlandés, negativo en 2013 debido a la debilidad de la demanda interna, ha experimentado un tímido repunte en 2014 (0,6%) gracias a las inversiones y el gasto público. Según las previsiones, el crecimiento podría llegar a 1,4% en 2015. (Bank, 2015).

En cuanto a superficie y tamaño de población, Holanda no es un de los países más grandes que existe con una superficie de 41.500 Km², con una población de 16.864.000 ocupando las

posiciones 133 y 61 del crecimiento de población y territorio respectivamente en la lista mundial, según el sitio web (Datosmacro, 2014).

La distancia geográfica que existe entre Quito - Ecuador y Rotterdam - Holanda es de 9.723,50 km en línea recta³.

En cuanto al crecimiento económico, el Producto Interno Bruto (PIB) per cápita es un muy buen indicador de la calidad de vida y en el caso de Holanda en 2014, fue de 39.300€ euros, lo que ubica a este país en el puesto 15 del ranking mundial que consta de 195 países, lo que sustenta que los habitantes de Holanda tienen un buen nivel de vida. (Datosmacro, 2014)

Como parte de la relación comercial entre Ecuador y Holanda, el siguiente cuadro presenta las exportaciones del año 2013 al 2015 en dólar americano:

Tabla 1. Exportaciones de Ecuador a Holanda año 2013-2015, miles de dólares

Código del producto	Descripción del producto	Países Bajos importa desde Ecuador			Participación de Ecuador en las importaciones de Holanda (año 2015)
		Valor en 2013	Valor en 2014	Valor en 2015	
TOTAL	Todos los productos	362.190	415.194	467.784	0,09%
'06	Plantas vivas y productos de la floricultura	87.106	110.158	152.216	6,61%
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	57.499	59.726	85.678	1,30%
'16	Preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos, de moluscos..	100.458	108.650	77.609	4,60%
'20	Prep. de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plantas.	44.535	61.942	67.288	1,97%
'18	Cacao y sus preparaciones	22.757	30.876	49.358	1,17%
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	8.464	11.130	17.899	0,63%
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	30.322	20.643	7.163	0,15%
'21	Preparaciones alimenticias diversas	2.524	2.130	2.305	0,11%
'72	Fundición, hierro y acero	2.173	1.974	1.548	0,02%
'07	Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	296	628	1.388	0,06%
'33	Aceites esenciales y resinoides; prep. de perfumería, de tocador	374	1.107	1.136	0,04%
'09	Café, té, yerba mate y especias	29	129	641	0,04%
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas,	258			0,00%

³ Según los datos consultados en el sitio web: <http://es.distance.to/Quito/Rotterdam>.

Código del producto	Descripción del producto	Países Bajos importa desde Ecuador			Participación de Ecuador en las importaciones de Holanda (año 2015)
		Valor en 2013	Valor en 2014	Valor en 2015	
	aparatos y artefactos mecánicos.		581	484	
'85	Máquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	183	51	446	0,00%
'11	Productos de la molinera; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	623	771	405	0,05%
'24	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	786	1.224	387	0,03%
'44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	66	144	234	0,01%
'42	Manuf.de cuero; articul.de guarnicionería, talabartería, viaje....	3	97	233	0,01%
'10	Cereales		217	205	0,01%
'40	Caucho y manufacturas de caucho	-	357	200	0,00%
'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	210	355	176	0,06%
'22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre				0,00%

Fuente: Trademap.com

Elaborado por: Stalin Morales

Como se observa en la Tabla 1, la participación de las exportaciones de Ecuador a Holanda tienen una intervención del 0.09%, y en lo relacionado con bebida, líquidos alcohólicos y vinagre presenta un 0% en el año revisado.

Ecuador exportó en el 2013 un total de \$467,784 dólares en distintos productos que son elaborados en el país, entre ellos se destacan las plantas vivas y productos de floricultura con cerca de \$ 152,216.00, frutos comestibles, cortezas de agrios o melones con \$ 85,678.00, preparaciones de carne, de pescado, crustáceos o moluscos, con \$77,609.00, preparaciones de legumbres, hortalizas, frutos o de toras partes de plantas con \$ 67,288.00 y cacao y sus preparaciones con \$ 49,358.00. El resto de partidas arancelarias oscilan entre \$18,000.00 y \$400.00.

Por otro lado, las importaciones en miles de dólares que realiza Holanda de bebidas alcohólicas se reflejan en la siguiente tabla:

Tabla 2. Importaciones de Holanda años, 2013- 2015, miles de dólares

Exportadores	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015	% en las importaciones (según 2015)
Mundo	725.190	765.180	608.709	
Reino Unido	184.292	176.501	125.306	20,6%
Alemania	183.225	180.880	114.803	18,9%
Francia	86.005	76.228	51.973	8,5%
Bélgica	28.154	55.390	49.246	8,1%
Estados Unidos de América	39.403	40.343	41.334	6,8%
España	35.922	37.785	34.855	5,7%
Panamá	20.315	19.796	16.165	2,7%
Japón	117	1.035	11.077	1,8%
Irlanda	12.165	11.310	9.691	1,6%
Chipre	25.365	14.145	9.534	1,6%
Italia	19.552	18.535	8.354	1,4%

Fuente: Trademap.com

Elaborado por: Stalin Morales

Según la Tabla 2, el principal país proveedor de licores a Holanda es Reino Unido con \$125,306.00 que representa cerca del 20% de las importaciones totales de este tipo de productos. Le sigue Alemania con \$ 114,803.00 y Francia con \$ 51,973.00, que abarcan el 18.9% y 8.5% respectivamente. Es decir que Ecuador no consta como uno de los países más representativos en ventas a Holanda de bebidas alcohólicas.

Tabla 3. Exportaciones de bebidas alcohólicas desde Ecuador al resto del mundo, años 2012-2014, miles de dólares

Importadores	Valor exportada en 2012	Valor exportada en 2013	Valor exportada en 2014	% en las exportaciones (
Mundo	2.766	1.150	532	
Estados Unidos de América	517	108	413	77,63%
Costa Rica	-	-	60	11,28%
Italia	50	-	24	4,51%
Chile	215	302	21	3,95%
Colombia	2	27	13	2,44%
China	-	-	-	0,00%
Francia	5	-	-	0,00%
Alemania	21	-	-	0,00%
México	-	-	-	0,00%
Panamá	1.781	25	-	0,00%
Perú	175	689	-	0,00%
España	-	-	-	0,00%
Reino Unido	-	-	-	0,00%

Fuente: Trademap.com

Elaborado por: Stalin Morales

Ecuador exportó bebidas alcohólicas en el 2014 únicamente a cinco países siendo todos del continente americano con un total de \$ 532.00, que sufrió una disminución de acuerdo con los

\$1,150 dólares exportados durante el año 2013, lo cual representa el todo el mundo en un 0% de la exportaciones en este tipo de producto, ubicándolo en el puesto 131.

Como se puede apreciar en las anteriores tablas, Holanda cada vez incrementa su importación sobre los licores, y referente a la exportación de licor de Ecuador a Holanda, es nulo, lo cual permite abrir un nuevo mercado mediante un estudio, y que de mejor manera la de aplicar un plan de negocios de exportación a Holanda.

Una de las principales causas que no permite a nuevos empresarios ecuatorianos que expandan el mercado es la falta de promocionar productos novedosos elaborados en este país a diferentes mercados internacionales.

El intercambio comercial que existe entre Ecuador y Holanda ha sido muy favorable en años anteriores teniendo una balanza comercial positiva para el país, la cual presentó los mejores valores durante los años 2015 y 2012 lo que permitiría pensar que para los próximos años esta tendencia al crecimiento se mantenga debido a las diferentes medidas que el gobierno ecuatoriano ha aplicado para incentivar las exportaciones, a la vez que las medidas proteccionistas han reducido las importaciones.

Tabla 4. Relación comercial entre Ecuador y Holanda entre 2010 y 2015, miles de dólares

AÑO	Exportaciones desde Ecuador a Países Bajos	Importaciones a Ecuador desde países bajos	Saldo Comercial para Ecuador
2010	246.991	120.908	126.083
2011	260.308	183.553	76.755
2012	351.560	174.063	177.497
2013	362.190	236.368	125.822
2014	415.194	287.658	127.536
2015	467.784	184.443	283.341

Fuente: Trademap.com

Elaborado por: Stalin Morales

En función de los datos investigados, y con referencia a las tablas presentadas, se puede verificar que no existen exportaciones de bebidas alcohólicas desde Ecuador hacia Holanda, entre las que se incluye el licor de cacao, objeto del presente estudio.

Esto puede deberse principalmente a que el licor de cacao producido en Ecuador no es un producto con larga trayectoria internacional, el cual se tiene que promocionar para así lograr

una mayor demanda a nivel mundial, y justamente este estudio pretende buscar una opción de promoción y exportación del producto hasta un país de alto consumo en Europa.

1.2.1.2 Pronóstico del problema

Al no realizar el estudio de un plan de negocios para la exportación de licor de cacao al mercado Holandés, el país no optaría por una oportunidad de ampliar el mercado internacional, ya que se considera a Holanda como un potente consumidor y sobre todo no aportaría a la economía del país.

La falta de conocimiento en mercados internacionales de productos elaborados en Ecuador, tiene como consecuencia principal el no generar más clientes, es decir el que no se potencie la demanda internacional de productos que pueden ser muy atractivos en diferentes mercados, sobre todo ahora los productos no tradicionales, que aparte de ser novedosos son también manufacturados de una manera artesanal.

El dejar de verificar nuevas opciones de exportación, equivale a no buscar nuevas fuentes de ingreso de divisas para el país, lo cual también afecta al empleo, consumo y por ende a la economía ecuatoriana.

1.2.1.3 Control del problema

Al ingresar el licor de cacao al mercado Holandés permitiría nuevas fuentes de empleo y mayor experiencia en mercados internacionales, potenciando el promocionar nuevos productos elaborados en Ecuador y con el tiempo poder optar de una ventaja competitiva que incentivará a las industrias locales, las que a su vez estimularán a los productores a la siembra de la materia prima, existiendo una mayor demanda en mercados internacionales, permitiendo el aprovechamiento de los recursos naturales existentes en nuestro país y el incentivo por parte del estado.

1.2.2 Formulación del problema

¿Cómo debería estructurarse un plan para exportación de licor de cacao a Holanda Rotterdam en el 2016?

1.2.3 Sistematización del problema

- ¿Cómo efectuar el estudio de mercado para plan de exportación de licor de cacao a Rotterdam Holanda en el 2016?
- ¿Cómo desarrollar un estudio técnico del plan de exportación de licor de cacao a Rotterdam Holanda en el 2016?
- ¿Cómo definir la estrategia de ingreso mercado holandés para el licor de cacao?
- ¿Cuál será la cadena logística para el plan de exportación de licor de cacao a Rotterdam- Holanda?
- ¿Cómo se debería efectuar un estudio económico y financiero para la exportación de licor de cacao a Rotterdam Holanda en el 2016?

1.2.4 Objetivo general

Determinar cómo debería estructurarse un plan de negocios para la exportación de licor de cacao a Holanda Rotterdam en el 2016.

1.2.5 Objetivos específicos

- 1) Efectuar el estudio de mercado del plan de exportación de licor de cacao a Rotterdam – Holanda en el 2016 para determinar la demanda y oferta.
- 2) Desarrollar un estudio técnico del plan de exportación de licor de cacao.
- 3) Definir la estrategia de ingreso al mercado holandés.
- 4) Determinar la cadena logística para el plan de exportación de licor de cacao a Rotterdam Holanda.
- 5) Efectuar un análisis económico y financiero del proyecto.

1.2.6 Justificaciones

El Ecuador es un país dedicado en su gran mayoría a la agricultura y a la ganadería; sin embargo, no es aprovechado al máximo por distintos factores, por este motivo el país está fomentando políticas favorables para el sector agropecuario y agroindustrial, para lo cual es preciso capacitar al productor agropecuario y al empresario para la obtención de una mejor calidad de un producto.

El plan de exportación de licor de cacao a Holanda - Rotterdam permitirá que las pequeñas y medianas empresas se incorporen al comercio exterior, a una cadena de valor más amplia, aprovechando las oportunidades que ofrece el mercado internacional, dentro de ello se encuentra la producción nacional y comercialización de licor de cacao.

El proyecto aportará a la sociedad e instituciones ya establecidas de pequeños agricultores dedicados a la siembra y cosecha del cacao y caña de azúcar de la misma manera a los pequeños empresarios dedicados a procesar el licor de cacao, la oportunidad de emprender en una nueva empresa en procedimientos industriales con el respectivo estudio de factibilidad viable para así poder cumplir con los objetivos propuestos.

Por lo tanto el aporte que se da en esta investigación es práctico, dado que responde a la realidad socioeconómica del entorno que se va a desarrollar el proyecto.

Por otra parte, el plan de exportación de licor de cacao va conjuntamente con los objetos establecidos en la matriz productiva:

- **Objetivo (s) Plan Nacional para el Buen Vivir**
10 Impulsar la transformación de la matriz productiva
- **Política (s) Plan Nacional para el Buen Vivir**
10.1 Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional
10.4 Impulsar la producción y la productividad de forma sostenible y sustentable, (...)
- **Lineamiento (s) Plan Nacional para el Buen Vivir**
10.1. c. Consolidar la transformación productiva de los sectores (...)
10.4. c. impulsar la experiencia local, el desarrollo y acceso al conocimiento, (...)

- **Línea de investigación de carrera**
Internacionalización de las empresas ecuatorianas
- **Sub línea (s) de investigación de carrera (en caso de existir)**
Promoción de exportaciones de productos no tradicionales (bienes y servicios) y agregación de valor a los tradicionales.

1.3 Marco referencial

1.3.1 Marco teórico

1.3.1.1 Plan de negocios para exportación

Hernández (2000, pág. 91) sostiene que “Es el documento que guía el esfuerzo exportador de cualquier empresa, el cual le dice hacia dónde debe ir y como llegar al mercado internacional.”

Barreno (2004, pág. 7) sostiene que “Un plan de negocios es un conjunto de actividades reunidas en un documento, las que se le asigna recursos para producir un bien o un servicio útiles al ser humano o a la sociedad con el fin de obtener rentabilidad”.

Un plan de exportaciones un instrumento que permite realizar un conjunto de actividades en un determinado tiempo, el mismo que permitirá distinguir un mercado internacional, dándonos a conocer nuevas metas y la distribución física internacional que será utilizada.

Elementos a identificar para realizar un plan de exportación:

- Mercado y tamaño (Investigación de mercado)

Se refiere a la determinación del tamaño del mercado medido en término de unidades que potencialmente podrían venderse de acuerdo a las necesidades insatisfechas del mercado (Demanda – Oferta), o a partir de su consumo aparente (Importaciones + producción – exportaciones). De esta manera se cuantifica el tamaño del mercado de acuerdo a la cantidad

de la población perteneciente a al sector a donde se enfoca el proyecto, siempre y cuando exista una demanda insatisfecha.

- Estudio Técnico:

Una vez que se ha determinado la demanda insatisfecha total se establece el porcentaje de dicha demanda que se pretende cubrir con el proyecto de exportación. En este tamaño del proyecto influye la disponibilidad de insumos, materias primas o inclusive producto terminado según la empresa sea productora exportadora, o netamente exportadora. También los recursos humanos, técnicos y materiales necesarios. En el estudio técnico se establece claramente cómo funcionará el ámbito operativo del proyecto, es decir, dentro de la empresa hasta que el producto está listo para iniciar el proceso de exportación.

- Estudio Logístico

El estudio logístico implica que se puedan determinar todos los pasos, etapas, recursos y requerimientos necesarios para que el producto llegue a su destino, y por ende, los costos generados en este proceso. Se determina en este punto, el tipo de transporte, empaque y embalaje necesario, como también se definen los límites sobre la responsabilidad y gastos generados durante la exportación. Estos límites son acordados mediante el INCOTERM previamente aceptado por el cliente.

- Evaluación financiera

Consiste en la evaluación a partir de los ingresos y egresos proyectados, considerando todos los gastos que se generan en los estudios de mercado, técnico y logístico. Como resultado de este estudio se obtendrá información interpretable para la toma de decisiones, comúnmente esta información se obtiene mediante indicadores financieros como la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Valor Actual Neto (VAN) y el Período de retorno de la inversión (PRI), como los más comunes.

1.3.1.2 Planificación de un proyecto

Barreno (2004, pág. 7) sostiene que “La planificación de la ejecución de un proyecto se trata de resolver cualitativamente el problema de la secuenciación e interrelación de las actividades del proyecto, analizando alternativas que pueden ser viables”.

La planificación nos permite determinar objetivos, asignación y programación recursos, el mismo que nos permite minimizar riesgos, el mismo que permite elevar el éxito de una organización.

Tabla 5. Componentes y Fases de Planificación de un Proyecto de exportación

Fases de Planificación	Componentes
Conceptualización del problema de investigación	Definición y justificación del problema Estado de los conocimientos Marco o Modelo Teórico Hipótesis y Objetivos
Elección de una metodología de investigación	Tipo de diseño de Estudio
Planificación Operativa	
<ul style="list-style-type: none"> Determinación de la demanda insatisfecha 	Segmentación del mercado Cálculo de la demanda Cálculo de la oferta Cálculo del consumo aparente
<ul style="list-style-type: none"> Planteamiento de estrategias de mercado 	Estrategias de producto Estrategias de canal Estrategias de precio Estrategias de promoción
<ul style="list-style-type: none"> Establecimiento de parámetros técnicos 	Determinación del tamaño del proyecto Localización del proyecto Proceso operativo Distribución de las instalaciones Recursos requeridos Talento Humano Creación de la empresa Direccionamiento estratégico
<ul style="list-style-type: none"> Logística de exportación 	Tipo de exportación Requisitos para exportar Proceso de exportación Costo de exportación

Fases de Planificación	Componentes
<ul style="list-style-type: none"> Evaluación económico financiera 	Determinación de ingresos y egresos Proyección de resultados Evaluación financiera

Fuente: Adaptado de Coss (2005)

1.3.1.3 Logística Internacional

Ruiz, Rebollo y Morato (2005) sostienen que “es una relación de forma directa con todas las actividades de una empresa” (pág. 9).

El un conjunto de conocimientos, técnicas, métodos y procedimientos que permiten aplicar al momento de transportar un producto de un lugar a otro, tratando de optimizar recursos y tiempo los mismos que son favorable para una organización, vendedor y un consumidor. El conocer la forma en la que opera la logística internacional, asegura que el proyecto considere tiempos, recursos y costos para calcular las proyecciones del plan.

1.3.1.4 Marketing internacional

“Es el conjunto de conocimientos que tiene como fin promover y facilitar los procesos de intercambio de bienes, servicios, ideas y valores entre oferentes y demandantes de dos o más países para satisfacer las necesidades de los consumidores.” (Kirchner & Márquez, 2010, pág. 7).

Otro elemento relevante para el éxito de un plan de exportación, es el establecer adecuadamente el esquema de mercadeo del proyecto, con el cual se debe trazar estrategias desde el enfoque del consumidor al cual se piensa enviar el producto.

1.3.1.5 Producción exportable

“Es la cantidad de productos que, por exceder a la demanda interna o por haber sido producido especialmente para el mercado externo, se dedica a la exportación.” (Ruiz, Rebollo, & Morato, 2005, pág. 92)

De manera general, una vez que se ha cubierto el mercado local, se piensa en exportar el excedente; esta premisa se utiliza con mayor frecuencia en productos tradicionales. Sin embargo, en lo que respecta a productos no tradicionales, y sobre todo a nuevas ideas, se los trata de colocar en el mercado internacional, como una alternativa al mercado local.

1.3.1.6 El Comercio Entre Ecuador y Holanda

La última crisis mundial apareció en el segundo semestre del 2008 y no se ha terminado todavía. Existe una ligera recuperación en el 2010 pero las condiciones negativas recrudecen en el 2011 de tal manera que se puede afirmar que la crisis como tal no ha tocado fondo en el mundo y por ende en Europa Occidental. Actualmente, este último continente aparece como el “epicentro” de la crisis.

Tabla 6. Balanza Comercial Ecuador-Países Bajos 2007-2011 (FOB miles de dólares)

	2007	2008	2009	2010	2011
Exportaciones	261,697	272,022	303,894	331,554	348,941
Importaciones	153,298	130,889	145,117	124,493	220,334
Balanza Comercial	108,399	141,134	158,777	207,060	128,607
Porcentaje cambio anual		0,30	0,13	0,30	-0,38
Porcentaje cambio 2007-2011	18,64%				

Fuente: Banco Central de Ecuador, 2012

Las exportaciones del Ecuador a los Países Bajos muestran un crecimiento de cerca de 261 millones de dólares USA hasta cerca de 348 millones (ver Tabla 1 y Figura1). En contrapartida, se puede constatar que las importaciones desde los Países Bajos al Ecuador se mantienen entre 124 y alrededor de 220 millones de dólares USA en el 2011.

1.3.1.7 Acuerdos comerciales entre Ecuador y Holanda

De acuerdo con información de PROECUADOR (2014) los Países Bajos aplican, al igual que el resto de la Unión Europea, los acuerdos de comercio preferencial. En específico se trata del:

- Sistema global de Preferencias Comerciales entre los países en desarrollo (SGPC).

Con este acuerdo el Ecuador, entre muchos otros países, tienen la posibilidad de exportar productos con preferencias arancelarias, que pueden desde una reducción en el arancel a determinados productos, hasta un arancel de 0.

1.3.1.8 La Economía holandesa

Los Países Bajos es un país atractivo para hacer negocios, ya que proporciona una ubicación estratégica, tanto para las empresas locales como extranjeras, para servir a los mercados dentro de Europa, Oriente Medio y África (región EMEA). La posición geográfica central y la infraestructura bien organizada holandesa o son algunas de las razones por las cuales muchas empresas extranjeras han establecido un negocio en los Países Bajos.

Tabla 7. Panorama macroeconómico

Holanda Países Bajos

Jefe del Estado	Reina Beatrix
Forma de Gobierno	Monarquía constitucional / democracia parlamentaria
Capital	Ámsterdam
Sede del gobierno	La Haya
Superficie	41,543 km ² 16,039 mi ²
Ubicación	Europa Occidental, el Mar del Norte, frontera con Bélgica y Alemania
Clima	Marítimo templado
Temperaturas	14oC/57oF (Verano) 6° C/43oF (Invierno)
Población	16,670,701 (Marzo 2011)
Densidad de Población	493/km ² (Marzo 2011)
Fuerza de Trabajo	8,761,000 (2010)
Idiomas	Holandés y Frisón (Sólo en la provincial de Frisia)
Inglés	85% de la población
Desarrollo Económico	2.5% (Q4 2010)
Inflación	2.0 % (Marzo 2011)
La tasa de desempleo, sin tomar en cuenta la estación del año	5,1%de la fuerza laboral total (marzo de 2011)
Más importantes destinos de las exportaciones	Alemania, Bélgica, el Reino Unido y Francia (Europa 82%)

Elaborado: Ministerio de Relaciones Exteriores Comercio e Integración, Embajada de Ecuador en Holanda

1.3.1.9 Logística Holandesa

Debido a su ubicación e infraestructura bien desarrollada y su gran oferta de servicios de transporte, los Países Bajos se consideran la mejor puerta de entrada para ingresar en el mercado europeo. Muchas empresas internacionales y nacionales se benefician de los

múltiples medios de transporte que los Países Bajos ofrecen a fin de ingresar en otros mercados europeos.

1.3.1.10 El Puerto de Rotterdam

Rotterdam es uno de los principales puertos de Europa y una ciudad que actúa como centro interno de más de 360 millones de consumidores dentro de un radio de 500 kilómetros, y aproximadamente 500 millones de consumidores en Europa. Desde Rotterdam se puede ingresar a Europa a través de cinco modos competitivos de medios de transporte: carretera, ferrocarril, transporte fluvial, transporte marítimo y por conductos. Debido a su ubicación se puede llegar en menos de 24 horas a todas las industrias y centros económicos importantes de Europa Occidental. Rotterdam se encuentra estratégicamente situada en el Mar del Norte. Se puede acceder al puerto sin restricciones 24 horas al día, siete días a la semana. Los buques siempre pueden ingresar y salir del puerto con seguridad y sin la molestia de esclusas, y con el apoyo de los mejores proveedores de servicios náuticos (Bajos E. d., 2011, pág. 54).

Tabla 8. Infraestructura holandesa

Carreteras	135.470 km de carreteras, de los cuales 2.360 km son autopistas.
Ferrocarriles	2.809 km, de los cuales más de dos tercios es eléctrico
Viaductos	5.046 km, de los cuales más del 75% son canales. 6.215 km (navegables por barcos de 50 toneladas) (2007)
Gasoductos y oleoductos	Alrededor de 18.000 km. 3.816 km de gas, 365km de petróleo y 716 km de productos refinados (2008)
Puertos marítimos	Existen 15 puertos marítimos en los Países Bajos, con conexiones regulares internacionales. Los puertos marítimos importantes son Rotterdam y Ámsterdam
Aeropuertos	Hay cuatro aeropuertos internacionales: el aeropuerto de Ámsterdam Schiphol, el aeropuerto de Rotterdam, el aeropuerto de Eindhoven, y el aeropuerto de Maastricht Aachen, y existe una red de pequeños aeropuertos privados.
Carga aérea	Existen más de 70 empresas de transporte aéreo al servicio de Europa y del mundo.
Compañías aéreas que operan con Holanda	Más de 28; las principales incluyen KLM, American, Continental, Delta.
Transportistas por carretera	Existen alrededor de 12.000, de los cuales 500 prestan servicios de logística

Elaborado: Ministerio de Relaciones Exteriores Comercio e Integración, Embajada de Ecuador en Holanda

Figura 2. Puerto de Rotterdam

Fuente: (Puerto de Rotterdam, 2013)

1.3.1.11 Consumo de alcohol en Holanda

En referencia del tema del consumo de alcohol en Holanda, se parte del hecho del consumo desde los adolescentes, como lo referencia Visser (2014):

Los adolescentes consumen todo lo relacionado con el alcohol, ya sea en una cena como en un bar o discoteca, porque simplemente adquieren lo que esté disponible. ¿Qué hay que cambiar para hacerlas efectivas? Mireille de Visser aboga principalmente por claridad: los adolescentes, pero también los padres, tiene que ser conscientes de que el alcohol es en realidad tabú hasta que el cerebro logre desarrollarse por completo. No es hasta ese momento que los jóvenes adultos son capaces de decidir con sensatez si consumirán alcohol o no.

Límite de edad.- De Visser explica cómo la ley falla en la práctica, justamente porque el límite de edad que Holanda aplica para el consumo de alcohol es 16 años. Es común ver que los padres, cuando los hijos cumplen los 16, compran

alcohol y lo tienen en la casa. Y así, se organiza una fiesta, en la que por supuesto los padres no pueden estar presentes. (Visser, 2014)

Otro aspecto que se debe mencionar respecto del producto que se pretende exportar, es que a más de tener un toque artesanal, no contiene un grado alcohólico alto, y desde esa óptica el mercado objetivo a definirse podrá ser calculado desde los habitantes de 16 años en la ciudad destino que es Rotterdam, lo cual es permite un mayor rango de potenciales consumidores; comparado con la situación de otros países como el nuestro, en el que el consumo de alcohol es permitido desde los 18 años de edad.

1.3.1.12 Bebidas espirituosas

Las bebidas llamadas espirituosas son aquellas preparaciones alcohólicas obtenidas a través de la destilación de productos naturales:

Las bebidas espirituosas son aquellas bebidas alcohólicas destinadas al consumo humano obtenidas por destilación, en presencia o no de aromas, de productos naturales fermentados, o por maceración de sustancias vegetales, con adición o no de aromas, azúcares, otros edulcorantes, u otros productos vegetales y cuya graduación alcohólica es superior al 15% vol. Existe una gran variedad de bebidas espirituosas, en función de las materias primas destiladas, de los aromatizantes o de los complementos utilizados en su elaboración. (Rodríguez, 2008, pág. 128)

CAPÍTULO 2

MÉTODO

2.1 Metodología general

2.1.1 Nivel de estudio

De acuerdo a su nivel el estudio es de tipo descriptivo. De acuerdo con Namakforoosh (2005) este tipo de estudios se realizan para conocer el “quién, dónde, cuándo, cómo y porqué del sujeto de estudio” (pág. 91); en este sentido, es el tipo de investigación ideal para el presente estudio de comercio exterior, pues facilitará describir el consumo de licor de cacao, el mercado, entre otros factores. Este mismo autor señala que este diseño descriptivo suele utilizarse para diferentes objetivos, entre los cuales menciona “calcular la proporción de gente en una población específica que tiene ciertas características” (pág.91). Mediante el estudio de mercado se requiere determinar qué proporción de la población de Rotterdam serían consumidores potenciales de licor de cacao en el futuro.

2.1.2 Modalidad de investigación

En cuanto a la modalidad de la investigación, relacionada con la forma en que se recopilará la información, se trata de una modalidad documental, puesto que, como sugiere Bernal (2006) este tipo de investigación “consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema” (pág. 110). La dificultad que ocasiona la distancia a la que se encuentra la población requiere que la recopilación de información se la realice mediante la consulta en fuentes estadísticas y/o sitios confiables, como páginas de organizaciones reconocidas, tales como la Food and Agriculture Organization, las Naciones Unidas, El Banco Mundial, el Trademap, entre otras.

2.1.3 Método

Debido a la naturaleza de la investigación (tratándose de un estudio documental y descriptivo), se aplicará el método inductivo deductivo. Este método combina el razonamiento deductivo que consiste en “tomar conclusiones generales para explicaciones particulares”

(Bernal, 2006, pág. 56), y el razonamiento inductivo, en el que se obtienen “conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general” (Bernal, 2006, pág. 56). Mediante este método se busca llegar a la información deseada sobre el consumo aparente y per cápita, tomando en cuenta los datos estadísticos generales; mientras que estos datos servirán a su vez para el planteamiento del plan de exportación.

2.1.4 Población y muestra

La población se entiende como “el conjunto total de los objetos de estudio (eventos, organizaciones, comunidades, personas, etc.)” (Gómez, 2006, pág. 109), mientras que la muestra es una fracción representativa de este universo poblacional, que se calcula con el objeto de facilitar el levantamiento de datos cuando se realizan encuestas, sin embargo para el estudio no se calculará una muestra poblacional debido a que no se efectuarán encuestas, puesto que la información se obtendrá a partir de fuentes estadísticas para realizar el cálculo del consumo aparente.

2.1.5 Selección de instrumentos

Debido a que la recopilación de información se la realizará mediante análisis documental los instrumentos a utilizarse son los siguientes:

- Análisis de documentación mediante la consulta en libros y revistas
- Consulta en repositorios estadísticos en portales web

2.1.6 Procesamiento de datos

Los datos estadísticos recopilados se organizarán, clasificarán y filtrarán, en lo posible, a partir del arancel correspondiente a la categoría que agrupa a varios tipos de licores de origen agrícola, al no existir una categoría específica para este tipo de licor. Con los datos filtrados se realizarán los debidos cálculos y proyecciones del consumo aparente, para lo cual se utilizará el software de cálculo Microsoft Excel. En este mismo paquete se realizarán las tablas estadísticas y se elaborarán los gráficos que facilitarán la interpretación de la información.

2.2 Metodología específica

- 1) Efectuar el estudio de mercado del plan de exportación de licor de cacao a Rotterdam – Holanda en el 2016.

La finalidad del estudio de mercado es la de determinar la cantidad de producto que se podría exportar dado el consumo de la población, por tanto, para el estudio de mercado se utilizará la metodología del consumo aparente. Como señala Ramos (2001) se suele utilizar el consumo aparente “como medida del consumo, especialmente cuando falta información sobre el consumo real” (pág.35).

El cálculo del consumo aparente sigue la siguiente fórmula:

- Consumo Aparente: Producción + Importaciones – Exportaciones

Realizándose con todos los datos en la misma unidad, por ejemplo, toneladas métricas y con el mismo arancel. Como herramienta de consulta se trabajará con datos estadísticos del TradeMap de las Naciones Unidas.

Con el consumo aparente calculado se dividirá para el total de la población para obtener el consumo aparente per cápita. Estos datos se compararán con el consumo de alcohol promedio (solamente el porcentaje correspondiente a *spirits*) reportado para la población de los Países Bajos, a fin de obtener la demanda insatisfecha. La demanda insatisfecha se proyectará de forma proporcional al crecimiento de la población en el país de estudio.

- 2) Desarrollar un estudio técnico del plan de exportación de licor de cacao.

El estudio técnico comprende el establecimiento de los equipos, maquinarias y demás recursos necesarios para efectuar el proyecto.

En este sentido también se realizará el análisis de ubicación en Ecuador para seleccionar el lugar más adecuado para establecer el centro de acopio.

Mediante el estudio técnico se obtendrán todos los costos generados por las operaciones (capital de trabajo), por la implementación y por la adquisición de activos fijos.

Por último se determinarán los requisitos necesarios para la creación de la empresa exportadora.

3) Definir la estrategia de ingreso al mercado holandés.

En este punto se identifica la necesidad de desarrollar estrategias que permitan el posicionamiento del producto en el mercado de los Países Bajos, para lo cual se aplicará la metodología del Marketing Mix. Serrano (1994) conceptualiza al marketing mix como “la organización de todos los elementos controlados por una empresa o cualquier otra institución, con objeto de optimizar sus intercambios de valor con el medio ambiente” (pág. 182).

En otras palabras, es la capacidad de modificar las diversas variables que intervienen en el proceso de comercialización y promoción de un producto. Se considerará entonces, diseñar estrategias para precio, plaza, producto y promoción.

4) Definición de la cadena logística para el plan de exportación de licor de cacao a Rotterdam Holanda.

La cadena logística comprende el establecimiento de todas las etapas que atraviesa el producto desde que sale del centro de acopio hasta que es recibido por el cliente, por lo que en este punto se detallarán los siguientes aspectos:

- Tipo de carga
- Embalaje
- INCOTERM
- Transporte
- Normas y reglamentos
- Costos generados (según INCOTERM)

5) Efectuar un análisis económico y financiero del proyecto.

El análisis económico y financiero permitirá determinar la factibilidad del proyecto, dando como resultado indicadores que reflejarán la rentabilidad del mismo. La metodología utilizada será la de la evaluación financiera mediante indicadores como:

- TIR (Tasa Interna de Retorno)
- VAN (Valor Actual Neto)
- PRI (Período de Recuperación de la Inversión)

CAPÍTULO 3

RESULTADOS

Dado el enfoque del estudio, en este capítulo se describen los aspectos esenciales del plan para la exportación, entre los que cuentan elementos de mercado, técnicos, de exportación, económicos y financieros; a partir de lo que se validará la viabilidad y factibilidad de la exportación de licor de cacao a la ciudad de Rotterdam en Holanda.

3.1 Resultados objetivo 1: Efectuar el estudio de mercado del plan de exportación de licor de cacao a Rotterdam – Holanda en el 2016 para determinar la demanda y oferta.

Partiendo de lo revisado en el capítulo 1, sobre las relaciones comerciales entre Ecuador y Holanda, y el perfil general de este país como objeto de la exportación del licor de cacao, se procede a revisar la segmentación del mercado objetivo, la determinación de la demanda, oferta para llegar a la demanda insatisfecha potencial. Así también se describen las estrategias principales que se utilizarán para el éxito de la aplicación del plan de exportación de licor de cacao.

3.1.1 Segmentación del mercado

“La segmentación del mercado se define como la subdivisión de un mercado en grupos menores y diferentes de clientes según sus necesidades y hábitos de compras.” (David, 2003, pág. 278)

Partiendo de la segmentación se determina el perfil del consumidor al cual se dirige el producto a exportar, para lo que se toma en consideración factores geográficos y demográficos, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 9. Segmentación de mercado

CRITERIO	SEGMENTO	HABITANTES
GEOGRÁFICOS		
País	Holanda	16'854.183
Ciudad	Rotterdam	1'496.629
Área urbana	Población del área urbana de Rotterdam (89.9%)	1'345.470
DEMOGRÁFICOS		
Nivel de ingresos	Todo nivel	1'345.470
Edad	Desde 16 años de edad (82.4%)	1'108.667
Género	Todos	1'108.667

Fuente: Portal (Santandertrade, 2015)

3.1.2 Determinación de la demanda

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.” (Baca Urbina, 2006, pág. 17)

La demanda constituye lo que requiere un mercado objetivo, en este caso, al tratarse de un plan de exportación se calcula la demanda mediante el método del consumo aparente, el cual se obtiene de sumar la producción estimada más las importaciones, y restar las exportaciones. Para establecer los valores respecto de la ciudad de Rotterdam, se calcula el consumo per cápita de Holanda, y en función de la población de la ciudad destino, se encontrará la cifra de la demanda. (Miranda, 2005)

Para establecer la demanda se consultó en los datos del Trade Map las estadísticas de importaciones y exportaciones de Holanda en cuanto a licores denominados espirituosos, que son diferentes del vino, ron, whisky, cerveza, etc., en los que se ubica el licor de cacao. El producto de referencia del estudio es el código: 22089056:

Tabla 10. Partida arancelaria

Partida Arancelaria	Concepto

22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre
2208	Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico in
220890	Los demás, gin y ginebra
22089056	Spirits in containers holding ≤ 2 l (excl. Spirits distilled from grape wine or grape marc, whisky, rum, tafia, gin, geneva, arrack, vodka, liqueurs and cordials, ouzo, spirits distilled from fruit, korn and tequila)

Fuente: (TradeMap, 2016)

Tabla 11. Importaciones de Holanda, partida 22089056, toneladas

Cantidades importadas	2010	2011	2012	2013	2014
	Toneladas	Toneladas	Toneladas	Toneladas	Toneladas
Mundo	0	0	629	3406	1221
Principales vendedores					
Alemania	0	0	359	3219	1005
Reino Unido	0	0	130	39	97
Tailandia	0	0	42	5	39
Vietnam	0	0	19	0	18

Nota: Los datos obtenidos del Trademap están expresados en toneladas y no en litros, aunque se trate de líquidos

Fuente: Portal (TradeMap, 2016)

Elaborado por: Stalin Morales

Holanda registra importaciones de este tipo de bebidas alcohólicas desde 2012, siendo el año 2013 el más alto, luego 2014 representa casi el 30% del año anterior. Alemania es el principal proveedor de estos productos, seguido de lejos por Reino Unido, Tailandia y Vietnam. Los datos obtenidos del Trademap están expresados en toneladas, aun cuando se trata de bebidas:

Tabla 12. Exportaciones de Holanda, partida 22089056, toneladas.

Cantidades exportadas	2010	2011	2012	2013	2014
	Toneladas	Toneladas	Toneladas	Toneladas	Toneladas
Mundo	0	0	674	705	354
Principales destinos					
Alemania	0	0	119	116	75
Rusia	0	0	51	41	37
Dinamarca	0	0	68	85	35
Japón	0	0	23	30	23

Nota: Los datos obtenidos del Trademap están expresados en toneladas y no en litros, aunque se trate de líquidos

Fuente: Portal (TradeMap, 2016)

Elaborado por: Stalin Morales

En cuanto a las exportaciones de bebidas espirituosas, Holanda exporta bajas cantidades a otros países, entre los que se cuentan Alemania, Rusia, Dinamarca y Japón como los

principales clientes; pero se resalta que las cantidades son inferiores a las importadas por el país consultado.

Se consultó en diversas fuentes de información de Holanda sobre la producción de este tipo de bebidas, pero no se encontraron datos formales que indiquen la producción de estos años en cuanto a las bebidas alcohólicas espirituosas. Por el motivo indicado se asume que el consumo aparente de Holanda en referencia de bebidas alcohólicas espirituosas esta dado en función de importaciones, menos las exportaciones, como lo muestra el siguiente cuadro:

Tabla 13. Consumo Aparente de Rotterdam

Años	Importaciones	Exportaciones	Consumo Aparente				
	Toneladas	Toneladas	Toneladas	Población Holanda	Per cápita Holanda en Toneladas	Población Rotterdam	Rotterdam en Toneladas
2012	629	674	0	0	0	0	0
2013	3.406	705	2.701,00	16.984.405	0,00016	1.496.326	237,96
2014	1.221	354	867,00	17.035.358	0,00005	1.500.815	76,38
2015	2.344	258	2.086,33	17.086.464	0,00012	1.505.318	183,81
2016	2.640	98	2.542,33	17.137.724	0,00015	1.509.833	223,98
2017	2.936	0	2.936,00	17.189.137	0,00017	1.514.363	258,66
2018	3.232	0	3.232,00	17.240.704	0,00019	1.518.906	284,74
2019	3.528	0	3.528,00	17.292.426	0,00020	1.523.463	310,82
2020	.824	0	3.824,00	17.344.304	0,00022	1.528.033	336,89

Fuente: Portal (TradeMap, 2016)

Elaborado por: Stalin Morales

Con los datos de importaciones menos las exportaciones se obtiene el consumo aparente en toneladas por año de Holanda, dividiendo para el número de habitantes actuales, se presenta el consumo per cápita en litros, para luego multiplicar por la cantidad de habitantes de la ciudad de Rotterdam, y convertir la cantidad a Toneladas, determinando el consumo aparente requerido. Las celdas desde el año 2015 han sido calculadas con el método de los mínimos cuadrados, ya que para el proyecto se utilizarán datos de 5 años consecutivos (desde el año 2016 hasta el 2020). El cálculo y el método de los mínimos cuadrados aplicado se adjunta como anexo A.

3.1.3 Determinación de la oferta

De acuerdo con Baca Urbina (2006) “Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”. (Baca Urbina, 2006, pág. 48)

En el caso del presente estudio, el determinar la oferta del proyecto se basa en la cantidad de consumo de la población holandesa en cuanto a bebidas alcohólicas, que según estadísticas de la Organización Mundial de la Salud (OMS), para el caso de Holanda es de 9.9 litros al año (OMS, 2010), y para el tipo de bebidas espirituosas la preferencia de los holandeses es del 16% de ese valor. (OMS, 2009)

Tabla 14. Cálculo del consumo actual

Año base	Consumo anual				
	Per cápita al año (litros)	% de espirituosos	Per cápita al año (litros) de espirituosos	Población Rotterdam	Toneladas al año de bebidas espirituosas
2010	9.9	16%	1.6	1,108,667	1,756

Fuente: (OMS, 2010); (OMS, 2009)

Elaborado por: Stalin Morales

En función de este dato calculado para el año 2010, se procede a estimar el consumo actual de Rotterdam para los siguientes años, considerando el crecimiento de la población de Holanda, que es del 0,42% anual. (CBS, 2016)

Tabla 15. Proyección del consumo actual

Años	Crecimiento población anual	Consumo anual en Toneladas
2010		1,756
2011	0.42%	1,763
2012	0.42%	1,771
2013	0.42%	1,778
2014	0.42%	1,786
2015	0.42%	1,793
2016	0.42%	1,801
2017	0.42%	1,808
2018	0.42%	1,816
2019	0.42%	1,823
2020	0.42%	1,831

Fuente: (CBS, 2016)

Elaborado por: Stalin Morales

3.1.4 Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha potencial es “(...) la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros (...)”. (Baca Urbina, 2006, pág. 51)

En función del consumo aparente que representa la demanda, y del consumo actual que equivale a la oferta, se procede a calcular la demanda insatisfecha potencial para los siguientes años, con el fin de verificar que existe viabilidad de mercado para el producto que se pretende producir:

Tabla 16. Demanda potencial insatisfecha

AÑOS	Consumo Aparente	Consumo anual	Demanda Insatisfecha Rotterdam
	Toneladas	Toneladas	Toneladas
2010	0	1756,13	1756,13
2011	0	1763,49	1763,49
2012	0	1770,88	1770,88
2013	238,01	1778,3	1540,29
2014	76,4	1785,75	1709,35
2015	183,81	1793,23	1609,42
2016	224	1800,75	1576,75
2017	258,71	1808,3	1549,59
2018	284,8	1815,87	1531,07
2019	310,88	1823,48	1512,6
2020	336,96	1831,12	1494,16

Elaborado por: Stalin Morales

Según los datos presentados, existe un valor considerable de la demanda que no es cubierto por el consumo actual de los holandeses, en cuanto a bebidas alcohólicas espirituosas; por lo que se verifica la factibilidad de mercado del plan de exportación de licor de cacao a Rotterdam Holanda.

3.2 Resultados objetivo 2: Desarrollar un estudio técnico del plan de exportación de licor de cacao.

Otro aspecto que importante del plan, lo constituye el estudio técnico, el cual “(...) se describen los requerimientos físicos necesarios para el funcionamiento del negocio, el proceso productivo, la infraestructura y el tamaño del local, la capacidad de producción y disposición de planta.” (Arenal Laza, 2015, pág. 6)

En ese contexto, a continuación se revisan el tamaño, localización, proceso principal, distribución de la planta, recursos materiales y humanos, que validen técnicamente el plan de exportación de licor de cacao a Rotterda Holanda. También se revisan de manera concreta los requerimientos para la creación de la empresa, así como el direccionamiento estratégico.

3.2.1 Tamaño del negocio (oferta exportable)

Para establecer el tamaño del negocio, se considera la demanda establecida, de la cual el proyecto pretende solventar menos del 10%, la capacidad de comercialización y también el volumen y peso máximos de envío en contenedores.

Como se revisó en el subtítulo anterior, existe factibilidad de mercado, ya que se estableció una potencial demanda insatisfecha significativa para el tipo de producto que se pretende exportar a Rotterdam Holanda. En función de esos datos, el siguiente cuadro presenta una cobertura que va desde el 6.9% hasta el 8.9% de la demanda insatisfecha localizada.

Tabla 17. Oferta del proyecto

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
	Toneladas	Toneladas	Toneladas	Toneladas	Toneladas
Demanda insatisfecha	1576,75	1549,59	1531,07	1512,6	1494,16
% cobertura	6,9%	7,4%	7,9%	8,4%	8,9%
Cobertura en cantidad	109,37	114,84	120,58	126,61	132,94

Elaborado por: Stalin Morales

3.2.2 Capacidad contenedor

Por otro lado, un aspecto que también es importante para la exportación, es la capacidad de los contenedores, tanto en volumen cuanto en peso, para lo cual se describen a continuación los siguientes datos:

- 1 Botella de licor de cacao tiene un peso aproximado de 1.2 kilos. El tamaño aproximado de la botella es de 10cm (largo), 10cm (ancho) y 25cm (alto), contiene 750 ml.
- 1 Caja de 12 botellas de licor, tiene un peso total de 16 kilos, incluyendo el peso de las 12 botellas y de la caja. El volumen de la caja cerrada es de 40cm (largo), 30cm (ancho) y 75cm (alto).
- 1 Pallet que contiene 27 cajas, pesa en total 434 kilos (incluye peso del pallet), tiene unas dimensiones de 1.20m (largo), 1.0m (ancho) y 0.85m (alto). De manera adecuada entran 9 cajas en el pallet, y se pueden poner hasta 3 niveles como máximo, asegurando la conservación de los productos.
- Existen contenedores de 20 y 40 pies, para el presente proyecto se ha considerado el regular de 20 pies, que tiene una capacidad máxima de carga de 28.180 Kilos, y sus dimensiones son de 5.89m (largo), 2.35m (ancho) y 2.39m (alto).
- En un contenedor como el descrito, pueden alcanzar 10 pallets por cada nivel, y como máximo 3 niveles de pallets, con lo que se llega a un total máximo de 30 pallets, que en peso representan 13.020 kilos.
- Desde la perspectiva de traslado de los productos, los 30 pallets son la capacidad máxima para cada envío; claro que se podría enviar más pallets, pero representaría el valor de otro contenedor entero, así no se vaya lleno.

Figura 3. Contenedor de 20 pies



Fuente: (EasyMove, 2014)

3.2.3 Producción

La capacidad de operación mensual, con los dos operarios que se requieren, es de hasta 5 cajas por hora (60 botellas), lo que en 8 horas da un total diario de 40 cajas, a la semana serían 200 cajas y al mes 800 cajas. Considerando que en cada pallet entran 27 cajas, el total mensual con dos operarios sin horas extras sería de 29.69, es decir 30 pallets al mes.

En función de la capacidad máxima establecida, la siguiente tabla muestra la cantidad de botellas, cajas, pallets y el peso total de lo que se pretende exportar durante los primeros 5 años de operación del proyecto:

Tabla 18. Cantidad y peso de ventas de 5 años, cantidad de unidades.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad de botellas al mes	6804.00	7144.20	7501.41	7876.48	8270.30
Cantidad de cajas el mes	567.00	595.35	625.12	656.37	689.19
Cantidad de pallets al mes	21.00	22.05	23.15	24.31	25.53
Peso en kilos al mes	9114.00	9569.70	10048.19	10550.59	11078.12
Cantidad de pallets al año	252.00	264.60	277.83	291.72	306.31
Toneladas al año	109.37	114.84	120.58	126.61	132.94

Elaborado por: Stalin Morales

Como se muestra en el cuadro, la cantidad de pallets que se pretende enviar mensualmente, es de 21 pallets, dentro de la capacidad máxima operativa, así como de envío; y se cubre como máximo el 8.9% de la demanda insatisfecha calculada en Rotterdam sobre el licor de cacao.

3.2.4 Localización del proyecto

Con el fin de establecer la ubicación más idónea para el proyecto, se consideraron 3 opciones posibles, analizamos los elementos como seguridad, disponibilidad de galpones o bodegas a precios accesibles, en donde puedan funcionar las instalaciones de la nueva empresa. Estas opciones fueron:

- Tumbaco, cerca del proveedor principal del producto a exportar, para ahorrar tiempo y costo en el transporte a la empresa de las botellas.
- Sur de Quito, considerando precios y espacios que se adecuen a la necesidad.

- Guayaquil, a los alrededores, para estar más cerca del puerto desde donde se enviaría por transporte marítimo la mercancía hasta Rotterdam Holanda.

El siguiente cuadro muestra la calificación ponderada de cada uno de los 6 factores generales evaluados para las 3 opciones:

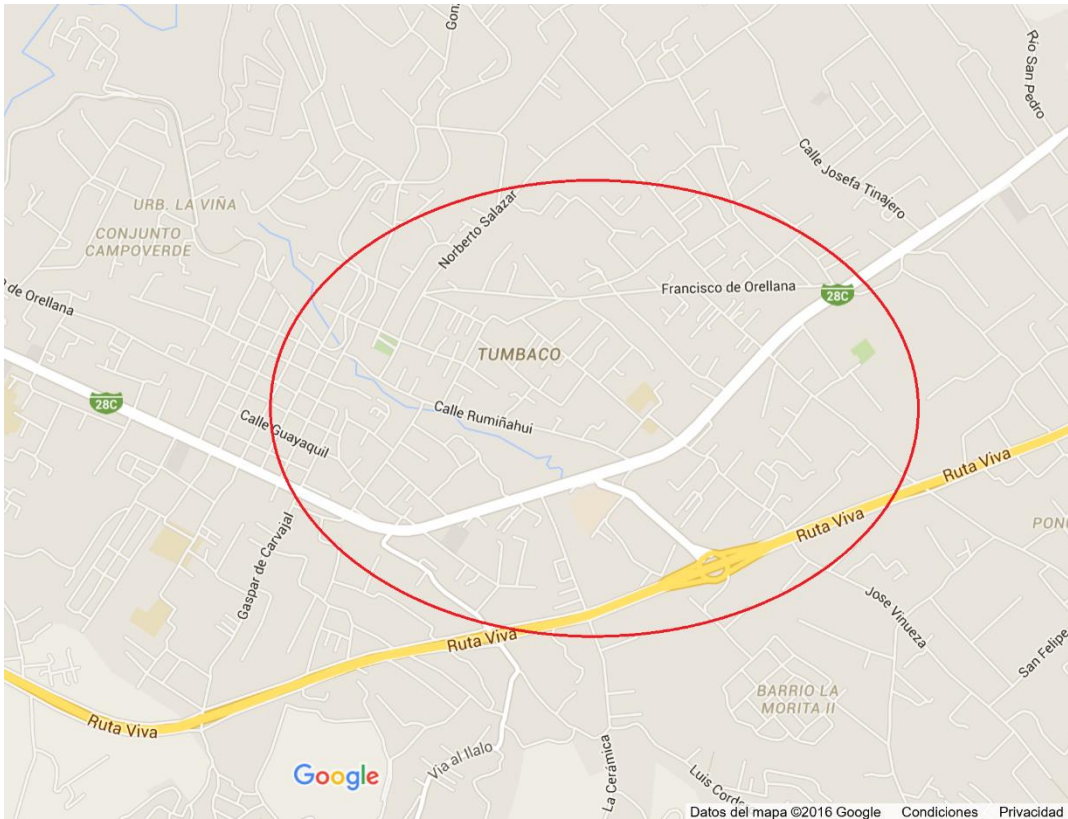
Tabla 19. Matriz de localización

Factor	Ubicación 1: Tumbaco			Ubicación 2: Sur de Quito			Ubicación 3: Guayaquil		
	Calif	Peso	Total	Calif	Peso	Total	Calif	Peso	Total
Disponibilidad de bodega y local	4	20%	0.8	4	20%	0.8	4	20%	0.8
Cercanía del proveedor de licor de cacao	5	25%	1.3	4	25%	1.0	2	25%	0.5
Cercanía del puerto	2	25%	0.5	2	25%	0.5	4	25%	1.0
Otros proveedores	3	5%	0.2	4	5%	0.2	3	5%	0.2
Acceso a servicios básicos	4	5%	0.2	4	5%	0.2	4	5%	0.2
Seguridad de la zona	4	20%	0.8	3	20%	0.6	3	20%	0.6
Valores a comparar		100%	3.7		100%	3.3		100%	3.3

Elaborado por: Stalin Morales

En función de la evaluación presentada, la mejor ubicación para el proyecto es en el sector de Tumbaco, no solo debido a la cercanía con el proveedor del producto, sino también por el hecho de la disponibilidad de locales y la seguridad tanto para la planta como para el personal. A continuación se presenta una imagen del sector donde conviene la ubicación de las instalaciones:

Figura 4. Área de localización óptima del proyecto



Fuente: google maps

3.2.5 Proceso operativo

El principal proceso de operación se presenta gráficamente a continuación:

Figura 5. Proceso operativo



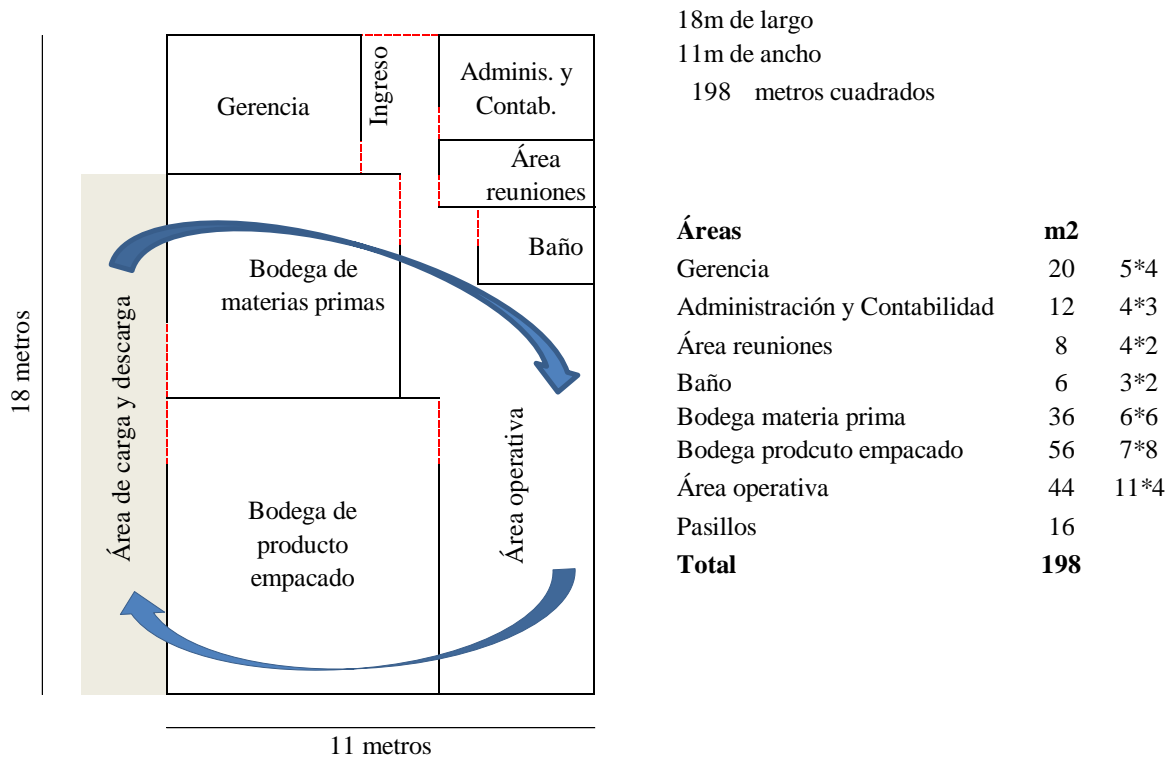
Elaborado por: Stalin Morales

(1) El proceso inicia con la recepción de la mercancía que entrega el proveedor, y se revisa minuciosamente cada botella que contenga 750 ml de licor de cacao, con el fin de asegurar un producto en buen estado para el cliente. (2) Se guardan las botellas envasadas de manera adecuada en la bodega cerrada destinada para el efecto, y cuando son requeridas (3) se trasladan con cuidado a las mesas de trabajo. (4) luego se etiquetan las botellas envasadas de licor, con el sello adhesivo y el colgante, (5) para guardar cada botella en la caja de 12 unidades, con los respectivos cuidados y seguridades que permitan el viaje de los productos hasta el destino en Rotterdam. (6) Se acomodan las cajas con cuidado en los respectivos pallets, poniendo 9 cajas juntas y máximo 3 niveles por cada pallet; (7) con el fin de asegurar la carga de cada pallet se procede a envolver con stretch film, lo que permitirá un mejor acomodamiento al momento del viaje. (8) Se traslada el bulto o pallet listo hasta la bodega donde es almacenado hasta que sea el tiempo para el envío; (9) finalmente, cuando se tiene listo el lote mensual, se procede a entregar el transportador que llevará hasta el puerto.

3.2.6 Distribución de las instalaciones

Considerando la capacidad operativa necesaria, se muestra a continuación una posible distribución de las instalaciones, en donde se incluye un área administrativa que dispone un espacio para la Gerencia y una oficina de Administración y Contabilidad, también se incluyen dos bodegas debidamente cerradas, una para materia prima, y la segunda para los productos empacados listos para enviar. El área operativa tiene un espacio adecuado para la gestión manual que deben realizar los dos operarios.

Figura 6. Distribución de las instalaciones



Elaborado por: Stalin Morales

En total se requieren 198 metros cuadrados, para el área administrativa se consideran 46 metros cuadrados (23%), mientras que para la parte operativa 152 (7%), debido principalmente a las bodegas.

3.2.7 Recursos requeridos

Dado el giro de negocio y el tamaño establecido, se presenta el detalle de recursos materiales que se requieren para iniciar las operaciones:

Tabla 20. Recursos materiales requeridos

Equipos de operación

Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Uña hidráulica para 1.5 Toneladas	unidad	2	400.00	800.00
Subtotal				800.00
Imprevistos			2%	16.00
Total				816.00

Mobiliario operativo

Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Mesas de trabajo	unidad	2	500.00	1,000.00
Silla secretaria	unidad	2	90.00	180.00
Locker de 6 servicios	unidad	1	350.00	350.00
Anaquele madera	unidad	1	200.00	200.00
Subtotal				1,730.00
Imprevistos			2%	34.60
Total				1,764.60

Mobiliario administrativo

	Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Gerencia	Escritorio gerente	unidad	1	350.00	350.00
	Sillón gerente	unidad	1	160.00	160.00
	Credenza	unidad	1	200.00	200.00
	Sofá tripersonal	unidad	1	300.00	300.00
	silla visita	unidad	3	40.00	120.00
	mesa esquinera	unidad	1	60.00	60.00
	perchero	unidad	1	95.00	95.00
Admin	Escritorio asistente	unidad	2	150.00	300.00
	Silla secretaria	unidad	2	90.00	180.00
	Silla visita	unidad	2	40.00	80.00
	Archivadores 4 gavetas	unidad	2	130.00	260.00
Reuniones	Mesa rectangular	unidad	1	120.00	120.00
	Silla visita	unidad	4	40.00	160.00
	Subtotal				2,385.00
	Imprevistos			2%	47.70
	Total				2,432.70

Equipos de oficina

Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Teléfono 2 extensiones	unidad	1	85.00	85.00
Microondas	unidad	1	120.00	120.00
Subtotal				205.00
Imprevistos			2%	4.10
Total				209.10

Equipos computación

Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Computador portátil	unidad	1	750.00	750.00
Computador de escritorio	unidad	1	600.00	600.00
Impresora multifunción	unidad	1	220.00	220.00
Subtotal				1,570.00
Imprevistos			2%	31.40
Total				1,601.40

Total activos fijos	6,823.80
----------------------------	-----------------

Elaborado por: Stalin Morales

Además se ha previsto la compra de algunos accesorios para la planta, personal operativo, y seguridad:

Tabla 21. Accesorios requeridos

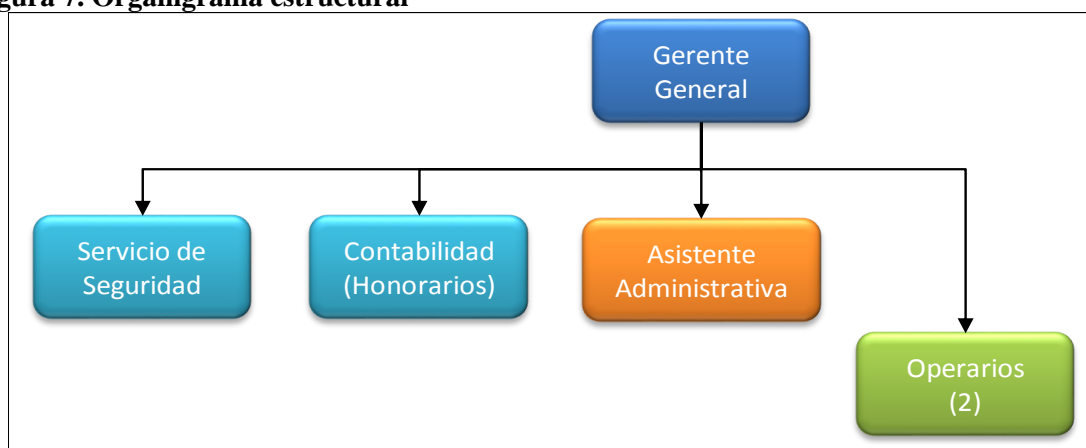
Descripción	Cant	V. Unitario	V. Total
Basureros industriales	2	120.00	240.00
Basureros medianos	2	20.00	40.00
Basureros para oficina	2	12.00	24.00
Plantas con maceta	4	12.50	50.00
Papeleras oficina	2	15.00	30.00
Zapatos de trabajo	2	50.00	100.00
Faja de seguridad para estibaje	2	20.00	40.00
Extintores	7	60.00	420.00
Subtotal			944.00
Imprevistos		2%	18.88
Total			962.88

Elaborado por: Stalin Morales

Respecto de las instalaciones, con el fin de no incurrir en egresos onerosos que afecten la competitividad del precio, al menos hasta captar el cliente y construir una relación comercial fuerte en los primeros años de operación, por esto puede rentarse un local con estructura básica de galpón, en donde se establezca el área operativa, las bodegas y las oficinas, tal cual se mostró en la distribución sugerida.

3.2.8 Talento humano

Para el proyecto se considera la siguiente estructura básica:

Figura 7. Organigrama estructural

Elaborado por: Stalin Morales

Se plantean 2 áreas internas que son la Administrativa, con el Gerente, quien además de administrar la empresa, debe trabajar en la parte comercial de manera constante; también se

considera una Asistente Administrativa, que apoyará en la gestión administrativa del negocio. La segunda área es la operativa, que requiere dos operarios según el tamaño dimensionado, quienes además de su labor cotidiana, tendrán a cargo las bodegas de materiales y productos a enviar.

También se requiere los servicios profesionales de un Contador, pero dada la naturaleza del negocio, solo se requiere contratarlo de manera externa, el valor considerado por la gestión es de \$600.00 más impuestos al primer año. Finalmente se ha considerado la contratación de un servicio de guardianía de 12 horas en el día, cuyo costo inicial se estima en \$800.00 más impuestos.

La siguiente tabla presenta el cálculo del primer año de los sueldos del personal interno, incluyendo todos los beneficios, excepto el valor de fondos de reserva que es incluido a partir del segundo año de trabajo:

Tabla 22. Cálculo de sueldos del personal

Operación										
Cargo	Cant	Sueldo base	Sueldo Unificado	10mo 3ro	10mo 4to	Vacaciones	Aporte IESS	Fondos de Reserva	Valor Mensual	Valor Año 1
Operario	2	400.00	800.00	66.67	59.00	33.33	97.20	-	1,056.20	12,674.40
Subtotal			800.00	66.67	59.00	33.33	97.20	-	1,056.20	12,674.40
Imprevistos 2%									21.12	253.49
Total									1,077.32	12,927.89

Administración										
Cargo	Cant	Sueldo base	Sueldo Unificado	10mo 3ro	10mo 4to	Vacaciones	Aporte IESS	Fondos de Reserva	Valor Mensual	Valor Año 1
Gerente general	1	1,000.00	1,000.00	83.33	29.50	41.67	121.50	-	1,276.00	15,312.00
Asistente Adminis.	1	500.00	500.00	41.67	29.50	20.83	60.75	-	652.75	7,833.00
Subtotal			1,500.00	125.00	59.00	62.50	182.25	-	1,928.75	23,145.00
Imprevistos 2%									38.58	462.90
Total									1,967.33	23,607.90

Total Personal									3,044.65	36,535.79
-----------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	-----------------	------------------

Elaborado por: Stalin Morales

3.2.9 Creación de la empresa

El proyecto requiere la creación de una empresa, la misma que será domiciliada en el Distrito Metropolitano de Quito, y cuyo tipo será de responsabilidad limitada.

Según el artículo 92 de la Ley de Compañías:

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.

Según consta en la información de la Superintendencia de Compañías, los pasos para la creación de una empresa son los siguientes:

- “Registrar el usuario.
- Reserva de denominación.
- Constitución de la compañía.
- Consulta del trámite.”

La constitución de una compañía requiere un trámite en una notaría legal autorizada.

Por otra parte, la obtención de la patente municipal requiere los siguientes pasos, según consta el sitio web del Municipio de Quito:

- Para obtener la patente por primera vez acercarse a las Administraciones Zonales con todos los requisitos. - Recibirá su clave en la ventanilla.
- Solicitud de clave electrónica vía internet.
- Declaración vía web del tributo. - Pago del tributo en Instituciones financieras que mantienen convenio con el Municipio.

El siguiente cuadro presenta de manera los valores estimados que se requieren para la constitución de la compañía:

Tabla 23. Gastos de constitución

Descripción	Valor
Honorarios Abogado	200.00
Depósito Constitución	400.00
Notaría	100.00
Registro Mercantil	300.00
Municipio	300.00
Permiso Bomberos	150.00
Otros (copias, movilización, etc.)	100.00
Subtotal	1,550.00
Imprevistos 2%	31.00

Descripción	Valor
Total	1,581.00

Elaborado por: Stalin Morales

Así también, se requieren algunos valores pre operativos, entre los que resalta el de adecuación al local que se rente, considerando un valor máximo de \$20 por metro cuadrado, ya que la estructura básica de la mayoría será tipo galpón, es decir sin considerar acabados de lujo.

Tabla 24. Gastos pre operativos

Descripción	Valor
Gastos página web	350.00
Gastos movilización	150.00
Varios (llamadas, copias, otros, muestras)	350.00
Adecuación inicial del local	3,960.00
Subtotal	4,810.00
Imprevistos 2%	96.20
Total	4,906.20

Elaborado por: Stalin Morales

El nombre de la compañía será: “Cocoa Liquor Cía. Ltda.”, el logotipo es el siguiente:



El nombre de la empresa se presenta en color verde de tonalidad viva, evocando lo natural, mientras que el lema está en color café color del fruto de cacao, y hace alusión a la forma artesanal en la que está hecho el licor. También se añade un dibujo del cacao en un cuadro blanco, como un detalle que diferencie al logotipo, y que resalte del fondo.

Este producto también incluirá en las etiquetas el país de origen donde es elaborado, para darle un realce al producto, ya que el Ecuador es reconocido a nivel mundial por la calidad de su cacao de aroma.

Registro de la marca

El registro de marcas y/o patentes debe realizarse en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, el cual fue creado a partir del año 1.999 para defender los derechos de la propiedad intelectual en el país. (IEPI, 2014)

Según información consultada, existen pocos pasos para el registro de una marca en el país, los cuales se resumen a continuación (ForosEcuador, 2014):

- Realizar un depósito por el valor de \$ 116 en la cuenta del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.
- Seleccionar la opción “Formularios” del menú “Servicios en línea” del sitio oficial web del IEPI.
- Descargar, llenar en computadora, imprimir y firmar la solicitud para el registro de la marca deseada.
- Adjuntar dos copias de la solicitud así como de la papeleta del depósito.
- En el caso de solicitar como persona natural, adjuntar copias de cédula de ciudadanía; en caso de solicitud de persona jurídica adjuntar una copia notariada del nombramiento del Representante Legal de la empresa.
- Adjuntar seis artes a color en tamaño de 5cm * 5cm en papel adhesivo para los casos de marcas figurativas (imágenes o logotipos) o mixtas (imágenes o logotipos y texto).
- Entregar los documentos en un sobre al IEPI.

El IEPI procederá a verificar el cumplimiento de requisitos por parte del solicitante, y en caso de aprobar se publicará en la “Gaceta de Propiedad Industrial”, que se encuentra en el sitio web oficial de la Institución Pública.

En el caso de que no exista oposición para la marca solicitada, el IEPI emite una resolución de aceptación o rechazo; y en caso de ser aceptada la marca, finalmente se emite el título de registro, con lo cual termina el proceso, que garantiza la protección de la marca durante 10 años, y puede ser renovado.

3.2.10 Direccionamiento estratégico

A continuación se presentan los componentes básicos del direccionamiento estratégico, que son importantes se tengan claro desde el inicio del negocio:

MISIÓN

- Comercializar licor de cacao artesanal ecuatoriano en el mercado holandés, enfocados en la alta calidad y presentación del producto.

VISIÓN

- Posicionar al licor de cacao ecuatoriano en el mercado holandés.

OBJETIVOS

- Iniciar la relación comercial con un distribuidor mayorista en Rotterdam Holanda.
- Alcanzar un nivel de ventas de 100.000 botellas al quinto año de operación.

VALORES

- Puntualidad
- Compromiso
- Actitud de servicio
- Integridad

3.3 Resultados objetivo 3: Definir la estrategia de ingreso al mercado holandés.

De manera general las estrategias representan la manera, forma o camino para lograr el objetivo planteado, y con el fin de llegar al comprador de licor de cacao en Rotterdam, a continuación se presentan algunas pautas básicas, cuya finalidad es colocar el producto artesanal en el mercado holandés.

3.3.1 Estrategias de producto

Quizá uno de las ventajas competitivas del producto a vender es su preparación artesanal, la cual hay que resaltar, entre otras que permitan que el licor de cacao sea atractivo ante el mercado destino. A continuación se presentan algunos puntos que supone el presente plan para el éxito del proyecto a sus inicios:

- La forma de la botella del producto tiene total relación con su principal componente: el cacao, lo cual además de ser sugestivo, es diferenciado de las tradicionales botellas de licor, y evoca el ser un producto natural.
- Los colores de la botella tienen relación con la etiqueta y colores de la empresa, así como con el principal componente que es el cacao.
- El idioma que se maneja en la etiqueta es inglés, el cual es usado comúnmente en Holanda e incluso a nivel internacional, lo cual da apertura a un mejor entendimiento del nombre y el eslogan.
- La frase que acompaña al nombre resalta esa cualidad diferenciadora de que el producto es elaborado artesanalmente, no en serie, lo cual le da un valor agregado.
- También en la etiqueta se colocará que es manufacturado en Ecuador, y las demás exigencias de ingredientes, origen, etc. que constan en las normas internacionales para exportar a la Unión Europea.
- Es importante el nombre de Ecuador en la etiqueta también porque el cacao ecuatoriano es muy reconocido a nivel internacional.
- El producto tiene un empaque frágil, porque su botella es de cerámica, por tanto será trasladado siempre en las cajas con las debidas precauciones para evitar roturas de cualquier botella.

- Adicionalmente, la empresa creará su página web, a manera de promoción del producto, para que aparezca en internet, así como también se creará presencia en redes sociales.
- Otro aspecto importante del producto, es que se mantendrá un acuerdo claro con el proveedor del licor, para que se conserve la calidad a pesar de que el volumen crezca, lo que asegura el posicionamiento del producto.
- Se pondrá un link de atención en el sitio web, para recibir sugerencias y quejas sobre el producto, lo que aparte de brindar un espacio para que el cliente exponga sus comentarios sobre el producto, creará un respaldo para el consumidor sobre la calidad del producto.

3.3.2 Estrategias de canal

El presente plan supone que el producto sea vendido a un solo mayorista importador de Rotterdam, el cual distribuya a los locales de expendio que venderán a los consumidores, o de manera directa a quienes desean comprar el licor de cacao.

Es decir que la forma de distribución será la siguiente:

- Productor: quien elabora el licor de cacao.
- Exportador: la empresa “liquor cocoa cía. Ltda.”, que acopia el producto, lo etiqueta, empaca y exporta.
- Importador – Mayorista: quien compra el producto en el puerto de Rotterdam masivamente, y distribuye o coloca el proyecto a los distribuidores o consumidores de Holanda.

En cuanto a la distribución, se sugiere que el comprador utilice una estrategia intensiva, en la que trate de colocar el producto a la mayor cantidad de lugares de expendio, que tengan relación con el tipo de producto, esto asegurará un volumen de exportación planificado en el presente documento.

3.3.3 Estrategias de precio

En Ecuador el precio de comercio en un supermercado, para un producto similar al que se pretende exportar, es de aproximadamente \$15.00. Según se consultó en diferentes sitios web sobre valores de productos en Holanda⁴, una botella pequeña de cerveza está alrededor de 4 euros, lo que equivale a casi 4.48 dólares, mientras que una cerveza en Ecuador puede costar alrededor de \$ 2.50; esto da una idea de que el costo de este tipo de productos es superior en casi 1.8 veces, por lo que la botella de licor de cacao podría venderse al consumidor en cerca de \$26.88, es decir 30 euros.

Del valor indicado, se estima una ganancia de aproximadamente un 40% del valor para la cadena del mayorista y distribuidor, lo que dejaría a un valor aproximado de 18 euros, o \$ 20,23. Sin embargo, con el fin de colocar el producto a un precio atractivo, se pretende vender al mayorista a \$14 cada botella, lo que equivale a 12,47 euros.

La estrategia de un precio bajo, más allá de los cálculos realizados, se sugiere aplicar para que el producto tenga acogida por interesados en Rotterdam, visualizando un margen interesante de ganancias para la venta del licor de cacao en Holanda.

3.3.4 Estrategias de promoción

En cuanto a la promoción del producto, se debe buscar la manera de posicionar la marca en el país de destino, por esto se planea que se realicen al menos dos viajes al año por parte del Gerente de la empresa, para verificar toda la operación con el mayorista, y también vigilar que el producto tenga la publicidad suficiente hacia los distribuidores.

Otra de las estrategias consideradas es que se haga publicidad constante en redes sociales en Rotterdam y Holanda, para lo cual también se ha considerado un rubro cercano a los \$1,000 anuales.

⁴ <http://www.lazapatilla.com/europa/paises-bajos/especial-holanda/coste-de-la-vida-en-holanda/>

Es decir que la principal estrategia sugerida para promocionar y publicitar el licor de cacao que se pretende exportar, será por medio de redes sociales y el sitio web de la empresa. Considerando que en Rotterdam el mayorista invertirá en publicidad en los medios que corresponda para posicionar el producto, pero desde Ecuador el apoyo será por internet, una red usada por la población que se ha segmentado del mercado destino.

3.4 Resultados objetivo 4: Determinar la cadena logística para el plan de exportación de licor de cacao a Rotterdam Holanda.

El proyecto se basa principalmente en la exportación del producto hacia el mercado holandés, por esto a continuación se muestra información relacionada con el tipo de exportación, requisitos, el proceso general y los costos estimados para el trámite de salida, el flete y seguro.

3.4.1 Tipo de carga

CARGA GENERAL.- como su nombre lo indica, es todo tipo de carga de distinta naturaleza que se transporta conjuntamente, en pequeñas cantidades y en unidades independientes. La principal característica es que se pueden contar el número de bultos y en consecuencia se manipulan como unidades. (Muñez, 2003)

Se consideran como carga general, por ejemplo: cilindros, cajas, cartones, botellas, planchas metálicas, etc. que se transportan y almacenan juntas, la carga general,

CARGA CON EMBALAJE: es aquella que por sus características y para ser estibada, con seguridad requiere de la protección de un recipiente o embalaje. por ejemplo. cajas de conservas alimenticias, cajones de repuestos para maquinaria, tambores con aceites comestibles, bidones con químicos, etc.

- Carga paletizada: Mercancías de una misma clase con embalaje estandarizado, agrupadas y aseguradas sobre un palle, formando un solo bulto, listo para manipularlo con mayor rapidez.

Se considera como carga general, ya que la mercancía transportada se utiliza cajas luego es unitarizada en pallets se esta manera sea más fácil manipular para tratar de prevenir inconvenientes al momento de movilizar de un lugar a otro.

3.4.2 Tipo de exportación

Como se indica en la información publicada por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR, 2016), sobre los INCOTERMS:

Las reglas sobre el uso de términos nacionales e internacionales Incoterms 2010 de la Cámara de Comercio Internacional, facilitan el proceso de las negociaciones globales, los mismos definen obligaciones y derechos del comprador y vendedor, describen las tareas, costos y riesgos que implica la entrega de mercancía de la empresa vendedora a la compradora, siempre y cuando el Incoterm 2010 se encuentre establecido en el contrato de compraventa.

De estas normas de uso mundial, para el presente proyecto se ha seleccionado la denominada CIF, que por sus siglas en inglés corresponde a “Costo, Seguro y Flete”. La principal razón de escoger esta forma de negocio, tiene que ver con el atractivo que se produce hacia el comprador, considerando que lo que se busca es contar con un mayorista que importe toda la mercancía, y que la distribuya o coloque internamente en Rotterdam, o incluso en otras ciudades de Holanda y sus países vecinos.

3.4.3 INCOTERM CIF

De manera concreta, con la especificación CIF (Costo, Seguro, Flete) el vendedor se hace cargo del transporte por medio marítimo e incluso del seguro de la carga hasta que esté en el puerto de destino, pero los costos de la gestión de aduana del puerto destino corren por cuenta del comprador, así como también si quien realiza la compra estaría interesado en coberturas diferentes a las contratadas en estos casos. (PROECUADOR, 2016)

De forma más detallada el INCOTERM CIF comprende las siguientes responsabilidades y riesgos para el vendedor y el comprador:

Tabla 25. Costos y responsabilidades para el comprador y vendedor según INCOTERM CIF

FACTOR DEL INCOTERM	RESPONSABILIDAD / RIESGO
Embalaje	Vendedor
Carga al camión o contenedor	Vendedor
Transporte interior origen	Vendedor
Formalidades aduaneras de exportación	Vendedor
Costes manipulación en terminal de origen	Vendedor
Transporte principal internacional	Coste para el vendedor y riesgo para el comprador
Seguro	Coste para el vendedor y riesgo para el comprador
Costes manipulación en terminal destino	Comprador
Transporte interior destino	Comprador
Formalidades aduaneras de exportación (aranceles e impuestos)	Comprador
Descarga de mercancía	Comprador

Fuente: (Dorta, 2013, pág. 45)

3.4.4 Requisitos para exportar

Como requisitos para ser exportador, según la información de (PROEcuador, 2016) son:

Pueden realizar exportaciones tanto los ecuatorianos como los extranjeros residentes en el país, como personas naturales o jurídicas. Para poder exportar es necesario cumplir los siguientes requisitos para ser exportador ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENA E:

- Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Registrarse en la Página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).

Los requisitos para el trámite de exportación, deben estar acompañados siempre de la siguiente documentación:

- “RUC de exportador.

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- Documento de Transporte.” (PROECUADOR, 2016)

La Declaración Aduanera de Exportación (DAE), debe tener los siguientes datos:

- “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.” (SENAE, 2012)

Con respecto a la documentación requerida, según la Guía comercial de Países bajos, elaborada por (PROECUADOR, 2012):

El documento común para efectuar la declaración de importación en los países miembros de la UE, es el Documento Único Administrativo (DUA), establecido en el Código Aduanero Comunitario. La declaración debe presentarse en la lengua oficial de Países bajos o en inglés ante las autoridades aduaneras del Estado. Este documento se lo debe presentar a través de un sistema automático conectado a la aduana o en las oficinas aduaneras designadas. (pág. 23)

Sobre el empaquetado y etiquetado de los productos, se presenta la siguiente información:

Tabla 26. Reglas de embalaje y etiquetado en los Países Bajos

El embalaje	Los Países bajos respetan la normativa de la UE relativa al envasado. Existen diferencias en el envasado de los productos agrícolas y alimentarios.
Idiomas permitidos en el embalaje y el etiquetado	El etiquetado tiene que estar en un idioma que los consumidores puedan entender fácilmente; en la práctica son los idiomas oficiales del Estado miembro. En la UE se permite incluir etiquetados en varios idiomas.
Unidades de medida autorizadas	Todos los productos importados, al igual que los documentos de transporte, deben presentar unidades métricas de peso y medida.
Marcado de origen "Hecho en"	En el caso de la comida y la bebida.
Normativa relativa al etiquetado	Usted puede ver la lista de los requisitos de etiquetado Países Bajos.
Reglamentos específicos	Existen para una serie de productos. Más información en el sitio de la Oficina de los Estados Unidos por los Impuestos y el Comercio.

Fuente: (Santandertrade, 2015)

Más específicamente, los requerimientos de etiquetado para bebidas alcohólicas para Países Bajos, son las siguientes⁵:

Requisitos de etiquetado

La siguiente información debe estar presente en la etiqueta:

- Tipo de producto (Marcas, marcas o nombres de fantasía no pueden sustituir el nombre genérico / producto, pero puede ser utilizado además del nombre del producto)
- Lista de ingredientes precedida por la palabra "ingredientes"; debe mostrar todos los ingredientes (incluidos los aditivos) en orden decreciente de peso según lo registrado en el momento de su uso en la fabricación y designado por su nombre específico. En el caso de aquellos productos que pueden contener ingredientes que puedan causar alergias o intolerancias, una clara indicación debe darse en la etiqueta con la palabra "contiene" seguida del nombre del ingrediente. Sin embargo, no será necesaria esta indicación

⁵ La información ha sido tomada textualmente del sitio web TTBgov, y traducida del inglés al español para su mejor comprensión.

proporcionó el nombre específico está incluido en la lista de ingredientes.

- Cantidad neta en unidades métricas (litro, centilitro, mililitro)
- Fecha de duración mínima - no se requiere para el vino y las bebidas que contengan más de 10% de alcohol por volumen
- Condiciones especiales para mantener o uso (si procede)
- Nombre o razón social y la dirección del fabricante, envasador o el importador establecido en la Unión Europea
- País de origen o de procedencia
- El contenido de alcohol de las bebidas que contengan más del 1,2% en volumen
- La identificación del lote con la inscripción precedido por la letra "L". (TTB, 2010)

La etiqueta de producto contempla todos los requisitos mencionados y se muestra en la siguiente figura:

Figura 8. Etiqueta del producto



Elaborado por: Stalin Morales

El envase es el recipiente que tiene contacto directo con el producto y tiene como función protegerlo. El producto es entregado por el proveedor directamente en el siguiente envase:

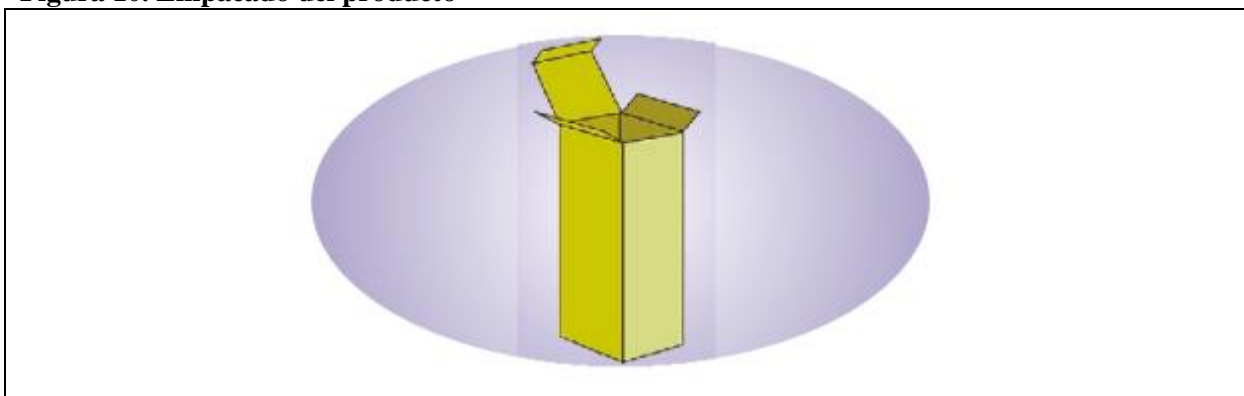
Figura 9. Envasado del producto



Fuente: Adaptado de imágenes de google.

El empaque del producto contempla la presentación comercial del producto, consistente en una caja rectangular en la que la botella encaje, lo que proporciona un atractivo visual adicional a la protección que se le otorga a la botella.

Figura 10. Empacado del producto



Fuente: (ProExport Colombia, 2003, pág. 5)

El utilizar cajas rectangulares facilitará las tareas de organización de todo el producto para su colocación en el embalaje. En el embalaje se colocarán doce botellas en cada caja y en cada una debe detallarse el tipo de carga como frágil, mediante el símbolo de copa de cristal como se muestra en la siguiente figura:

Figura 11. Embalaje del producto



Fuente: (ProExport Colombia, 2003, pág. 5)

3.4.5 Proceso de exportación

Según información del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE, 2012), el proceso comienza 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, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

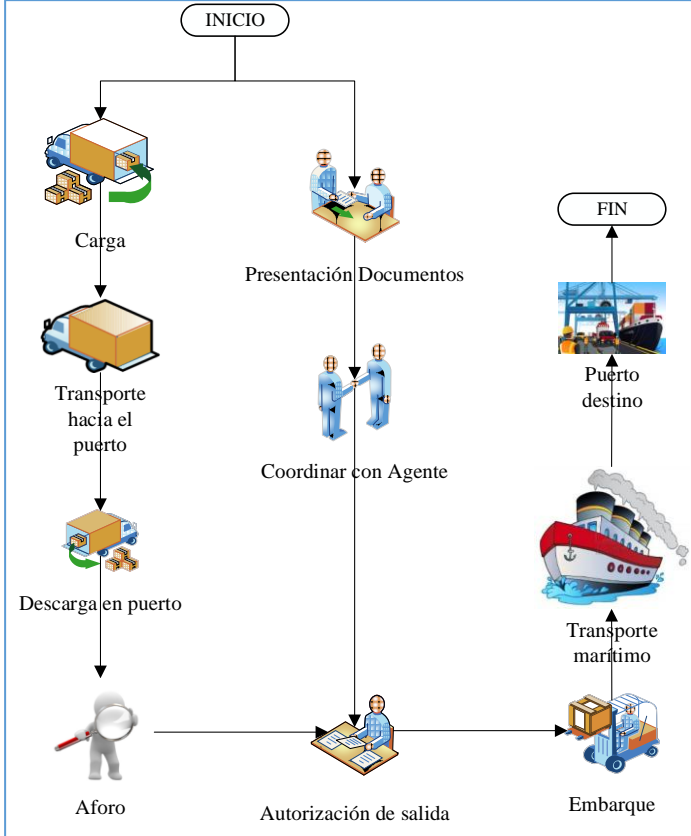
En general los pasos del proceso son los siguientes:

- Transmisión electrónica de la DAE (incluyendo factura y certificado de origen).
- Aceptación de la DAE.
- Ingreso de mercancía a la “Zona Primaria del distrito en donde se embarca”.
- Almacenamiento previo a la exportación.
- Notificación del canal de aforo (puede ser documental, físico o automático)
- Si es aforo automático, la autorización de salida será también automática cuando ingresa la carga a la zona primaria.
- Si es aforo documental, “procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades.”, luego de lo que se dará la autorización de la salida para la carga.
- Si es aforo físico, se procede a la revisión documental y también a la física de la carga, para luego otorgar la autorización de salida. (SENAE, 2012)

En general, para el presente proyecto, el proceso de exportación inicia con el despacho de mercancía en la empresa, luego del transporte hacia el puerto, se descarga la mercancía y se procede al aforo; de manera simultánea se presenta los documentos y coordina las gestiones con el agente respectivo. Una vez autorizada la salida se procede al embarque, se realiza el transporte marítimo, y finalmente al momento de llegar al puerto destino, se termina la responsabilidad del vendedor, según el Incoterm pactado con el comprador, y termina el proceso para la empresa, ya que las revisiones y gestiones posteriores conciernen a quien compró la mercancía.

El siguiente flujo muestra gráficamente el proceso descrito:

Figura 12. Proceso general de exportación



Elaborado por: Stalin Morales

3.4.5.1 Transporte del producto

El transporte del producto se lo realizará de la siguiente manera:

- Punto de elaboración (proveedor) a Centro de Acopio

- Transporte Terrestre “puerta a puerta” mediante camiones con ventilación adecuada. El producto no necesita refrigeración.
- Ruta: Tumbaco-Tumbaco.
- Tiempo aproximado: 20 minutos.
- Centro de Acopio a Puerto de Embarque
 - Transporte Terrestre “puerta a puerta” mediante camiones con ventilación adecuada. El producto no necesita refrigeración.
 - Ruta: Tumbaco –Ambato - Riobamba - Guayaquil
 - Tiempo aproximado: 6 horas.

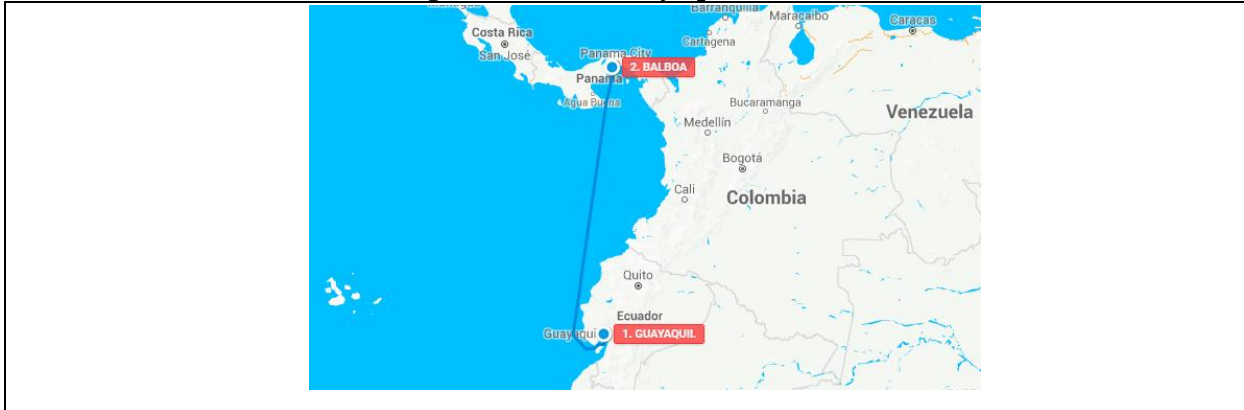
Figura 13. Ruta Tumbaco Guayaquil, 428 km



Fuente: Googlemaps (2016)

- Puerto de embarque-Cliente final
 - Transporte marítimo: Transporte de carga fraccionada.
 - Ruta: Guayaquil – Balboa (Panamá), Manzanillo (Panamá) – Santa Marta – Rotterdam.
 - Tiempo aproximado:
 - Guayaquil – Balboa (Panamá) 2 días

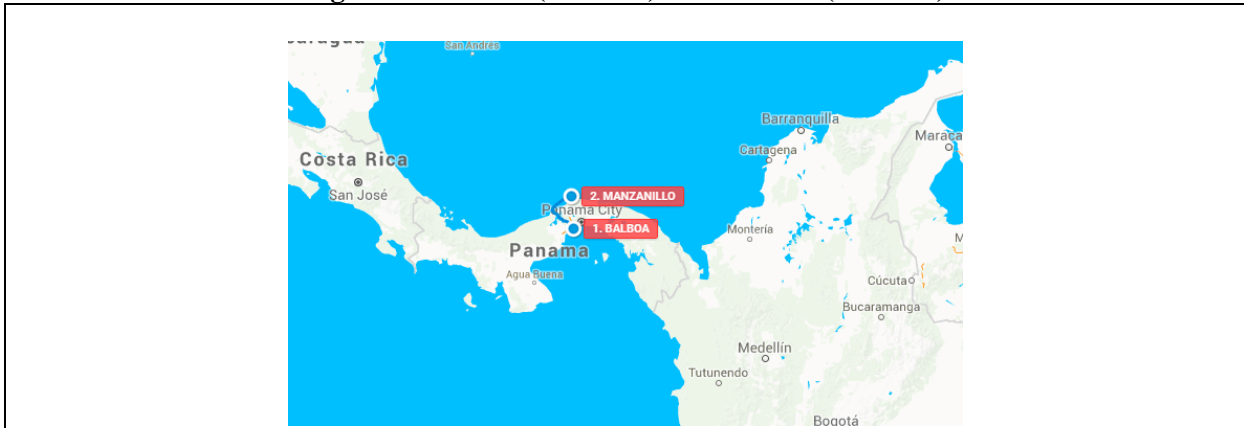
Figura 14. Ruta Guayaquil - Balboa



Fuente: (SeaRates, 2016)

- Balboa (Panamá)- Manzanillo (Panamá) 5 horas

Figura 15. Balboa (Panamá)- Manzanillo (Panamá)



Fuente: (SeaRates, 2016)

- Manzanillo (Panamá) – Santa Marta 1 día

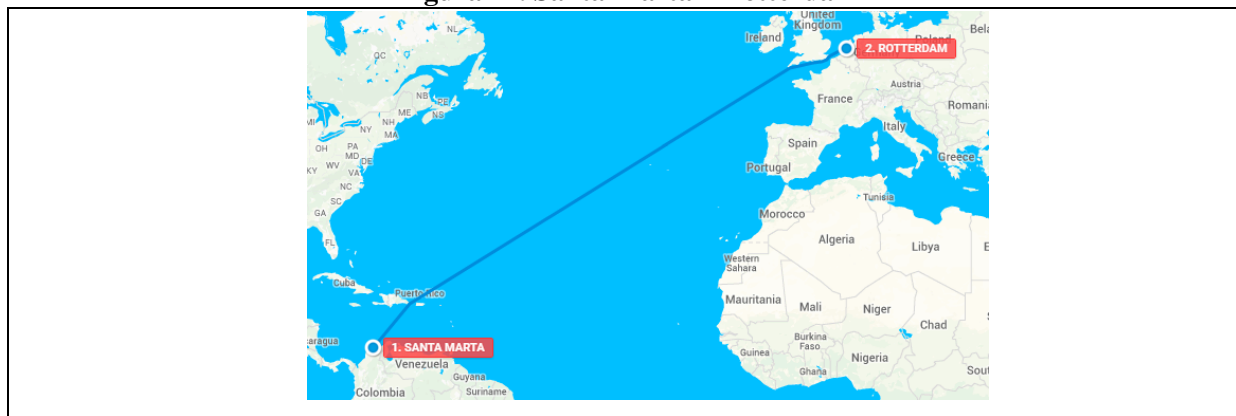
Figura 16. Manzanillo (Panamá) – Santa Marta



Fuente: (SeaRates, 2016)

- Santa Marta – Rotterdam. 13 días

Figura 17. Santa Marta – Rotterdam



Fuente: (SeaRates, 2016)

- Tiempo total aproximado: 17 días

3.4.6 Costos de exportación

En función de lo que se ha definido, se identificaron los costos del producto, la utilidad estimada, y sobre eso se calculan los costos referenciales para la exportación, considerando incluso el transporte marítimo y el seguro de la carga hasta poner la mercancía en el puerto destino, donde se hará cargo el comprador. A continuación se muestra el siguiente cuadro que presenta los valores referenciales, con los que se puede determinar un costo unitario para el comprador de \$13.96 cada botella, colocado en su puerto:

Tabla 27. Costos de exportación, US Dólar

Descripción	Valor por envío	# de envíos	Valor anual	Valor por pallet	Valor por caja	Valor por botella
Costo total	79,648.95	12	955,787.40	3,792.81	140.47	11.71
Utilidad	8,803.05	12	105,636.60	419.19	15.53	1.29
EXW (en fábrica)	88,452.00		1,061,424.00	4,212.00	156.00	13.00
Documentos de exportación	20.00	12	240.00	0.95	0.04	0.00
FCA (Franco porteador)	88,472.00		1,061,664.00	4,212.95	156.04	13.00
Transporte interno (Planta - Puerto)	800.00	12	9,600.00	38.10	1.41	0.12
Porteo de contenedor	41.00	12	492.00	1.95	0.07	0.01
Agente afianzado	150.00	12	1,800.00	7.14	0.26	0.02
Recepción de contenedores	40.00	12	480.00	1.90	0.07	0.01
Otros (copias, sellos)	30.00	12	360.00	1.43	0.05	0.00
FOB (Franco a bordo)	89,533.00		1,074,396.00	4,263.48	157.91	13.16
Transporte externo	1,000.00	12	12,000.00	47.62	1.76	0.15
CFR (Costo y flete)	90,533.00		1,086,396.00	4,311.10	159.67	13.31
Seguro de mercadería	4,422.60	12	53,071.20	210.60	7.80	0.65
CIF (Costo, seguro y flete)	94,955.60		1,139,467.20	4,521.70	167.47	13.96

Fuente: (Contecon, 2016); (BancoMundial, 2016)

Elaborado por: Stalin Morales

Con ese costo, y luego de los trámites que correspondan, se sugiere el precio de cada botella en el país de destino de aproximadamente \$20.00.

3.5 Resultados objetivo 5: Efectuar un análisis económico y financiero del proyecto.

En este punto se verifican los aspectos económicos y financieros del proyecto, que parten en función de las estimaciones de mercado, así como de los elementos revisados en el apartado técnico.

3.5.1 Inversión inicial

El siguiente cuadro presenta de manera resumida la inversión requerida para iniciar con el proyecto:

Tabla 28. Inversión Inicial, US Dólar

Descripción	Valor
Propiedad, planta y equipo	7,786.68
Gastos iniciales (incluye adecuación del local)	6,487.20
Capital de trabajo	162,525.94
Inversión inicial	176,799.82

Elaborado por: Stalin Morales

3.5.1.1 Bienes

De acuerdo a lo revisado en el punto 3.2.5, los valores de los bienes tangibles necesarios para iniciar con el proyecto son los siguientes:

Tabla 29. Bienes requeridos, US Dólar

Descripción	Valor Total
Equipos de operación	800.00
Mobiliario	4,115.00
Equipos de oficina	205.00
Equipos computación	1,570.00
Accesorios	944.00
Subtotal	7,634.00
Imprevistos 2%	152.68
Total	7,786.68

Elaborado por: Stalin Morales

3.5.1.2 Capital de trabajo

El capital de trabajo representa el 92% de la inversión inicial, es decir casi la totalidad, esto debido a que por el giro del negocio, no se requieren inversiones grandes en bienes o gastos iniciales, sino que la necesidad está en los gastos de los productos a exportar, seguido por los valores requeridos para la exportación.

Tabla 30. Capital de trabajo, US Dólar

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual	Valor 2 meses
Producto a exportar	66,701.88	800,422.56	133,403.76
Mano de obra operativa	1,077.32	12,927.89	2,154.65
Costos indirectos de operación	552.95	6,635.36	1,105.89
Costos de exportación	6,503.60	78,043.20	13,007.20
Gastos Administrativos	3,807.33	45,687.98	7,614.66
Gastos de Ventas	2,619.89	31,438.68	5,239.78
Total	81,262.97	975,155.67	162,525.94

Elaborado por: Stalin Morales

Se requiere un capital de trabajo para dos meses, ya que se esperan pagos a máximo 30 días de lo que llega la mercancía a Rotterdam. Considerando que el envío del primer mes llegará al segundo y el pago estará como máximo para el tercer mes, por esto ya no se requiere más dinero al inicio, sino que en función del pago a proveedores locales de 30 días se puede salir adelante con la operación desde el tercer mes.

3.5.1.3 Fuentes y usos

Se considera que del total requerido como inversión, los socios aportarán 33%, cerca de 60,000 USD, mientras que el resto se requerirá por medio de préstamo a la Corporación Financiera Nacional, como primera opción para conseguir los recursos.

Tabla 31. Fuentes y usos, US Dólar

Detalle de Inversiones	Valores	Inversión		Crédito	
		Valor	%	Valor	%
Equipos de operación	816.00	816.00	100%	-	0%
Mobiliario	4,197.30	4,197.30	100%	-	0%
Equipos de oficina	209.10	209.10	100%	-	0%
Equipos computación	1,601.40	1,601.40	100%	-	0%
Inventarios	962.88	962.88	100%	-	0%
Gastos iniciales (incluye adecuación del local)	6,487.20	2,594.88	40%	3,892.32	60%
Capital de trabajo	162,525.94	48,757.78	30%	113,768.16	70%
Total Inversión	176,799.82	59,139.34	33%	117,660.48	67%

Elaborado por: Stalin Morales

3.5.1.4 Financiamiento

Según la condiciones de crédito de la Corporación Financiera Nacional, el interés máximo por el monto y según el tipo de préstamo es de 11.5% anual, el tiempo para capital de trabajo es de hasta 3 años, considerando que el socio debe poner un 30% y la CFN presta hasta el 70% para proyectos nuevos.

Tabla 32. Tabla de amortización resumida anualmente, US Dólar

Años	Capital	Interés	Cuota
1	34,826.44	11,733.24	46,559.67
2	39,049.47	7,510.21	46,559.67
3	43,784.58	2,775.09	46,559.67
Total	117,660.48	22,018.54	139,679.02

Elaborado por: Stalin Morales

3.5.2 Operación

La operación valida los ingresos y egresos totales del negocio, para proyectar la situación económica de los siguientes años, y evaluar si es viable.

3.5.2.1 Ingresos

Los ingresos se han establecido considerando un número estimado de botellas vendidas al año, partiendo de la demanda insatisfecha y la capacidad del proyecto. El precio va creciendo cada año por incidencia de la inflación anual estimada. De manera adicional, el proyecto considera un crecimiento anual del 5% en cuanto al volumen de botellas que se expenderán al

comprador. La siguiente tabla muestra los valores anuales de ingresos que se espera recibir en los primeros 5 años de operación del proyecto:

Tabla 33. Ingresos proyectados, US Dólar

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
# de cajas de 12 botellas	6804	7144	7501	7876	8270
Valor de cada caja	156.00	161.27	166.72	172.36	178.18
Total anual	1,061,424.00	1,152,165.14	1,250,663.74	1,357,582.98	1,473,642.75

Elaborado por: Stalin Morales

3.5.2.2 Egresos

Dentro de los egresos se consideran a los costos y a los gastos. Los costos, que son los valores que impactan directamente en el producto a exportar, se muestran de manera resumida para el primer año en el siguiente cuadro:

Tabla 34. Costos del primero año, US Dólar

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Producto a exportar	66,701.88	800,422.56
Mano de obra operativa	1,077.32	12,927.89
Costos indirectos de operación	574.45	6,893.42
Total	68,353.66	820,243.87

Elaborado por: Stalin Morales

Tabla 35. Producto a exportar, unidades y valor US Dólar

Descripción	Unidad	Año 1		
		Cant	V. Unit	V. Año
Botella de licor de cacao	Unidad	81648	9.50	775,656.00
Caja de madera	Unidad	6804	1.00	6,804.00
Etiquetas adhesivas	Unidad	81648	0.10	8,164.80
Etiquetas colgantes	Unidad	81648	0.12	9,797.76
Total				800,422.56

Tabla 36. Mano de Obra directa, US Dólar

Mano de obra directa		
Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Personal	1,056.20	12,674.40
Subtotal	1,056.20	12,674.40
Imprevistos 2%	21.12	253.49
Total	1,077.32	12,927.89

Elaborado por: Stalin Morales

Tabla 37. Costos indirectos de operación, US Dólar

Costos indirectos de operación

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Insumos indirectos	74.38	892.50
Renta local y Servicios básicos	421.50	5,058.00
Reposición inventarios	24.07	288.86
Depreciación de activos fijos	21.51	258.06
Mantenimiento de activos fijos	13.95	167.43
Seguros de activos fijos	7.78	93.40
Subtotal	563.19	6,758.26
Imprevistos 2%	11.26	135.17
Total	574.45	6,893.42

Elaborado por: Stalin Morales

Tabla 38. Insumos indirectos, US Dólar

Insumos indirectos

Descripción	Unidad	Año 1		
		Cant	V. Unit	V. Año
Cintas de embalaje	Unidad	63	1.50	94.50
Strech film	Unidad	11	4.00	42.00
Pallet	Unidad	252	3.00	756.00
				-
Total				892.50

Elaborado por: Stalin Morales

Tabla 39. Depreciación, US Dólar

Depreciación

Descripción	Valor Total	Vida útil	% Deprec. Anual	Deprec. Anual
Equipos de operación	816.00	10	10%	81.60
Mobiliario	4,197.30	10	10%	419.73
Equipos de oficina	209.10	10	10%	20.91
Equipos computación	1,601.40	3	33%	533.80
Total	6,823.80			1,056.04

Elaborado por: Stalin Morales

Tabla 40. Mantenimiento Activos fijos, US Dólar

Mantenimiento activos fijos

Descripción	Valor Total	% Manten.	Valor Anual
Equipos de operación	816.00	5.0%	40.80
Mobiliario	4,197.30	4.0%	167.89
Equipos de oficina	209.10	5.0%	10.46
Equipos computación	1,601.40	5.0%	80.07
Subtotal	6,823.80		299.22
Impresitos 2%			5.98
Total			305.20

Elaborado por: Stalin Morales

Tabla 41. Seguros activos fijos, US Dólar

Seguro activos fijos

Descripción	Valor Total	% Prima	Valor Anual
Equipos de operación	816.00	3.0%	24.48
Mobiliario	4,197.30	2.0%	83.95
Equipos de oficina	209.10	2.0%	4.18
Equipos computación	1,601.40	3.0%	48.04
SUBTOTAL:	6,823.80		160.65
IMPREVISTOS 2%			3.21
Total			163.86

Elaborado por: Stalin Morales

Tabla 42. Valor inventarios, US Dólar

Valor Inventarios			962.88
Valor anual de reposición para Inventarios		30%	288.86

Elaborado por: Stalin Morales

El valor de reposición para inventarios es alto (30%), porque se considera anualmente: la recarga de extintores, compra de zapatos y fajas, y un porcentaje de reposición de otros accesorios.

Por otro lado se han considera gastos administrativos, de ventas y financieros:

Tabla 43. Gastos administrativos, US Dólar

Gastos Administrativos

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Personal	1,967.33	23,607.90
Honorarios Contador	685.44	8,225.28
Servicio de Seguridad	913.92	10,967.04
Suministros	44.72	536.62
Renta local y Servicios básicos	179.01	2,148.12
Depreciación de activos fijos	66.50	797.98
Mantenimiento de activos fijos	11.20	134.42
Seguros de activos fijos	5.72	68.59
Total	3,873.83	46,485.96

Elaborado por: Stalin Morales

Tabla 44. Gastos de ventas, US Dólar

Gastos de Ventas

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Viajes y Publicidad	850.85	10,210.20
Comisión por ventas	1,769.04	21,228.48
Total	2,619.89	31,438.68

Elaborado por: Stalin Morales

Tabla 45. Gastos financieros, US Dólar

Gastos Financieros

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Intereses crédito	977.77	11,733.24
Total	977.77	11,733.24

Elaborado por: Stalin Morales

Tabla 46. Servicios básicos, US Dólar

Servicios básicos

Servicio	Valor Mensual	Valor Anual	% Operativo	Valor Mensual	Valor Anual	% Administ.	Valor Mensual	Valor Anual
Renta local	500.00	6,000.00	80%	400.00	4,800.00	20%	100.00	1,200.00
Agua potable	15.00	180.00	50%	7.50	90.00	50%	7.50	90.00
Energía eléctrica	40.00	480.00	30%	12.00	144.00	70%	28.00	336.00
Servicio telefónico	20.00	240.00	10%	2.00	24.00	90%	18.00	216.00
Servicio de internet	22.00	264.00	0%	-	-	100%	22.00	264.00
Subtotal	597.00	7,164.00		421.50	5,058.00		175.50	2,106.00
Imprevistos 2%	11.94	143.28		8.43	101.16		3.51	42.12
Total	608.94	7,307.28		429.93	5,159.16		179.01	2,148.12

Elaborado por: Stalin Morales

Tabla 47. Viajes y publicidad, US Dólar

Viajes y Publicidad

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual	Frecuencia
Tarjetas de presentación	100	0.50	4.17	50.00	Anual
Pasajes aéreos	2	3,500.00	583.33	7,000.00	Semestral
Viáticos	2	1,000.00	166.67	2,000.00	Semestral
Redes sociales	1	80.00	80.00	960.00	Mensual
Subtotal			834.17	10,010.00	
Imprevistos 2%			16.68	200.20	
Total			850.85	10,210.20	

Elaborado por: Stalin Morales

Tabla 48. Suministros oficina, US Dólar

Suministros oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Anual
Resmas de papel	2	4.00	8.00
Caja de esferos	4	4.50	18.00
Carpetas archivadoras	24	3.00	72.00
Resaltadores	24	1.00	24.00
Cajas de clips	12	0.80	9.60
Cajas de grapas	1	1.50	1.50
Folders	100	0.25	25.00
Caja de lápices	2	4.00	8.00
Tintas para impresora	4	30.00	120.00
Útiles de aseo oficina	12	20.00	240.00
Subtotal			526.10
Imprevistos 2%			10.52
Total			536.62

Elaborado por: Stalin Morales

Con estos datos estimados para el primer año, se procede a considerar la inflación en cuanto a valores, y el crecimiento del 5% en cantidades, con lo que se obtiene el siguiente cuadro de egresos totales de los próximos 5 años:

Tabla 49. Egresos proyectados, US Dólar

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Operativos	820,243.87	897,253.14	972,491.19	1,054,111.71	1,142,658.68
Producto a exportar	800,422.56	868,850.68	943,128.73	1,023,756.80	1,111,277.77
Mano de obra operativa	12,927.89	21,276.03	21,995.16	22,738.60	23,507.16
Costos indirectos de operación	6,893.42	7,126.42	7,367.29	7,616.31	7,873.74
Costos Exportación	78,043.20	80,681.22	83,408.40	86,227.75	89,142.41
Trámites y transporte interno	12,972.00	13,410.51	13,863.83	14,332.48	14,816.97
Transporte externo	12,000.00	12,405.65	12,825.01	13,258.55	13,706.74
Seguro de mercadería	53,071.20	54,865.06	56,719.55	58,636.72	60,618.69
Gastos Administrativos	52,973.16	49,580.42	51,222.67	52,920.89	54,676.93
Personal	23,607.90	25,963.15	26,840.71	27,747.92	28,685.80
Honorarios Contador	8,225.28	8,503.29	8,790.71	9,087.83	9,395.00
Servicio de Seguridad	10,967.04	11,337.73	11,720.94	12,117.11	12,526.67
Suministros	536.62	554.76	573.51	592.90	612.94
Renta local y Servicios básicos	2,148.12	2,220.73	2,295.79	2,373.38	2,453.61
Depreciación de activos fijos	797.98	797.98	797.98	797.98	797.98
Mantenimiento de activos fijos	134.42	138.96	143.66	148.52	153.54
Seguros de activos fijos	68.59	63.82	59.38	55.25	51.40
Gastos iniciales	6,487.20	-	-	-	-
Gastos Ventas	31,438.68	33,598.61	35,925.35	38,432.56	41,135.05
Viajes y Publicidad	10,210.20	10,555.30	10,912.07	11,280.90	11,662.20
Comisión por ventas	21,228.48	23,043.30	25,013.27	27,151.66	29,472.85
Gastos Financieros	11,733.24	7,510.21	2,775.09	-	-
Intereses crédito	11,733.24	7,510.21	2,775.09	-	-
Costos totales al año	994,432.14	1,068,623.59	1,145,822.70	1,231,692.92	1,327,613.07

Elaborado por: Stalin Morales

3.5.2.3 Proyección de resultados

Con los ingresos y egresos totales calculados y proyectados, se procede a esbozar el estado de resultados para los primeros 5 años del proyecto, con el fin de validar la rentabilidad de la operación. La siguiente tabla muestra los ingresos menos los costos y gastos para cada año, y se observa que hay una utilidad que va desde el 4% en el año 1, hasta más del 6% en el año 5:

Tabla 50. Proyección de resultados, US Dólar

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	1,061,424.00	1,152,165.14	1,250,663.74	1,357,582.98	1,473,642.75
Costo de ventas	898,287.07	977,934.35	1,055,899.58	1,140,339.47	1,231,801.09
Utilidad bruta	163,136.93	174,230.78	194,764.15	217,243.51	241,841.66
Gastos administrativos	52,973.16	49,580.42	51,222.67	52,920.89	54,676.93
Gastos ventas	31,438.68	33,598.61	35,925.35	38,432.56	41,135.05
Utilidad operacional	78,725.09	91,051.75	107,616.13	125,890.06	146,029.68
Gastos financieros	11,733.24	7,510.21	2,775.09	-	-
Utilidad antes de utilidades	66,991.86	83,541.55	104,841.04	125,890.06	146,029.68
Participación de trabajadores (15%)	10,048.78	12,531.23	15,726.16	18,883.51	21,904.45
Utilidad antes de impuestos	56,943.08	71,010.31	89,114.88	107,006.55	124,125.23
Impuesto a la renta (22%)	12,527.48	15,622.27	19,605.27	23,541.44	27,307.55
Utilidad neta	44,415.60	55,388.04	69,509.61	83,465.11	96,817.68

Elaborado por: Stalin Morales

De acuerdo al giro de negocio, el margen bruto del proyecto está entre el 15% y 16%, lo que implica que los costos equivalen al 85% de los ingresos, mientras que los gastos son aproximadamente un 10%.

3.5.2.4 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio, considerando el valor unitario de la botella y los costos detallados, se ubica en 51.752 unidades, y en un valor de \$ 672,774, según constan los siguientes cálculos:

$$PE (Q) = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo variable unitario}}$$

$$PE (Q) = \frac{115,966.38}{13.00 - 10.76}$$

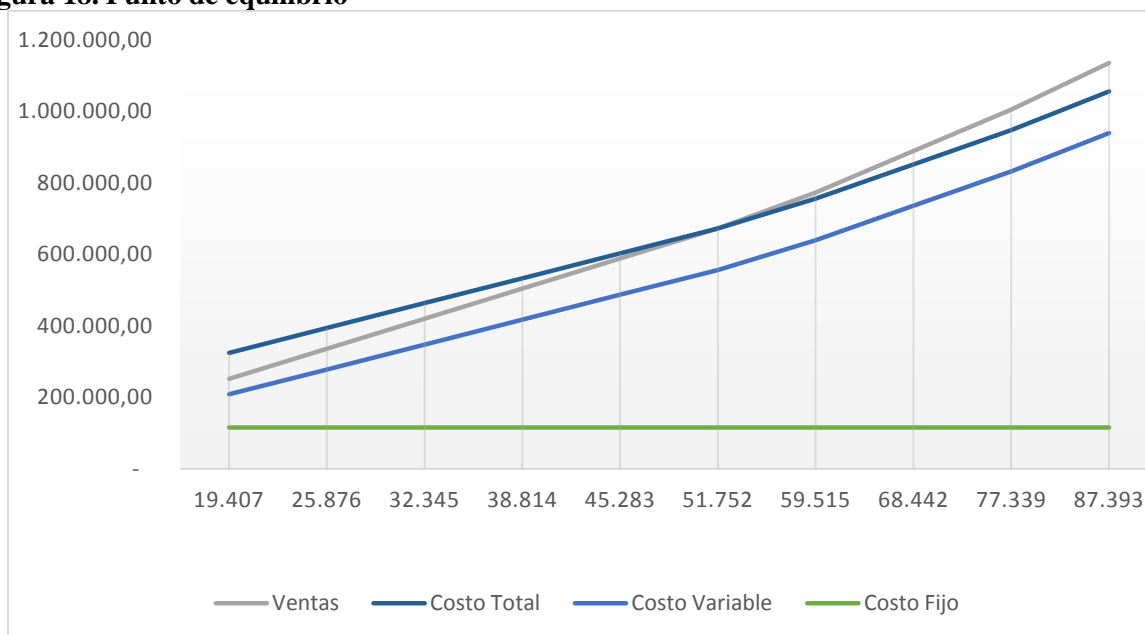
$$PE (Q) = 51,751.83$$

$$PE (\$) = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable unitario}}{\text{Ingresos}}}$$

$$PE (\$) = \frac{115,966.38}{1 - \frac{10.76}{13.00}}$$

$$PE (\$) = 672,773.76$$

Figura 18. Punto de equilibrio



Elaborado por: Stalin Morales

El siguiente cuadro permite confirmar la viabilidad económica del proyecto, considerando que todos los años se tendrán ingresos superiores a los calculados como punto de equilibrio:

Tabla 51. Punto de equilibrio proyectado, US Dólar

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Fijo	115,966.38	119,091.69	119,285.57	121,708.36	127,192.89
Costo Variable	878,465.76	949,531.90	1,026,537.13	1,109,984.56	1,200,420.18
Ingresos	1,061,424.00	1,152,165.14	1,250,663.74	1,357,582.98	1,473,642.75
P. Equilibrio en valor	672,773.76	677,150.98	665,633.32	667,327.34	686,022.67
Costo Variable Unitario	10.76	11.08	11.40	11.74	12.10
Precio de venta unitario	13.00	13.44	13.89	14.36	14.85
P. Equilibrio en unidades	51,751.83	50,385.51	47,909.17	46,460.73	46,200.75

Elaborado por: Stalin Morales

3.5.3 Evaluación financiera

Finalmente, la evaluación financiera utiliza el cálculo de indicadores para confirmar la factibilidad financiera del proyecto, los cuales se muestran a continuación.

3.5.3.1 Flujo de efectivo

Para plantear el flujo de efectivo, se parte de la utilidad neta, se retiran las depreciaciones, debido a que no son egresos de dinero, se considera el valor residual de los bienes a ese momento. Se considera la recuperación del capital de trabajo que fue invertido al principio del

proyecto, y se registra el pago del capital del préstamo obtenido. Es importante indicar que en el año 4 se invierte nuevamente en computadores, que terminaron su vida útil hasta el final del año 3. Con estos datos se comprueba que existen flujos positivos en todos los años:

Tabla 52. Punto de equilibrio, US Dólar

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad neta		44,415.60	55,388.04	69,509.61	83,465.11	96,817.68
Depreciaciones		1,056.04	1,056.04	1,056.04	1,056.04	1,056.04
Valor residual						3,145.00
Recuperación capital de trabajo						162,525.94
Inversiones	176,799.82				1,601.40	
Préstamo	117,660.48					
Amortización deuda		34,826.44	39,049.47	43,784.58	-	-
Flujo neto de caja	(59,139.34)	10,645.20	17,394.62	26,781.07	82,919.75	263,544.66

Elaborado por: Stalin Morales

3.5.3.2 Tasa de descuento

La tasa de descuento representa el valor mínimo que se esperaría ganar por parte de los inversionistas, la fórmula utilizada considera las tasas activa y pasiva, un porcentaje de riesgo y la inflación:

3.5.3.3 Valor actual neto

El valor actual neto, es un indicador que permite verificar que el proyecto sea financieramente viable, al comparar la inversión con los flujos futuros que se espera recibir, pero trayéndolos a valor presente. El cálculo para el proyecto es el siguiente:

Tabla 53. Valor actual neto, US Dólar

Año	Flujo neto caja	(1+i) ⁿ	FNC/(1+i) ⁿ
0	(59,139.34)		(59,139.34)
1	10,645.20	1.15	9,245.54
2	17,394.62	1.33	13,121.13
3	26,781.07	1.53	17,545.36
4	82,919.75	1.76	47,181.38
5	263,544.66	2.02	130,240.18
Total	401,285.30		158,194.25

Elaborado por: Stalin Morales

Se espera recibir más de 400 mil dólares en los primeros 4 años del proyecto, pero traídos a valor presente el monto sería de casi 160 mil dólares, lo cual es más del doble de la inversión que realizarán los socios; por tanto, y según este indicador, el proyecto es financieramente factible.

3.5.3.4 Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno es otro indicador que permite medir la factibilidad de un proyecto, al aplicar el concepto al plan de exportación de licor de cacao a Rotterdam Holanda, se obtiene una tasa aproximada de 59,60%:

Tabla 54. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno

Cálculo TIR con fórmula

Año	Flujo neto caja	VAN CON Tm	VAN CON TM
		53%	65%
0	(59,139.34)	(59,139.34)	(59,139.34)
1	10,645.20	6,957.65	6,451.64
2	17,394.62	7,430.74	6,389.21
3	26,781.07	7,477.45	5,961.78
4	82,919.75	15,131.86	11,187.22
5	263,544.66	31,433.81	21,549.37
Total		9,292.17	(7,600.13)
Tm	53%		
TM	65%		
VPN_m	9,292.17		
VPN_M	(7,600.13)		
TIR	59.60%		

Elaborado por: Stalin Morales

Fórmula utilizada de extrapolación:

Si se compara esta cifra con la tasa de descuento, o tasa mínima requerida, la TIR es superior, ya que equivale a 4 veces lo mínimo aceptable para realizar la inversión. En función de este otro indicar también se confirma la viabilidad financiera del proyecto.

3.5.3.5 Recuperación de la inversión

Para el cálculo de la recuperación de la inversión, se utiliza la siguiente fórmula:

En donde:

Tabla 55. Período de recuperación de la inversión

Año	Flujo neto caja	Ingresos acumulados
0	-59,139.34	
1	10,645.20	10,645.20
2	17,394.62	28,039.82
3	26,781.07	54,820.89
4	82,919.75	137,740.64
5	263,544.66	401,285.30
TR =	3.05	

3 años

0 meses

0.6

2 días

1.8

TR = Tiempo de recuperación

a = # año del ingreso acumulado inmediato menor al valor de inversión

b = Valor de la inversión (positivo)

c = Ingreso acumulado inmediato menor al valor de inversión

d = Flujo efectivo del período posterior de "a"

Elaborado por: Stalin Morales

Y se obtiene un tiempo de 3.05, que equivale a 3 años, y 2 días, tiempo que está dentro del período proyectado.

CAPÍTULO 4

DISCUSIÓN

4.1 Conclusiones

Objetivo 1: Efectuar el estudio de mercado del plan de exportación de licor de cacao a Rotterdam – Holanda en el 2016 para determinar la demanda y oferta.

- Holanda es un país que tiene una relación comercial con Ecuador, siendo las rosas uno de los principales productos que se exportan hacia el país europeo. Actualmente no se exporta licor de cacao a ese destino; sin embargo, debido al consumo de bebidas alcohólicas espirituosas de la población de Rotterdam, que para el año 2015 representó a 1.793 toneladas anuales, se detectó que existe la factibilidad de mercado para cubrir una demanda potencial insatisfecha que equivale entre el 80% y 90% del consumo anual establecido para los siguientes años. En ese contexto, el proyecto aspira cubrir únicamente entre el 7% y 9% en los siguientes 5 años.

Objetivo 2: Desarrollar un estudio técnico del plan de exportación de licor de cacao.

- Dar a conocer el tamaño del mercado, dimensionar la capacidad instalada para cubrir entre el 7% y 9% de la demanda insatisfecha, lo que equivale a exportar 6.804 botellas el primer año, y 8.270 para el quinto año. Cabe recalcar que la empresa será ubicado en Tumbaco, en un área de 200 metros cuadrados, incluyendo oficinas administrativas, área logística y bodegas temporales, cerca de su principal proveedor lo cual permite optimizar recursos y controlar de mejor manera la cadena de valor.

Objetivo 3: Definir la estrategia de ingreso al mercado holandés.

- Se aplicará una estrategia de precio bajo para que tenga acogida en el mercado holandés el cual permita visualizar un interesante margen de ganancia, ya que el producto es elaborado de forma artesanal. Uno de los factores más importantes para ingresar al mercado de destino es realizarlo mediante redes sociales, páginas de internet, las misma que serán utilizadas por el mayorista, además de resaltar el producto nacional elaborado artesanalmente, en distribuir internamente en Rotterdam, Holanda o incluso otras ciudades vecinas, el producto de cacao, que aparte de ser innovador, tiene una presentación muy sugestiva, y un precio de introducción al mercado del 31% menor al estimado de un licor similar en el destino.

Objetivo 4: Determinar la cadena logística para el plan de exportación de licor de cacao a Rotterdam Holanda.

- Se define que el Incoterm CIF es recomendable para la negociación, que incluye costos, flete o transporte y seguro de la mercancía hasta el puerto de destino, utilizando las rutas Guayaquil, Manzanillo, Santa Rosa y Rotterdam aproximadamente 17 días. Esta modalidad permitirá un atractivo comercial para el comprador, ya que deberá encargarse solamente de los trámites y transporte en su ciudad. Se determinó realizar envíos mensuales, con una carga total de valores por logística de exportación del 7.3% del valor total del producto a enviar.

Objetivo 5) Efectuar un análisis económico y financiero del proyecto.

- Mediante el estudio financiero se obtuvo que la inversión requerida para iniciar el proyecto se estableció en \$176,799.82, de los que el 33% será aporte de socios y el resto se financiará con un crédito. En cuanto a la operación de los primeros 5 años, los ingresos estimados para el primer año fueron de \$1.061.424 que luego de costos y gastos dejan una utilidad de 4.2%, misma que se incrementa al quinto año a un 6.6%. La evaluación financiera aplicada arrojó un VAN \$158,194.25, que es más del doble de la inversión de los socios, una TIR de 59% que equivale a más de cuatro veces la tasa mínima requerida (15.14%), y un tiempo de recuperación de 3 años, confirmando la factibilidad financiera de la idea.

4.2 Recomendaciones

- Para el éxito de la aplicación de las estrategias del proyecto, se sugiere que el administrador de la empresa genere y mantenga una relación de negocio a largo plazo, preferentemente con un solo comprador, quien reconozca el potencial del producto y tenga la distribución en toda la zona.
- Así también el administrador debe gestionar una sólida relación con los productores, que apoyada en un buen precio asegure la óptima calidad, garantizando la exportación del producto a largo plazo.
- La empresa “liquor cocoa cía. Ltda.” se sugiere que se actualice permanentemente en las diferentes de áreas, gestión administrativa, logística y trámites de aduana, lo cual permitirá ahorro de recursos.

- En función de los cálculos de inversión, operación y evaluación realizados, se propone que quien esté a cargo de la empresa, maneje una gestión presupuestaria que le permita fijar objetivos y medir anualmente su logro, para asegurar la rentabilidad y efectividad del negocio a los accionistas, trabajadores, clientes, proveedores, etc.

BIBLIOGRAFÍA

- Arenal Laza, C. (2015). *Planificación y apertura de un pequeño comercio*. La Rioja: Tutor Formación.
- Baca Urbina, G. (2006). *Evaluación de Proyectos 5ta edición*. México: McGrawHill.
- Bajos, E. d. (2011). *Ministerio de la Relaciones Exteriores e Integración*. Obtenido de <http://www.embassyecuador.eu/site/images/descargas/studio-opportunidades-comerciales-ecuador-paises-bajos.pdf>
- BancoMundial. (2016). *El Banco Mundial*. Obtenido de Costo de exportaciones (US\$ por contenedor): <http://datos.bancomundial.org/indicador/IC.EXP.COST.CD/countries/1W?display=default>
- Bank, W. (Mayo de 2015). *Santander trade*. Obtenido de Los Países Bajos son la quinta potencia económica europea y el quinto exportador mundial de mercaderías. El país ha sido afectado especialmente por la crisis internacional y la crisis de la zona euro debido a su dependencia del comercio exterior. El creci
- Barreno, L. (2004). Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos. En L. Barreno, *Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos* (pág. 7). Quito.
- Barreno, L. (2004). Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos. En L. Barreno, *Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos* (pág. 2). Quito.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Buenos Aires: Pearson Educación.
- CBS. (2016). *Statistics Netherlands* . Obtenido de Population counter: <http://www.cbs.nl/en-GB/menu/themas/bevolking/cijfers/extra/bevolkingsteller.htm>
- Contecon. (Enero de 2016). *CONTECON GUAYAQUIL*. Obtenido de SERVICIOS: <http://www.cgsa.com.ec/servicios.aspx>
- Coss, R. (2005). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*. México: Editorial Limusa.
- Datosmacro. (2014). *Datos macro*. Obtenido de <http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/holanda>
- David, F. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Pearson Educación.
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. España: Editorial Brujas.

- Hernández, S. M. (2000). Mercadotecnia Internacional Importación y exportación . En S. M. Hernández, *Comercio Internacional* (pág. 91). México : Salvador Mercado Hernández.
- Kirchner, A. E., & Márquez, E. (2010). Comercio y Marketing Internacional. En A. E. Kirchner, & E. Márquez, *Comercio y Marketing Internacional* (pág. 7). México D.F: Abril Vega Orozco.
- Llamazares, O. (2 de Junio de 2014). *¿Qué es un plan de exportación?* Obtenido de Global Negotiator Blog: <http://www.globalnegotiator.com/blog/que-es-un-plan-de-exportacion/>
- Luventicus. (2014). *Mapa de Holanda*. Recuperado el 12 de marzo de 2016, de Luventicus.org: <http://www.luventicus.org/mapas/europa/holanda/roterdam.png>
- Miranda, J. J. (2005). *Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental*. Bogotá: MMEditores.
- Namakforoosh, M. N. (2005). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Editorial Limusa.
- OMS. (2009). *ec.europa.eu*. Obtenido de Netherlands basado en datos de la Organización Mundial de la Salud: http://ec.europa.eu/health/alcohol/policy/country_profiles/netherlands_country_profile.pdf
- OMS. (2010). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de Países Bajos: http://www.who.int/cancer/country-profiles/nld_es.pdf?ua=1
- Press, W. (2015). *Salarios Basicos* . Obtenido de <http://www.salario-minimo.com/category/paises-bajos/>
- PROECUADOR. (2012). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Obtenido de Guía Comercial de Países Bajos: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/PROEC_GC2012_PAISES_BAJOS.pdf
- PROECUADOR. (2016). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>
- Puerto de Rotterdam*. (2013). Recuperado el 15 de Marzo de 2016, de Atmosferis: <http://www.atmosferis.com/wp-content/uploads/2013/10/puerto-de-rotterdam.jpg>
- Ramos, J. (2001). *Proyectos agrícolas: Metodología para su formulación y evaluación*. Lima: IICA.
- Rodriguez, V. (2008). *Bases de la alimentación humana*. Netbiblo.

- Ruiz, J., Rebollo, J., & Morato, J. (2005). *Logística Comercial*. En J. Ruiz, J. Rebollo, & J. Morato, *Logística Comercial* (pág. 7). España: Belén Carneros Lorenzo.
- Santandertrade. (Diciembre de 2015). *Países Bajos : Llegar al consumidor*. Obtenido de Portal Santander Trade : <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/paises-bajos/llegar-al-consumidor>
- Santandertrade. (Diciembre de 2015). *Santander Trade Portal*. Obtenido de Países bajos: Empaques y normas: <https://es.santandertrade.com/gestionar-embarques/paises-bajos/empaques-y-nomas>
- SENAE. (Diciembre de 2012). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de Proceso de Exportación: http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action
- Serrano Gómez, F. (1994). *Temas de introducción al marketing*. ESIC Editorial.
- Smit, P. (2013). *Port of Rotterdam*. Obtenido de <https://www.portofrotterdam.com/>
- TradeMap. (2016). *International Trade Centre*. Obtenido de TradeMap: http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|528|||22089056||8|1|1|2|2|1|2|2|1
- TTB. (17 de Agosto de 2010). *Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau*. Obtenido de International Affairs Resources of the Netherlands: <http://www.ttb.gov/itd/netherlands.shtml#REQUIREMENTS>
- Visser. (8 de Diciembre de 2014). *Radio Nederlang* . Obtenido de Radio Nederlang : <http://archieff.rnw.nl/espanol/article/holanda-beber-hasta-el-coma-parece-una-moda>

ANEXOS

Anexo A: Proyección con el método Mínimos cuadrados

El método de los mínimos cuadrados es un método de proyección a partir de una serie de datos históricos. Las fórmulas utilizadas son:

La letra m representa la pendiente, la letra x son los datos en el eje x y la letra b es el punto en el que x se intercepta con y.

—

—

Los datos que se proyectaron fueron las importaciones y las exportaciones:

Año	Importaciones	Exportaciones
2012	629	674
2013	3406	705
2014	1221	354

- Proyección de importaciones:

Períodos (n)	Años	x	(Y) toneladas	x ²	xy
1	2012	-1	629	-1	-629
2	2013	0	3.406	0	0
3	2014	1	1.221	1	1.221
SUMAS		0	5.256	2	592

— —

— —

AÑO	VALOR EN X	Formula y=mx+b	VALOR EN Y (Importaciones)
2012	-1	--	629,00
2013	0	--	3.406,00
2014	1	--	1.221,00
2015	2	$Y=(296*2)+1752$	2.344,00
2016	3	$Y=(296*3)+1752$	2.640,00
2017	4	$Y=(296*4)+1752$	2.936,00
2018	5	$Y=(296*5)+1752$	3.232,00
2019	6	$Y=(296*6)+1752$	3.528,00
2020	7	$Y=(296*7)+1752$	3.824,00

- Proyección de exportaciones

Períodos (n)	Años	x	(Y) toneladas	x2	xy
1	2012	-1	674	1	-674,00
2	2013	0	705	0	0,00
3	2014	1	354	1	354,00
SUMAS		0	1.733	2	-320

— —
— —

AÑO	VALOR EN X	Formula y=mx+b	VALOR EN Y (Importaciones)
2012	-1	--	674
2013	0	--	705
2014	1	--	354
2015	2	$Y=(-160*2)+577,67$	258
2016	3	$Y=(-160*3)+577,67$	98
2017	4	$Y=(-160*4)+577,67$	-62
2018	5	$Y=(-160*5)+577,67$	-222
2019	6	$Y=(-160*6)+577,67$	-382
2020	7	$Y=(-160*7)+577,67$	-542

Nota: Al tratarse de exportaciones los valores en negativos implican que no existirán cantidades exportadas por lo que en la tabla 13 se registran los datos de los años 2017 al 2020 con cantidad 0.