



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES  
BILLINGUE**

**TÍTULO: INGENIERA EN COMERCIO Y FINANZAS  
INTERNACIONALES BILLINGUE**

**AUTOR (A):  
KARINA MARGOTH KANKI GUEVARA**

Estudio para la creación de una empresa de servicios de exportación para productores nacionales. "Coaching al exportador en el Sector de Cacao"

**TUTOR:  
Eco. DAVID COELLO, MBA**

**Guayaquil, Ecuador  
2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA: INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES  
BILLINGUE**

## **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Karina Margoth Kanki Guevara** como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**

**TUTOR (A)**

\_\_\_\_\_  
**Eco. David Coello, MBA**

**REVISOR(ES)**

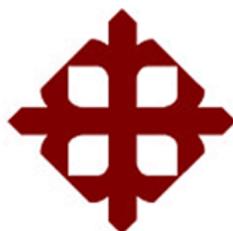
\_\_\_\_\_  
**Eco. Felipe David Álvarez Ordoñez**

\_\_\_\_\_  
**Ing. María Josefina Alcívar Aviles**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

\_\_\_\_\_  
**Mgs. María Teresa Alcívar Avilés**

**Guayaquil, a los dieciséis días del mes de Julio del año 2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES  
BILLINGUE**

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Karina Margoth Kanki Guevara**

### **DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación Estudio **para la creación de una empresa de servicios de exportación para productores nacionales. “Coaching al exportador en el Sector de Cacao”** previa a la obtención del Título **de Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

**Guayaquil, a los dieciséis días del mes de Julio del año 2014**

**EL AUTOR (A)**

---

**Karina Margoth Kanki Guevara**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES  
BILLINGUE**

## **AUTORIZACIÓN**

Yo, **Karina Margoth Kanki Guevara**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **Estudio para la creación de una empresa de servicios de exportación para productores nacionales. “Coaching al exportador en el Sector de Cacao”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los dieciséis días del mes de Julio del año 2014**

**LA AUTOR(A):**

---

**Karina Margoth Kanki Guevara**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Jesús y María por darme las fuerzas necesarias para poder cumplir con la meta trazada de obtener el título de Ingeniera, agradezco a mis padres y mis hermanos por el apoyo y el cariño incondicional brindado en todos los años de estudio. De la misma manera agradezco a todos mis profesores y amigos que han estado cerca en los momentos más difíciles de mi carrera.

**Karina Margoth Kanki Guevara**

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a Jesús y María quienes al inicio de mi carrera me dieron la mano y cambiaron mi vida, le dieron un nuevo rumbo a mis estudios, también quiero dedicar este trabajo a mis padres, por todo lo que han hecho para que yo logre terminar mis estudios universitarios.

Karina Margoth Kanki Guevara

# **TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Eco. DAVID COELLO, MBA**  
**TUTOR**

---

**Mgs. María Teresa Alcívar Avilés**  
**Directora de Carrera**

**Revisores**

---

**Eco. Felipe David Álvarez Ordoñez**

---

**Ing. María Josefina Alcívar Avilés, Mgs.**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES  
BILLINGUE**

**CALIFICACIÓN**

---

**Eco. DAVID COELLO, MBA  
TUTOR**

# ÍNDICE GENERAL

<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>V</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>VI</b>
<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	<b>IX</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>XIII</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	<b>XIV</b>
<b>INDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>XV</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>XVII</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>XIX</b>
<b>ABREVIATURAS Y SIGLAS</b> .....	<b>XXI</b>
<b>A) INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
B) ANTECEDENTES .....	1
C) JUSTIFICACIÓN .....	2
D) PROBLEMÁTICA .....	4
<b>FUENTE: AGRO ECUADOR III CENSO</b> .....	<b>5</b>
E) OBJETIVO GENERAL .....	6
F) OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	6
<b>CAPITULO I: MARCO REFERENCIAL</b> .....	<b>7</b>
1.1 MARCO TEÓRICO .....	7
1.1.1 <i>Anecacao</i> .....	7
1.1.2 <i>El Cultivo de Cacao</i> .....	7
1.1.3 <i>Pequeño Agricultor</i> .....	8
1.1.4 <i>Clima y Enfermedades</i> .....	9
1.1.5 <i>Escoba de brujas (crinipellis perniciosa)</i> .....	11
1.1.6 <i>Precios cíclicos</i> .....	12
1.1.7 <i>Importancia económica del cacao para los países productores</i> .....	12
1.1.8 <i>Repercusión social y económica</i> .....	13
1.1.9 <i>Cacao fino o de aroma</i> .....	14
1.2 FUENTES DE INFORMACIÓN .....	14
1.2.1 <i>Información primaria</i> .....	14
1.3 FUENTES SECUNDARIAS .....	15
1.3.1 <i>Ideas de Negocios</i> .....	15
1.4 MARCO CONCEPTUAL .....	15
1.4.1 <i>Asesoría</i> : .....	15
1.4.2 <i>Coaching al Exportador</i> : .....	16
1.4.3 <i>Consultoría</i> : .....	16
1.4.4 <i>Economía popular y solidaria</i> :.....	16
1.4.5 <i>Ministerio Coordinador de Desarrollo Social</i> : .....	17
1.4.6 <i>Ruta del Cacao</i> .....	17

1.4.7 Tutoría .....	17
1.4.8 Exportación.....	17
1.4.9 Comercio Exterior.....	18
1.4.9.1 Capacitación .....	18
1.5 MARCO LEGAL.....	18
1.5.1 Constitución de la Compañía.....	18
1.5.2 Registro de Marcas .....	19
1.5.2.1 Presentación de la solicitud de marca.....	20
1.5.2.2 Examen Formal .....	20
1.5.2.3 Publicación .....	20
1.5.2.4 Oposiciones .....	20
1.5.2.5 Resolución.....	21
1.5.2.6 Duración del Registro .....	21
1.5.3 LEGISLACIÓN LABORAL .....	21
<b>CAPÍTULO II METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>23</b>
2.1 METODOLOGÍA .....	23
2.1.1 Histórico .....	23
2.1.2 Inductivo.....	23
2.1.3 Deductivo .....	23
2.1.4 Analítico.....	24
2.2 ESTUDIO A REALIZAR.....	24
2.2.1 Investigación de Mercado.....	24
2.2.2 Objetivo de la investigación.....	25
2.3 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA .....	25
2.3.1 Estudio Cualitativo.....	25
2.3.2 Estudio Cuantitativo.....	25
2.4 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	25
2.4.1 Investigación Exploratoria: .....	26
2.5 DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN .....	26
2.5.1 Desarrollo de entrevistas:.....	26
2.5.2 Desarrollo de la encuesta:.....	26
2.6 DEFINICIÓN MUESTRAL.....	26
2.6.1 Distribución muestral.....	27
2.6.2 Descripción de la muestra.....	27
2.7 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO. ....	28
2.8 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA .....	33
2.9 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA (ENTREVISTA) .....	34
<b>CAPITULO III ANÁLISIS SITUACIONAL .....</b>	<b>38</b>
3.1 INTRODUCCIÓN.....	38
3.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	38
3.3 FILOSOFÍA EMPRESARIAL.....	39
3.3.1 Misión .....	39
3.3.2 Visión .....	39
3.3.3. Valores Corporativos.....	39
3.3.4 Objetivo Organizacional.....	40

3.3.5 Organigrama de la Empresa.....	40
3.4 CARTERA DE SERVICIOS.....	41
3.4.1 Coaching al exportador.....	41
3.4.2 Capacitación en Comercio Exterior.....	41
3.5 COMPETENCIA.....	41
3.5.1 Competencia Directa.....	41
3.5.2 Competencia Indirecta.....	42
3.6 MACRO – ENTORNO.....	42
3.6.1 Entorno Social.....	42
3.6.1.1 INFLACIÓN.....	44
3.6.2 ENTORNO POLÍTICO.....	44
3.6.3 ENTORNO ECONÓMICO.....	44
3.6.4 ENTORNO TECNOLÓGICO.....	46
3.7 BARRERAS DE ENTRADA.....	48
3.8 BENCHMARKING COMPETITIVO.....	49
3.9 FODA DE “EXPO ASESORÍA S.A.”.....	49
3.9.1 Factores internos.....	49
3.9.2 Factores Externos.....	50
3.9.3 Matriz evaluación de factores externos – EFE.....	50
3.9.4 Matriz de evaluación de factores internos – EFI.....	52
<b>CAPITULO IV ANALISIS DE MERCADO.....</b>	<b>55</b>
4.1 INTRODUCCIÓN.....	55
4.2 OBJETIVOS DEL ANÁLISIS DE MERCADO.....	55
4.2.1 Objetivo general.....	55
4.2.2 Objetivos específicos.....	55
4.3 PERFIL DEL CLIENTE.....	56
4.4. ESTUDIO DE LAS 4 “P” DEL MARKETING MIX.....	56
4.4.1 Producto – Servicio.....	56
4.4.1.1 Diseño del proceso operativo óptimo de la prestación del servicio.....	57
4.4.1.2 Personal de contacto.....	60
4.4.2 RECURSOS.....	61
4.4.3 PRECIO.....	61
4.4.4 PLAZA.....	62
4.4.4.1 Logística.....	63
4.4.4.2 Canal de Distribución.....	63
4.4.5 Promoción.....	64
4.4.6 Publicidad.....	65
<b>CAPITULO V FINANCIERO.....</b>	<b>68</b>
5.1 INTRODUCCIÓN.....	68
5.2 INVERSIÓN Y GASTOS DEL PROYECTO.....	68
5.3 INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.....	68
5.4 GASTOS.....	70
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>77</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>78</b>

**BIBLIOGRAFÍA ..... 79**  
**ANEXOS..... 82**

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Meses de cosecha de cacao en Ecuador.....	11
Tabla 2 Muestra de la Población .....	27
Tabla 3 Nivel de Estudio .....	28
Tabla 4 Rango de edad del cultivo de cacao.....	29
Tabla 5 Tipo de Cacao .....	30
Tabla 6 Periodo de Producción.....	31
Tabla 7 Capacitación "Coaching al Exportador" .....	32
Tabla 8 Matriz EFE .....	51
Tabla 9 Matriz EFI.....	53
Tabla 10 Matriz FODA.....	54
Tabla 11 Requerimiento de Promoción .....	67
Tabla 12 Financiamiento.....	68
Tabla 13 Inversión Inicial .....	69
Tabla 14 Activos Fijos .....	69
Tabla 15 Gastos Pre Operacionales.....	70
Tabla 16 Balance General .....	73
Tabla 17 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	74
Tabla 18 Flujo de efectivo.....	75
Tabla 19 Rendimiento de la Empresa .....	75

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Nivel de Estudio .....	28
Gráfico 2 Nivel de Cultivo .....	29
Gráfico 3 Tipo de Cacao .....	30
Gráfico 4 Periodos de Producción de Cacao .....	31
Gráfico 5 Capacitación "Coaching al Exportador" .....	32
Gráfico 6 Organigrama "Expo Asesoría S.A." .....	40
Gráfico 7 Exportaciones de Cacao.....	45

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Nivel de instrucción por Regiones .....	5
Figura 2 Nivel de Instrucción de los Productores Agropecuarios.....	5
Figura 3 Planta de Cacao .....	7
Figura 4 Productores cosechando cacao.....	9
Figura 5 Enfermedades del cacao (Monilla) .....	10
Figura 6 Enfermedad del cacao (Escoba de Bruja).....	10
Figura 7 El Cacao y la Economía .....	13
Figura 8 Cacao y sus derivados .....	14
Figura 9 Hacienda Cañas .....	34
Figura 10 Laboratorio de Calidad de Cacao.....	35
Figura 11 Asociación de campesinos cacaoteros del Ecuador .....	36
Figura 12 Cacao Orgánico.....	37
Figura 13 Cacao Orgánico para exportar.....	37
Figura 14 Logo Pro Ecuador .....	42
Figura 15 equipos de medición de humedad y peso de la pepa de cacao.....	46
Figura 16 Secadora mecánica .....	47
Figura 17 Motor de la secadora.....	47
Figura 18 Clasificadora de Cacao (limpieza).....	48
Figura 19 Impurezas de Cacao.....	48
Figura 20 Sesiones de Coaching exportador .....	60
Figura 21 Canal de Distribución .....	63
Figura 22 Logo de "Expo Asesoría S.A." .....	64
Figura 23 Camisetas de campaña .....	66
Figura 24 Gorras de "Expo Asesoría S.A." .....	66

Figura 25 Kit de "Coaching Exportador" ..... 66

Figura 26 Banner ..... 67

## RESUMEN

La presente tesis de investigación básicamente estudiara la posibilidad de abrir una empresa en la cual se brinde asesoramiento a los pequeños y medianos productores de cacao de la provincia del Guayas, respecto al comercio exterior.

El problema que se encuentra para llevar a cabo este trabajo de tesis es que existe actualmente un Instituto Gubernamental que brinda un servicio similar al que se quiere establecer, con la diferencia que se brindará un servicio único y especializado.

Actualmente con el nuevo ciclo presidencial se está difundiendo en todos una marea de exportación, en pequeñas y grandes cantidades. Una de las instituciones que inicio con cursos y capacitaciones de estos temas fue "CORPEI" pero poco a poco empezó a crecer un nuevo instituto el cual manejaría todo lo que se refiere a las exportaciones e inversiones internacionales.

El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR, brinda servicios de capacitación de conocimientos básicos en exportación que es dirigido a los exportadores, pequeños y medianos productores de todos los sectores agrícolas, entre ellos uno que servirá de estudio para esta tesis de grado es el "cacao".

Esta investigación servirá de ayuda para los pequeños y medianos productores del sector de cacao de la provincia del Guayas que no conozcan de procesos sencillos para poder realizar una exportación, esperando así incrementar sus utilidades.

La empresa que nace de este trabajo de investigación busca satisfacer las necesidades del mercado actual, ayudar a los pequeños y medianos productores que se encuentran uniendo fuerzas en una organización para que

sus voces sean escuchadas y que cada requerimiento sea atendido de la mejor manera por las autoridades competentes.

El sector de cacao es muy extenso ya que el Ecuador es un país agrícola por ende se optó por realizar la investigación en la Provincia del Guayas a la Asociación UNOCACE, las entrevistas y encuestas serán llevadas a cabo en las instalaciones de las organizaciones que forman parte de UNOCACE específicamente a los productores en el sector del Guayas, dicha asociación es una de las que actualmente se encuentra exportando en grandes cantidades.

Esta tesis cuenta con cinco capítulos que son muy importantes para dar a conocer cada paso que se da en la investigación y desarrollo del tema. Se desarrollarán estadísticas de las necesidades insatisfechas por parte de los productores, se establecerán estrategias y tácticas para llevar a cabo todos los objetivos planteados; de esta manera llegar a niveles altos de competitividad.

Para terminar tendremos la parte financiera que nos permitirá evaluar que tan rentable puede ser una empresa de prestación de servicio en el área de asesoría en exportación, con una proyección a 5 años.

## **ABSTRACT**

The present work research basically explore the possibility of opening a company in which advice to small and medium producers of cocoa in the province of Guayas, on foreign trade is provided.

The problem is to conduct the present work is that there is now a Government Institute that provides a similar service that is to be established, with the difference that a unique and specialized service will be provided.

Currently with the new presidential cycle is spreading across a sea export in small and large quantities. One of the institutions that start with courses and training of these issues was "CORPEI" but gradually began to grow a new institute which would handle all that relates to exports and international investments.

The Institute for the Promotion of Exports and Investments PRO ECUADOR, offers training for basic skills in export is directed to exporters, small and medium producers of all agricultural sectors, including one that will study for this thesis is the "cacao".

This research will help to small and medium producers of cocoa sector in the province of Guayas who do not know simple processes to perform an export, hoping to increase their profits.

The company born of this research seeks to meet the needs of today's market, helping small and medium producers who are joining forces in an organization so that their voices are heard and that every requirement is taken care of the best way by competent authorities.

The cocoa sector is very extensive since Ecuador is an agricultural country therefore chose to conduct research in the Guayas province to UNOCACE Association, interviews and surveys will be conducted in the premises of the

organizations that are part UNOCACE specifically for producers in the field of Guayas, the association is one that is currently exported in large quantities.

This present work has five chapters that are very important to raise awareness of each step in the research and development of the subject. Statistics unmet needs by producers develop strategies and tactics will be established to carry out all the objectives; thus reach high levels of competitiveness.

Finally we have the financial part will allow us to assess how profitable a company can be of service provision in the area of export consultancy, with a 5-year projection.

## ABREVIATURAS Y SIGLAS

- **Abreviaturas**

Etc.-	Etcétera.
m.s.n.m. .-	Metros sobre el nivel del mar.

- **Siglas**

CCN51. –	Carlos Castro Naranjal 1951.
ANECACAO.-	Asociación Nacional de Exportadores de Cacao
E.F.E.-	Evaluación Fuerzas Externas
E.F.I.-	Evaluación Fuerzas Internas
F.O.D.A.-	Fortaleza, Oportunidad, Debilidad, Amenaza
INEC.-	Instituto Nacional de Estadística y Censos
NSE.-	Nivel Socio económico
PRO ECUADOR –	Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones

## **a) Introducción**

La idea de esta tesis es la creación de una empresa que se dedique a la asesoría en Comercio Exterior de los pequeños y medianos productores de la provincia del Guayas en el sector del Cacao, puesto que es uno de los productos de mayor producción en dicha provincia. A través de capacitación profunda y un asesoramiento personal, acompañando al productor o exportador en el proceso de exportación del cacao.

## **b) Antecedentes**

Según los reportes de PRO ECUADOR “Instituto de Promoción de Exportación e Inversiones maneja una serie de sectores como son: Pesca y Acuicultura, Banano, Flores, Frutas no tradicionales, Café, Cacao y elaborados, Plásticos, Madera, Alimentos procesados, Agroindustria, metalmecánica, Cuero y textiles, Artesanías, Farmacéutico y cosméticos, Automotriz, etc.

El 4,8 % de la población de la Provincia del Guayas (hombres) laboran como agricultores calificados y el 1,0 % de las mujeres de la Provincia del Guayas cuentan con la certificación de trabajador calificado, esto quiere decir que la inmensa mayoría de personas que se dedican a labores como la agricultura en diferentes productos agrícolas no tienen un conocimiento académico avanzado del mismo (Ecuador, 2013).

Hay empresas de asesorías en Gestión empresarial, en comercio exterior pero no un asesoramiento que sea un “Coaching al exportador” de manera que exista alguien que pueda ayudar a que esta persona continúe todo el proceso de exportación y lleve a cabo esa tarea. Actualmente hay 704.556 empresas en la Provincia del Guayas de los cuales 44,94 % son empresas relacionadas con el comercio y la prestación de servicios (INEC, 2012).

En función de estos datos estadísticos, los potenciales exportadores, productores y agricultores necesitan un asesoramiento profundo que los ayude y los acompañe en el proceso de exportación si eso se desea implementar en sus negocios.

Pro Ecuador brinda un servicio de capacitar al productor y exportador de pequeñas cantidades en los diferentes sectores, esto ha tenido muy buenos resultados ya que los productos no tradicionales y tradicionales han incrementado en un 7,92 % y en un 8,36 % un crecimiento significativo en comparación con años anteriores y gobiernos anteriores los cuales no brindaban un apoyo total y completo a los pequeños y medianos productores (Ecuador, 2013).

### **c) Justificación**

Al momento en el Ecuador existe la necesidad por parte de las personas y empresas que solicitan un asesoramiento para tomar decisiones acorde al proyecto que deseen implementar. La importancia de esta tesis es que se implemente una empresa de asesoramiento donde se encuentre un seguimiento permanente hasta el momento en que el exportador envía la mercadería y recibe su paga dependiendo el término de negociación dentro de la exportación. Por ello es muy importante que las personas conozcan de una empresa como esta para sacar beneficio de su producto potencial.

El propósito de esta investigación es conocer a fondo las necesidades de los productores de cacao de la Provincia del Guayas. De acuerdo a ello y a sus limitaciones proponerles las nuevas ideas que existen, que hay en el mercado y que por falta de comunicación no tienen.

Transmitirles una conciencia emprendedora en la cual ellos puedan adquirir la iniciativa de querer buscar nuevas oportunidades de venta entre ellas la exportación que beneficia a muchas personas, no solo al que vende sino al que compra, otra de las oportunidades que tiene es que puede empezar a transformar esa materia bruta en materia elaborada. Evaluar el sector de cacao en la provincia del Guayas en lo que se refiere a la calidad del producto, productividad, manejo de recursos, etc.

Dicha investigación aportará en el sector tanto de cacao como de exportación brindando la oportunidad de incrementar la exportación de este producto y dando a conocer las variedades de cacao que existe en la Provincia del Guayas.

Este trabajo ofrecerá una nueva oportunidad para muchas personas que no han tenido estudios secundarios y superiores que puedan aprender un poco sobre un tema que sin duda alguna es uno de los más reconocidos a nivel mundial, dándole a si un modo de solventar sus expectativas de venta.

Aclarará un vacío teórico en la cual muchos productores, exportadores, inversionistas no arriesgan por temor a tener solo perdidas; por ende en el asesoramiento al exportador se busca enseñarle al productor todo sobre el proceso de comercialización internacional y llegar hasta el punto de venta y despacho del producto y cancelación del mismo que es donde realmente acaba el proceso de exportación, se pueden un poco romper los esquemas ya que en el Ecuador es un poco difícil comprender este tema si no se cuenta con los conocimientos básicos.

Las soluciones van directamente dirigidas a todo aquel productor de cacao de la Provincia del Guayas que, conociendo esta metodología de exportación,

pueda llevar sus productos y ser vendidos en el exterior, sea este en materia prima o elaborada.

Revisando las encuestas podemos decir que los productores de cacao se ven necesitados de una empresa privada que brinde una atención personalizada esto quiere decir de una persona que los acompañe en su proceso de internacionalización, que los asesore donde deben obtener las certificaciones y acompañarlos a realizar dicho trámite, como establecer una negociación internacional, realizar los trámites correspondientes a la exportación de cacao en la aduana del Ecuador, dichos procesos y asesorías no encuentran en Instituciones como PRO ECUADOR.

Los beneficios que se pueden ver debido a este trabajo sin duda sería el crecimiento del sector del cacao mencionado anteriormente ya que si las personas se dan cuenta que resulta beneficioso lo pueden implementar y empezar a exportar sus productos.

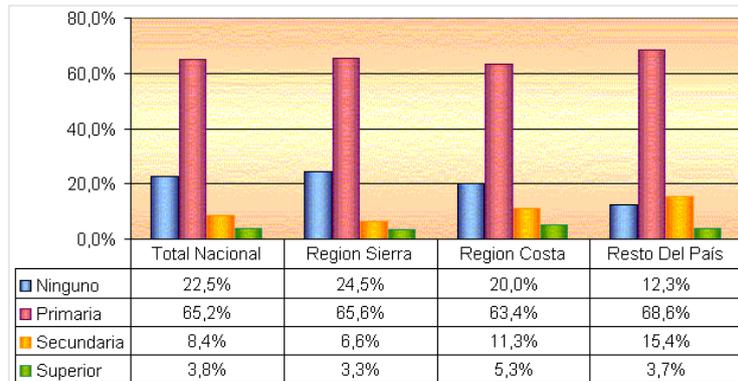
#### **d) Problemática**

El problema radica en que hay muchas personas que tienen la posibilidad de poder exportar, expandir sus negocios hacia otros caminos, otras fronteras pero no se animan, no se deciden debido a la falta de apoyo, falta de conocimiento en el tema.

Los productores de Cacao en su mayoría Carecen de los conocimientos de administración y comercio exterior, ya que son personas que anteriormente pensaban que los estudios superiores no eran necesarios es por ello que realizando un sondeo por regiones, el nivel de instrucción en la Región Costa en la primaria 63,4 %, instrucción secundaria 11,3 % y estudios superiores es de 5,3 %. Esto quiere decir que las personas así tengan la mejor cosecha no

podrán sacarlo al exterior por falta de conocimientos y por falta de entusiasmo.

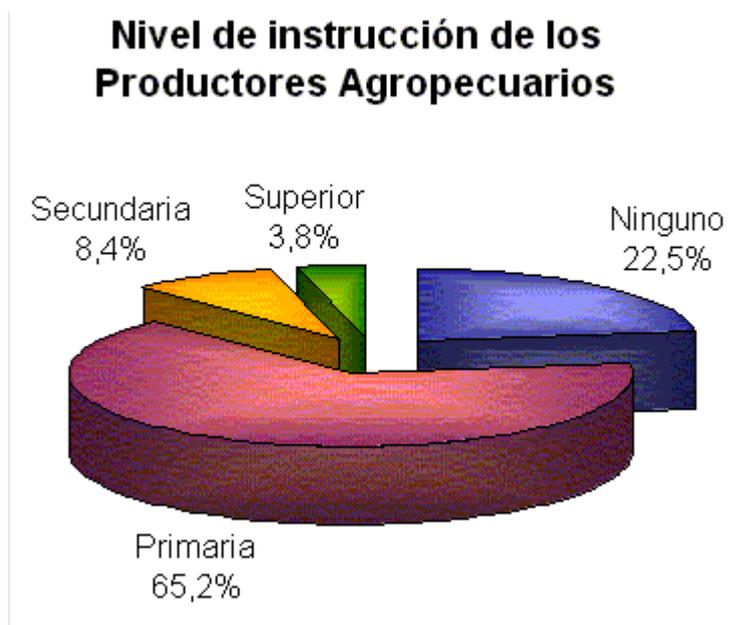
**Figura 1 Nivel de instrucción por Regiones**



**Fuente: Agro Ecuador III censo**

La consecuencias a este problema es que el Ecuador no puede crecer más en exportaciones de cacao porque a los productores de dicho producto les da miedo exportar, le temen a una nueva oportunidad de venta, cuando realmente tienen todo para exportar pero les falta dar ese paso decisivo, pero no lo hacen a falta de conocimiento.

**Figura 2 Nivel de Instrucción de los Productores Agropecuarios**



**Fuente y Elaboración: Agro Ecuador – III Censo Agropecuario**

El nivel de instrucción de los productores es bajo por ende no se puede esperar que una persona que tiene un excelente producto de exportación lo haga ya que no cuenta con los conocimientos básicos para hacerlo, muchos de ellos solo se quedan en la venta interna del producto, o en todo caso beneficiando a los grandes exportadores dejando atrás la oportunidad de muchos.

### **e) Objetivo General**

Determinar los requerimientos y procesos que debe tener una empresa de servicio en asesoría de exportación.

### **f) Objetivos Específicos**

- Identificar los servicios que debe ofrecer la empresa de acuerdo a las necesidades del sector.
- Establecer la situación actual de los productores de cacao de la Provincia del Guayas.
- Levantar los procesos operativos para el diseño de la empresa.
- Determinar por medio de un estudio de mercadotecnia la viabilidad de la empresa de servicios.
- Establecer una investigación de mercado continua, buscando la satisfacción del cliente.

# CAPITULO I: MARCO REFERENCIAL

## 1.1 Marco Teórico

El desarrollo del marco teórico es una guía de acción para analizar las teorías, referencias en cuanto al entorno del proyecto. Se muestra sus conceptos y la adecuación que esto implica para la profundización del tema:

### 1.1.1 Anecacao

La Asociación Nacional de Exportadores de Cacao del Ecuador ANECACAO, es una asociación sin fines de lucro con personería jurídica, la cual vela por el bienestar y el desarrollo del sector productor y exportador de Cacao del país (Anecacao, 2014).

### 1.1.2 El Cultivo de Cacao

Según las guías prácticas comerciales Centro de Comercio Internacional- Desarrollo de productos y mercados (2001). El árbol del cacao se desarrolla mejor en las regiones tropicales, en la faja comprendida de entre 20° al norte y 20° al sur de la línea ecuatorial. La mayor parte de los cacaotales se hallan en una altitud inferior a 400 metros sobre el nivel del mar. La temperatura ideal para su crecimiento está comprendida entre 18 C y entre 32 C. Para una producción optima, el árbol debe estar protegido de la luz solar directa y de los vientos excesivos.

**Figura 3 Planta de Cacao**



**Fuente y Elaboración: (Marques 2010)**

El árbol del cacao puede crecer hasta alcanzar 10 metros de altura cuando está a la sombra de altos árboles forestales. El fruto, o mazorca, mide de 15 cm a 25 cm de largo y contiene de 30 a 40 semillas que se convierten en el grano del cacao después de ser fermentadas y secadas. Las mazorcas brotan del tronco principal y de las ramas de la copa. El cacaotal comienza a producir al cabo de cuatro y cinco años de haber sido plantado y puede seguir produciendo durante varios decenios (Pro Ecuador , 2013).

Las variedades Criollo y Trinitario y algunos híbridos de la especie ecuatoriana “Nacional” producen lo que se conoce como cacao fino o de aroma. Este tipo de cacao, utilizado exclusivamente para los chocolates especializados o “gourmet”, ha perdido su importancia comercial en el último siglo hasta el punto de que las empresas comerciales han cesado de trabajar con él. El cacao fino o de aroma puede brindar, sin embargo, oportunidades interesantes, especialmente a los pequeños productores y comerciantes (Pro Ecuador , 2013).

La mayoría de los cacaotales de Forastero plantados hoy en días son híbridos de varias variedades de forastero o un cruce de criollo y forastero. Se prefiere los híbridos por su mayor resistencia de enfermedades y porque rinden un tonelaje superior en hectáreas. Las fincas de cacao cultivadas con el sistema tradicional de supervisión mínima pueden rendir normalmente de 300 kg. A 500 kg. Por hectárea al año y los nuevos híbridos cultivados comercialmente en condiciones agrícolas óptimas han llegado a producir hasta 2500 kg por hectárea (Cacao - Guia de prácticas comerciales, 2001).

### **1.1.3 Pequeño Agricultor.**

La producción del cacao suele realizarse en pequeñas explotaciones agrícolas o en fincas en subsistencia familiar. El cultivo del cacao no es una

tarea que requiere especialmente un uso extensivo de mano de obra aunque por otro lado no se presta a la mecanización.

**Figura 4 Productores cosechando cacao**



**Fuente y Elaboración: (Medio Ambientales)**

La cosecha del cacao consiste en arrancar las mazorcas maduras del árbol romperlas para abrirla, extraer la semilla que luego se deja fermentar y esparce para secar preferiblemente en el aire libre y a pleno sol. Las semillas ya secas se ensacan y se comercializan como cacao en grano (Cacao - Guia de prácticas comerciales, 2001)

En algunas plantaciones grandes, el proceso de secado natural puede ser asistido y hasta totalmente remplazado por el uso de calor artificial, sin embargo cuando el cacao se seca artificialmente sin aireación adecuada el ácido acético presente no el grano no desaparece totalmente y el grano se vuelve ácido y por lo tanto es menos aceptable (Cacao - Guia de Prácticas Comerciales 2012 ).

#### **1.1.4 Clima y Enfermedades**

Las principales problemas de cultivo de cacao son las condiciones meteorológicas adversas y las enfermedades, factores a menudo relacionadas entre sí que pueden perjudicar gravemente la producción (Cacao - Guia de prácticas comerciales, 2001).

Una buena producción de cacao en grano requiere una estación de lluvias bien distribuidas y mucho sol (aunque la planta, originaria de las profundidades de la pluvisilva tropical prefieren en realidad la sombra).

**Figura 5 Enfermedades del cacao (Monilla)**



**Fuente y Elaboración: (Cana - Cacaco , 2013)**

Los países con estaciones secas y húmedas acentuadas suelen tener dos cosechas al año la cosecha principal y la cosecha intermedia. El rendimiento obtenido en cada una depende de la duración de la estación húmeda. Una sequía muy pronunciada o una estación de lluvia larga y fría repercutirán mucho en el tablonaje total producido y en sus precios. Entre las enfermedades muy dañinas está la escoba de bruja (*Crinipellis perniciososa*), la podredumbre (*Phytophthora palmivora*, *P megakarya*), la moniliasis o monilla (*Moniliophthora roreri*), el virus del tallo hinchado (CSSV) y, estas enfermedades son causadas por hongos y pueden ser tratadas hasta cierto punto por fungicidas (Cacao - Guía de prácticas comerciales, 2001).

**Figura 6 Enfermedad del cacao (Escoba de Bruja)**



**Fuente y Elaboración: (Fundación Proyecto Paria, 2014)**

### 1.1.5 Escoba de brujas (*crinipellis perniciosa*)

Esta enfermedad es causada por el hongo *Crinipellis perniciosa*, el cual afecta los brotes nuevos, cojines florales, y frutos, presentando síntomas diversos. En el tallo y ramas se desarrollan las estructuras llamadas escobas vegetativas las cuales dan el nombre a la enfermedad, en las yemas terminales, axilares y laterales se producen talluelos alargados e hinchados con hojas de pecíolos largos y flácidas denominadas “escobas verdes” (Fundación Proyecto Paria,2012).

**Tabla 1 Meses de cosecha de cacao en Ecuador**

<b>País</b>	<b>Cosecha principal</b>	<b>Cosecha intermedia</b>
<b>Ecuador</b>	Marzo- Junio	Octubre- Febrero

**Fuente: (Guías de prácticas comerciales, 2001)**

**Elaboración: Pro Ecuador, Departamento de Inteligencia Comercial**

En las regiones productoras de cacao, los servicios de asistencia agrícola que asesoran a los cultivadores depende generalmente del gobierno local, pero estos organismos suelen sufrir escasez de personal y fondos. Otro factor que limita las posibilidades del cultivo es la falta de cuidado adecuado y de saneamiento de la finca.

Desde mediados del decenio de 1970, el Ecuador ha mantenido una producción razonable estable, interrumpida por algunos años muy desfavorables debidos al fenómeno meteorológico El Niño. Los ingresos por la exportación del cacao han tendido a disminuir, especialmente la contribución porcentual a la economía nacional. En cierto modo, esto está relacionado con la bajad de precios del cacao, aunque también se debe a que han ganado valor otras exportaciones del Ecuador, como el petróleo. No obstante, el cultivo de cacao continúa siendo una de las actividades

económicas más importantes en las regiones rurales (Cacao - Guía de prácticas comerciales, 2001).

### **1.1.6 Precios cíclicos**

Los precios del cacao en el mercado internacional tienden a seguir una estructura de largo plazo que refleja las características del ciclo cacaotero e influye indirectamente (y a veces directamente) en los cambios de producción de los diferentes países y regiones. Durante los periodos de auge tiende a haber excedentes de suministro de cacao en los mercados mundiales, lo que provoca la caída de precios que luego se mantienen estancados en bajos costos (OMC, 2013).

Los bajos precios contribuyen a clausurar el periodo de auge, hasta que finalmente la demanda sobrepasa la producción y el mercado mundial entra en una etapa de déficit estructural de suministros. En consecuencia, los precios aumenten y provocan nuevos periodos de auge, a veces en países o regiones totalmente nuevos (OMC, 2013).

### **1.1.7 Importancia económica del cacao para los países productores.**

El cacao se produce casi exclusivamente en los países en desarrollo del trópico. Los recursos de estos países suelen ser escasos y consisten por lo general en materias primas agrícolas, por lo que deben explotar plenamente las oportunidades de obtención de ingresos que estos productos básicos brindan (Cacao - Guía de prácticas comerciales, 2001).

La importancia de la producción de cacao para los países agrícolas es de gran ayuda para la balanza comercial del país, reduce los gastos de la deuda externa y otros gastos que se generan internacionalmente (Cacao - Guía de prácticas comerciales, 2001).

Básicamente en un país agrícola es de gran ayuda la producción de cacao ya que también representa la identidad del país a nivel mundial, Ecuador es muy reconocido a nivel mundial por el Cacao fino de aroma, esto representa una

identificación como país productivo de calidad, ya que con él se fabrican los mejores chocolates gourmet (Cacao - Guia de prácticas comerciales, 2001).

### **1.1.8 Repercusión social y económica.**

El cultivo de cacao puede beneficiar la estructura social de un país y su economía. El cacao requiere superficies relativamente grandes para que su cultivo sea económico, por lo que se trata de una actividad casi enteramente rural. La producción de cacao no necesita de mucha inversión pero si necesita de todos los cuidados que se le debe dar a una planta y más al árbol del cacao que su producción empieza desde los 3 o 4 años en adelante dependiendo del tipo de cacao que se esté cosechando (Cacao - Guia de prácticas comerciales, 2001).

Por su propia naturaleza, el cacao aporta ingresos y un determinado nivel de vida a las comunidades rurales, contribuyendo así a prevenir la migración a zonas urbanas y los problemas de desempleo y peor calidad de vida que este fenómeno acarrea. En cambio en un país pequeño, el cacao puede constituir el principal sostén de la economía nacional (Cacao - Guia de prácticas comerciales, 2001).

Su producción anual no repercutirá en el consumo y la demanda mundial, sin embargo el destino de su economía nacional depende de los principales productores y consumidores de otros lugares, cuyas actividades decidirán, a la larga, el nivel de los precios (Cacao - Guia de prácticas comerciales, 2001).

**Figura 7 El Cacao y la Economía**



**Fuente y Elaboración: (Perú21PE 2013)**

### **1.1.9 Cacao fino o de aroma.**

La producción mundial del cacao se multiplicó diez veces en los cien últimos años, pero la cantidad de cacao fino o de aroma producido hoy es la misma que a principios del siglo pasado. Por lo tanto, proporcionalmente esta producción se ha reducido del 40 % a menos del 5 % (Cacao - Guía de prácticas comerciales, 2001).

Existe una clara distinción en el comercio entre el cacao fino o de aroma (Cacao Nacional) y el cacao básico.

El cacao fino o de aroma tiene muchas características individuales distintivas. Su linaje genético se remonta a las variedades Criollo y sus híbridos, como los Trinitarios. El Ecuador el productor de Cacao fino o de aroma de mayor importancia, sitúa sus orígenes en una variedad que no es ni Forastero ni Criollo, sino que se conoce como Cacao Nacional. Es un árbol que se distingue por su altura. En su completa madurez, la altura supera en metros la del árbol de cacao medio (El Comercio 2012).

**Figura 8 Cacao y sus derivados**



**Fuente y Elaboración: (andes)**

## **1.2 Fuentes de Información**

### **1.2.1 Información primaria**

Es toda la información que se desea obtener haciendo las encuestas a los productores de cacao de la Provincia del Guayas especialmente a los

posibles exportadores, esto quiere decir personas que ya tengan indicios de exportar, una vez obteniendo la información requerida se procederá a realizar análisis estadísticos para tener cifras exactas.

De la misma manera realizando entrevistas con expertos en el tema de exportación de cacao, donde se busque aclarar ciertas ideas bloqueadas por parte de muchos productores respecto a la exportación.

## **1.3 Fuentes Secundarias**

### **1.3.1 Ideas de Negocios**

PRO ECUADOR es el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, parte del Ministerio de Comercio Exterior, encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional (Pro Ecuador 2012).

Anecacao como asociación nacional exportadora de cacao brinda el apoyo en esta tesis con las estadísticas de exportación de cacao, la cual por conocimientos históricos y experiencia servirán para poder visualizar cuantas empresas micro podemos satisfacer.

## **1.4 Marco Conceptual**

### **1.4.1 Asesoría:**

Es una herramienta utilizada actualmente con mayor interés por parte de las empresas privadas y gubernamentales, la asesoría brinda ideas diferentes a lo que un grupo de empresarios esta enseñado hacer, ayuda a comprender diferentes situaciones que pasan a nivel empresarial, doctrinal, judicial, político, inmobiliario, financiero (Abc definición 2010 ).

### **1.4.2 Coaching al Exportador:**

El Coaching Exportador es una herramienta de apoyo desarrollada por Pro Chile que se basa en una metodología de entrenamiento en la acción, con foco en una experiencia real de negocio que pretende potenciar las habilidades de liderazgo y gestión de nuevos negocios de los participantes, y apoyarlos en la construcción de redes de apoyo para fortalecer su capacidad exportadora (Chile Atiende Pymes 2012).

### **1.4.3 Consultoría:**

Actividad profesional relativa a los servicios especializados prestados a una compañía o institución para asesorarla y ayudarla en la mejora de su gestión, operaciones y/o resultados financieros. En general la consultoría es un servicio que proporciona conocimientos y capacidades profesionales para resolver problemas o presentar nuevas estrategias para mejorar las organizaciones (Jaime Ospina Blog 2010 ).

### **1.4.4 Economía popular y solidaria:**

Según la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, es la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al Buen Vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital (Ministerio Coordinador de Desarrollo Social 2013).

#### **1.4.5 Ministerio Coordinador de Desarrollo Social:**

El Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, propone políticas interministeriales de desarrollo social mediante la coordinación, articulación, y monitoreo permanente de la política, planes y programas sociales ejecutados por los ministerios e instituciones que forman parte del Consejo Sectorial de Políticas de Desarrollo Social (Ministerio de Desarrollo Social 2013).

#### **1.4.6 Ruta del Cacao**

Es una herramienta que ha generado el Gobierno Provincial del Guayas para explicar en donde se puede encontrar la cosecha de cacao en sus cantones. De la misma manera se ha creado una forma de turismo para dar a conocer todas las propiedades que tiene la Provincia en cultivos (Prefectura de la Provincia del Guayas 2013).

#### **1.4.7 Tutoría**

La tutoría es la autoridad que se confiere para cuidar de una persona y/o sus bienes en los casos en que, por minoría de edad u otras causas, no tiene completa capacidad civil. La tutoría también hace referencia a la dirección o amparo de una persona respecto de otra y al cargo de tutor (IEPC, 2002).

#### **1.4.8 Exportación**

La exportación es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios desde un territorio aduanero hacia otro territorio aduanero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera aduanera de un Estado o bloque económico. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas (Proesa, 2012).

## **1.4.9 Comercio Exterior**

El comercio exterior es el intercambio de bienes o servicios existente entre dos o más naciones con el propósito de que cada uno pueda satisfacer sus necesidades de mercado tanto internas como externas. Está regulado por normas, tratados, acuerdos, y convenios internacionales entre los países para simplificar sus procesos y busca cubrir la demanda interna que no pueda ser atendida por la producción nacional (Abc Definición 2010).

### **1.4.9.1 Capacitación**

Capacitación, o desarrollo de personal, es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal. La necesidad de capacitación surge cuando hay diferencia entre lo que una persona debería saber para desempeñar una tarea, y lo que sabe realmente (Eumed.net, 2008)

## **1.5 Marco Legal**

### **1.5.1 Constitución de la Compañía**

La empresa estará constituida legalmente por medio de una sociedad Anónima debido a que cada socio aportará la cantidad que desee y recibirá un documento llamado acción que lo acredita como socio y le asigna un porcentaje de acuerdo a lo invertido de dividendos.

#### **Requisitos para constituir una Sociedad Anónima:**

- 1) Acta constitutiva de nombramiento del Gerente General que será el representante legal.
- 2) Registro en la Superintendencia de Compañías
- 3) Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) en el SRI
- 4) Permiso en el cuerpo de bomberos
- 5) Permisos municipales y tasa

- 6) Minuta en una Notaría explicando la actividad de la sociedad, capital social, sede de emisión de acciones, domicilio, etc.
- 7) Apertura de integración de capital en un banco local.

Por lo tanto nuestra compañía recibirá como nombre “**Expo Asesoría S.A.**”

La constitución de nuestra empresa es de \$3385.22

- ✓ Honorarios legales y tasas: \$ 554.43
- ✓ Inversión de Integración de Capitales en una Institución Financiera: \$3108,07

Estas gestiones llevan un proceso ya que para cumplir con todos los requisitos hay que recopilar una serie de documentos se estima que en el plazo de 50 días se cuente con ello.

### **1.5.2 Registro de Marcas**

El Registro de nuestra marca es importante para acapararnos por la misma, de allí que recurriremos al **Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI)**, el cual es el organismo administrativo competente para propiciar, promover, prevenir, proteger y defender, a nombre del Estado Ecuatoriano, los derechos de propiedad intelectual reconocidos en la Ley y en los tratados y convenios internacionales.

- ❖ Estudio de Factibilidad de Registro: Plazo de entrega: 6 días hábiles, \$66.00
- ❖ Solicitud de Registro de Marca: Duración Estimada del Proceso: 10 meses, \$476.00 (Marcaria, 2010)

Marcaria.ec pertenece a Marcaria.com Network, compañía especializada en el registro y protección de marcas y nombres de dominios. Poseen la experiencia y cuentan con los profesionales que servirán de apoyo para conseguir el registro de la marca en poco tiempo.

Para ello seguiremos los siguientes pasos:

### **1.5.2.1 Presentación de la solicitud de marca**

Se realizará ante la Dirección Nacional de Propiedad Industrial, la cual certificará la fecha y hora de presentación, salvo que no se acompañe a ella, el comprobante de pago de las tasas correspondientes. Esta incluirá el nombre, nacionalidad y domicilio del solicitante, signo distintivo, fecha del primer uso de la marca, los productos o servicios, etc. (Marcaria, 2010).

### **1.5.2.2 Examen Formal**

Lo realizará la oficina dentro de los quince días hábiles siguientes a la fecha de presentación de la solicitud, en caso de presentar errores u omisiones, el solicitante deberá subsanarlos, teniendo para esto un plazo de treinta días. En caso de no enmendarse estos errores en el plazo señalado, la solicitud de marca se entenderá abandonada. Si la solicitud cumple con todos estos requisitos, se ordenará la publicación de ella (Marcaria, 2010)

### **1.5.2.3 Publicación**

Deberá efectuarse por una sola vez en la Gaceta de la Propiedad Intelectual (Marcaria, 2010).

### **1.5.2.4 Oposiciones**

Podrá presentarlas cualquier tercero que tenga legítimo interés, dentro de los treinta días siguientes a la publicación. De ella, se notificará al solicitante de la marca, quien dispondrá de treinta días hábiles para contestar dicha oposición y hacer valer sus alegatos si lo estima conveniente (Marcaria, 2010).

### **1.5.2.5 Resolución**

Vencido el plazo para la presentación de oposiciones, la Dirección procederá a realizar el examen de fondo de la solicitud, y determinará si acepta o rechaza la solicitud de registro de marca respectiva. Esta resolución será fundada.

Asimismo, expirado el plazo para contestar la oposición, la Dirección Nacional de Propiedad Industrial resolverá sobre las oposiciones, y la aceptación a registro o el rechazo de la marca pedida, lo que constará en una resolución debidamente fundada (Marcaria, 2010).

### **1.5.2.6 Duración del Registro**

El registro de marca tiene una duración de diez años desde la fecha en que es concedido, y puede ser renovado por períodos iguales. La renovación debe solicitarse dentro de los seis meses anteriores a la fecha de expiración del registro. Sin embargo, el titular de la marca tendrá la facultad de renovarla durante un periodo de gracia de seis meses posteriores a la fecha de expiración, lapso de tiempo en que la marca mantendrá plenamente su vigencia.

Una vez registrada la marca, debe ser usada dentro de los 3 años siguientes a la fecha de registro, de lo contrario el registro será susceptible a ser cancelado por falta uso. Cuenta el uso realizado no sólo en el país de registro, sino en cualquier otro país miembro de la Comunidad Andina (Marcaria, 2010).

## **1.5.3 LEGISLACIÓN LABORAL**

La empresa contratara 10 trabajadores los cuales serán distribuidos en distintas tareas tanto gerenciales, administrativas, operativas y técnicas.

- Obligaciones el empleador en el Ecuador:
  - Celebrar un contrato de trabajo.

- Inscribir el contrato de trabajo en el Ministerio de Relaciones Laborales.
  - Afiliar a tu trabajador a la Seguridad Social (IESS), a partir del primer día de trabajo, inclusive si es a prueba.
  - Sueldo básico a pagar es de 340.00 usd.
  - Asumir el porcentaje que corresponde al empleador por la seguridad social.
  - Pagar horas extras y suplementarias.
  - Pagar los décimos tercero y cuarto.
  - A partir del segundo año de trabajo pagar los Fondos de Reserva (Marcaria, 2010).
- El Trabajador tiene los siguientes derechos:
- Afiliación a la Seguridad Social.
  - A percibir el sueldo básico unificado.
  - A percibir horas extras y suplementarias, en el caso que trabajes estas horas.
  - A percibir los décimos tercero y cuarto en las fechas establecidas.
  - A percibir los Fondos de Reserva a partir del segundo año de trabajo (Marcaria, 2010).

En el caso de dar por terminada la relación laboral por acuerdo entre trabajador y empleador, recordar: Elaborar un Acta de Finiquito, en la que debe constar que dan por terminada la relación laboral, el último sueldo percibido por el trabajador, un desglose de los valores que se cancela al trabajador (% por décimos, vacaciones, horas extras y suplementarias, fondos de reserva). Esta acta que elabora el empleador debe ingresar a al Ministerio de Relaciones Laborales; y, una vez que el ministerio lo apruebe deben concurrir el empleador y el trabajador para la firma del Acta y la entrega de los valores (Marcaria, 2010).

## **CAPÍTULO II METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1 Metodología**

Los métodos a utilizar en esta investigación son los que se detallan a continuación:

#### **2.1.1 Histórico**

Se utilizaran los conocimientos aplicados en hechos o problemas que anteriormente se aplicaban al momento de llevar a cabo el proceso de una exportación, este método permitirá no apartarse de la realidad de la mercancía exportada manualmente y la que se realiza digitalmente, ya que muchos de los procesos actuales solo se manejan sistemáticamente.

#### **2.1.2 Inductivo**

Herramienta que se utilizará para establecer la plataforma de capacitación al productor en el proceso de la exportación. Con el levantamiento de información utilizado por psicólogos especialistas en el tema, nos ayudará en el manejo de personas que no han recibido una instrucción universitaria que podrían tener problemas al momento de llevar la batuta en una negociación internacional.

#### **2.1.3 Deductivo**

Esta metodología permitirá a través de encuestas poder especificar lo que nuestros potenciales clientes prefieren, permitirá tomar referencias al respecto y conocer la demanda de productos o servicios a exportar.

### **2.1.4 Analítico**

El método analítico permitirá tomar las decisiones viéndolo desde los conceptos, resultados de encuestas, para luego llegar a un consenso completo de lo que se tenga a la vista en dicho momento, de manera que se evalúe la factibilidad del proyecto.

Para este trabajo de investigación se llevarán a cabo algunas técnicas de recopilación que nos permitirán profundizar en el tema. Se realizarán encuestas en el mercado seleccionado que será la Provincia del Guayas donde se estudie la factibilidad de exportación del mismo y por ende el crecimiento del sector de cacao.

Se harán entrevistas a los exportadores con experiencia para que brinden su retroalimentación respecto a los problemas que hayan tenido al momento de exportar. También se llevarán a cabo entrevistas en haciendas que no exportan pero que cuentan con la infraestructura y producción para exportar, y asociaciones exportadoras de cacao, así conoceremos los pro y contra de la exportación en la práctica diaria.

Se consultará con personas expertas en el tema en exportaciones sobre las de bajas cantidades de exportación de cacao y que es lo que actualmente el Gobierno realiza para resolver dicho problema.

## **2.2 Estudio a realizar**

### **2.2.1 Investigación de Mercado**

El estudio se llevará a cabo a través de una fuente primaria cuantitativa por medio de encuestas a hombres y mujeres que forman parte de la asociación UNOCACE que se encuentra ubicada en la Provincia del Guayas en el recinto el Deseo. UNOCACE cuenta con más de 2000 productores de cacao a nivel nacional de los cuales 100 productores de cacao son del Guayas de ellos se sacará la muestra para poder realizar las encuestas.

## **2.2.2 Objetivo de la investigación**

- Determinar el nivel de instrucción de los miembros de la Asociación UNOCACE.
- Determinar el tipo de cacao más producido
- Determinar el periodo más alto de producción de cacao trimestralmente.
- Determinar si estaría dispuesto a contratar un asesor personal

## **2.3 La población y la muestra**

### **2.3.1 Estudio Cualitativo**

Área geográfica: Guayas

Tipo de Investigación: cualitativa.

Target de aplicación: Asociaciones exportadoras de cacao o Productoras de cacao.

Numero de entrevistados: 2 entrevistas

### **2.3.2 Estudio Cuantitativo**

Tipo de Investigación: cuantitativa.

Target de aplicación: Pequeños y medianos productores de cacao, asociaciones.

Número de encuestados: 100 clientes.

## **2.4 Metodología de la Investigación.**

- Área geográfica: Guayas - Deseo

- Tipo de Investigación Multi-estilo: (cualitativa y cuantitativa)

La investigación del proyecto de tesis será exploratoria y concluyente - descriptiva.

### **2.4.1 Investigación Exploratoria:**

Se efectuó a los productores de UNOCACE, para conocer su comportamiento, ya que no se cuenta con estudio o información del mercado cacaotero en el sector del Guayas, se obtendrá una visión que aproxime a los objetivos trazados.

## **2.5 Desarrollo de la Investigación**

### **2.5.1 Desarrollo de entrevistas:**

La entrevista es de tipo no estructurada, ya que la guía de entrevista cuenta con preguntas abiertas, en la cual se establezca un diálogo donde se genere interacción de las partes y lograr captar mayor información por parte del entrevistado que ayude a obtener mejores resultados que lleven al objetivo propuesto.

### **2.5.2 Desarrollo de la encuesta:**

Las encuestas se desarrollarán personalmente, visitando a cada productor de cacao en las asociaciones cacaoteras o a los Productores individuales.

## **2.6 Definición muestral**

La investigación concluyente se divide en; descriptiva y causal, para este estudio la investigación descriptiva es la ideal, por permitir conocer necesidades específicas que ayudan a conocer detalle del consumidor.

La investigación descriptiva permite conocer gustos, preferencias, indicadores de satisfacción que generan la decisión de compra del servicio que la empresa ofrecerá.

La asociación de UNOCACE es la escogida para realizar el estudio ya que brindaron apertura para realizar las entrevistas personales y porque buscan mejor el cacao nacional por el cual Ecuador es reconocido a nivel mundial.

### 2.6.1 Distribución muestral

Tabla 2 Muestra de la Población

ENCUESTADOS	TOP 100 CLIENTES
SEXO	INDISTINTO (Hombres y Mujeres)
NSE	Medio Bajo - Bajo 80 %

Fuente y Elaboración: Karina Kanki

### 2.6.2 Descripción de la muestra

Se tomará en cuenta los productores que cuenten con un mínimo de 10 hectáreas de cacao, con el mayor número de años de las matas de cacao ya que así serán posibles exportadores de cacao.

#### Parámetros

Nivel de confianza 95 %

Error de muestra 5 %

Regularmente se trabaja con 50 % y 50 % pero se trabajara con probabilidad de éxito 70 % y fracaso 30 %.

Dado que nuestros encuestados son 100, según la calculadora muestral deberíamos realizar 80 encuestas pero se realizaron 85 encuestas a los productores de cacao de UNOCACE (Net Quest , 2014).

Para esta investigación se empleo un tipo de muestreo no probabilístico y un dentro de este tipo de muestreo por conveniencia ya que es un poco incierto el numero de productores de cacao, se tomo de la base de datos los 85 productores que tenían información completa y a los cuales se los podía contactar personalmente. (Experimental, 2013)

## 2.7 Resultados de la investigación de mercado.

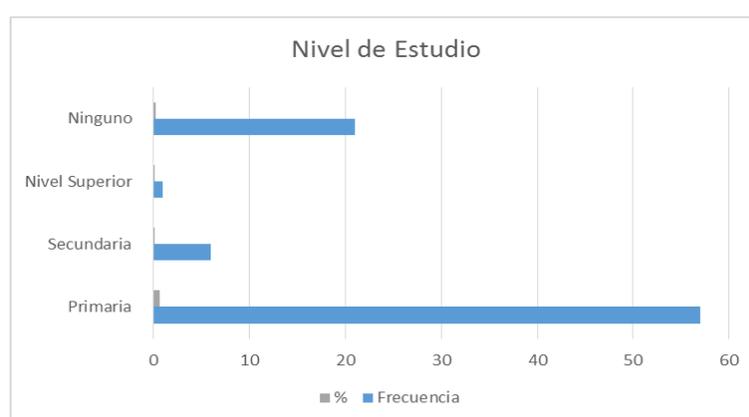
### ¿Cuál es su nivel de estudio?

**Tabla 3 Nivel de Estudio**

Nivel de estudio	Frecuencia	%
Primaria	57	67 %
Secundaria	6	7 %
Nivel Superior	1	1 %
Ninguno	21	25 %
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>100 %</b>

Fuente y Elaboración: Karina Kanki

**Gráfico 1 Nivel de Estudio**



Fuente y Elaboración: Karina Kanki

En los gráficos se demuestra que el porcentaje más bajo en los niveles de educación primaria con un 67 % versus el nivel de educación superior que tiene el 1%, esto significa que en la provincia del Guayas la mayoría de los productores de

cacao no tienen un nivel de educación con el cual puedan llevar a cabo tramites de exportación por la falta de conocimiento.

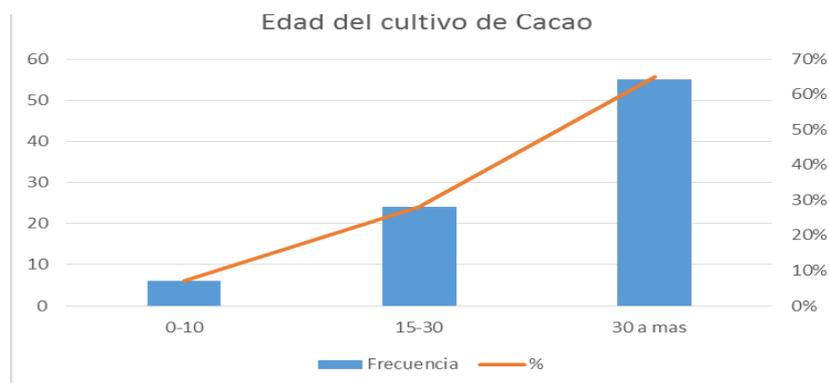
### ¿Cuántos años tiene su cultivo de cacao?

**Tabla 4 Rango de edad del cultivo de cacao**

Edad de Cacao	Frecuencia	%
0-10	6	7 %
15-25	24	28 %
25 a mas	55	65 %
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>100 %</b>

Elaborado por: Karina Kanki

**Gráfico 2 Nivel de Cultivo**



Fuente y Elaboración: Karina Kanki

El 65 % de las personas tienen un cacao con años de experiencia con un 65 % entre los 25 años en adelante lo que nos ayuda mucho para nuestro proyecto, ya que se ve la falta de conocimiento y por el cual ellos no han podido exportar aun teniendo un cacao con años de experiencia que muchas veces es lo que busca un proveedor extranjero, que el producto tenga experiencia y calidad.

## ¿SU PLANTACION DE CACAO ES?

Tabla 5 Tipo de Cacao

Tipo de Cacao	Frecuencia	%
Nacional	44	52 %
CCN-51	27	32 %
Ambas	14	16 %
Total	85	100 %

Fuente y Elaboración: Karina Kanki

Gráfico 3 Tipo de Cacao



Fuente y Elaboración: Karina Kanki

Según las encuestas nos podemos dar cuenta que el cacao que tiene el mayor porcentaje es el Cacao Nacional con un 52 % pero muy seguido del cacao CNN-51, esta información nos sirve para conocer que no podremos clasificar el servicio por el tipo de cacao sino que cada asesor deberá saber del manejo de cosecha de cada que es distinto y sobre todo al momento de hacer una negociación internacional, cambia la negociación cuando se trata de un cacao injerto (CCN-51) o cacao Nacional que es el tradicional.

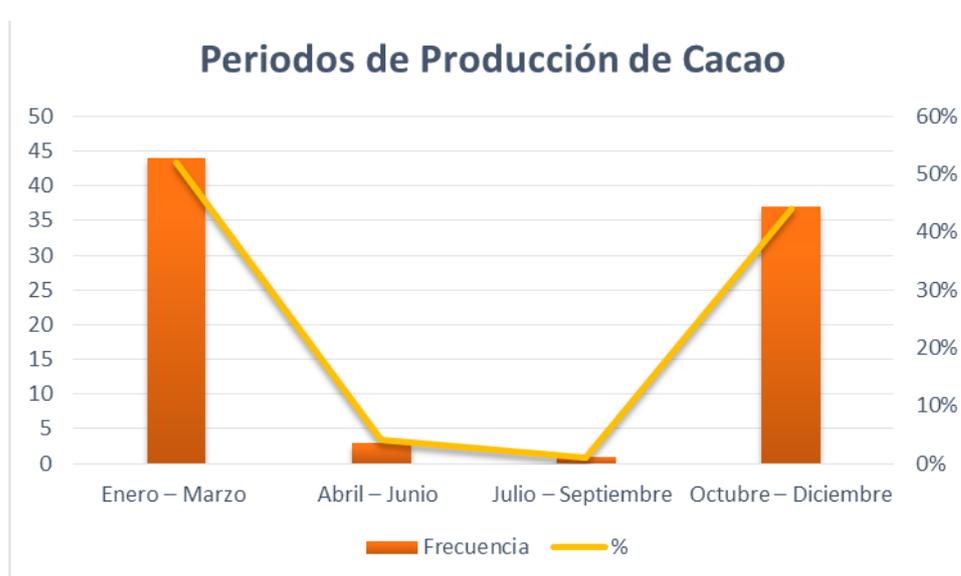
## ¿Cuál es el trimestre más productivo?

Tabla 6 Periodo de Producción

Periodo	Frecuencia	%
Enero – Marzo	44	52 %
Abril – Junio	3	4 %
Julio – Septiembre	1	1 %
Octubre – Diciembre	37	44 %
Total	85	100%

Fuente y Elaboración: Karina Kanki

Gráfico 4 Periodos de Producción de Cacao



Fuente y Elaboración: Karina Kanki

Según los datos otorgados por las encuestas se ve que tenemos 2 temporadas fuertes de cosecha de cacao en la provincia del Guayas que son de Enero a Marzo con un 52 % y de Octubre a Diciembre con un 44 %. Esta información nos sirve de mucha ayuda para organizar los distintos tipos de capacitaciones para que cada equipo que escoja el entrenamiento en el debido tiempo, así mismo para los meses que estamos muy flojos en los entrenamientos

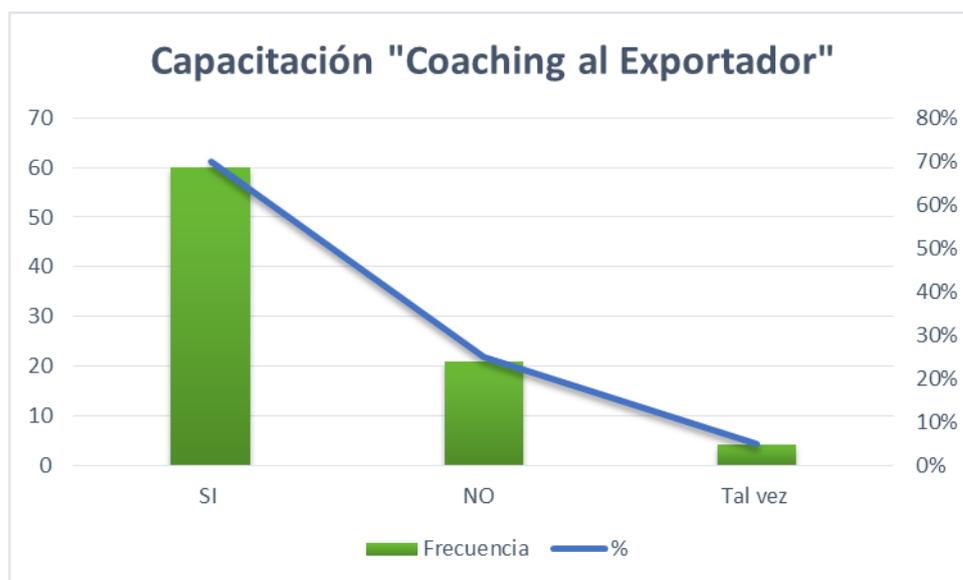
## ¿Le gustaría tener una capacitación de “Coaching al Exportador”?

Tabla 7 Capacitación "Coaching al Exportador"

Opciones	Frecuencia	%
SI	60	70 %
NO	21	25 %
Tal vez	4	5 %
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>100 %</b>

Fuente y Elaboración: Karina Kanki

Gráfico 5 Capacitación "Coaching al Exportador"



Fuente y Elaboración: Karina Kanki

En los resultados de esta pregunta podemos observar que el 70 % de los productores de cacao se ven necesitados de una capacitación sobre como exportar, que es una nueva manera de vender su producto y tener mejores ganancias, esto significa que al promocionar nuestro servicio será acogido por el mercado.

## **2.8 Conclusiones de la investigación cuantitativa**

Se puede nombrar como conclusión que el proyecto de una asesoría personalizada es efectiva en el sector exportador de cacao, mucho más para los productores de cacao que no tienen una instrucción académica de alto nivel.

El 67 % de los encuestados solo tienen una instrucción primaria, lo que les impide poder exportar directamente sin una ayuda o asociación que les impulse al comercio internacional. El 25 % de los productores mencionaron que ellos no cuentan con ningún nivel de estudio, por ende son analfabetos ya que no saben ni leer ni escribir.

En el rango de edad del cacao es del 65 % que representan a los cultivos que tienen de 30 años en adelante, el 28 % representa a los cultivos que tienen de 15 a 30 años, esto quiere decir que en el rango de estos años el cacao incrementa su volumen de productividad, por ende es cuando el árbol de cacao rinde más que cuando tiene menos años, así mismo deben tener un cuidado especial.

El cacao más cotizado y de apoyo en la Provincia del Guayas es el Cacao Nacional o más conocido como el cacao fino de aroma con un 52 % de participación de cultivo, seguido por el CCN-51 con un 32 %, se menciona que el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGAP) está incentivando un proyecto de reactivación del Cacao fino de aroma ya que es uno de los más demandados a nivel mundial.

En promedio se puede decir que juntando estos 2 trimestres serían los de mayor cosecha de cacao existe de Enero a Marzo con el 52 % y Octubre a Diciembre 44 % son los meses de alta cosecha en dicho sector.

Para terminar tenemos que el 70 % si requiere de un entrenamiento personal respecto a las exportaciones de cacao, ya que esto requiere de un servicio completo no de una sencilla capacitación, donde queden vacíos sin poder llenar de conocimientos.

Entre las recomendaciones tenemos que los productores de cacao solicitan que si exista una empresa que se dedique exclusivamente al asesoramiento de como exportar cacao en pequeñas y medianas cantidad, ya que es una facilidad para quienes no tienen educación académica.

## **2.9 Conclusiones de la investigación cualitativa (entrevista)**

### **HACIENDA CAÑAS**

La Hacienda cañas nos abrió sus puertas para conocer un poco de la producción de cacao, la entrevista se realizó el miércoles 6 de Febrero a las 11:00 am y termino a las 1:30 pm.

**Figura 9 Hacienda Cañas**



**Fuente y Elaboración: Karina Kanki**

Respecto a las entrevistas se pudo entrevistar con el Ing. Ricardo Zambrano actual administrador de la Hacienda Cañas que se encuentra en la Ruta del Cacao en la Provincia del Guayas.

En ella pudimos constatar el proceso que han llevado desde sus inicios para querer exportar, sobre todo para tener un cacao de excelente calidad, ellos brindan un cacao del tipo CCN-51, que actualmente ya es exportado por algunas empresas Ecuatorianas. Actualmente el Ing. Mencionó que no exporta, que son productores de Exportadora Agro arriba s.a.

Su obstáculo es que no cuentan con un cliente extranjero que puedan establecer una negociación fija, de manera que el precio por quintal de cacao no varíe por la bolsa de valores en el mercado. Cuentan con la certificación UTZ Certified, que es un cacao altamente calificado tanto en calidad como en trabajo humano, esto les ha llevado a ellos a ser reconocidos por la calidad de cacao que venden.

La Hacienda Cañas es una potencial exportadora de cacao ya que cuenta con toda la infraestructura para hacerlo, el Ing. Zambrano comentó que en el año 2012 realizaron exportaciones a Holanda pero por el motivo de precios, más beneficios les traía negociar el cacao a una exportadora en Ecuador que convertirse ellos directamente en exportadores de cacao.

Actualmente se encuentran en proceso de nuevas certificaciones para mejorar cada día la calidad del Cacao, cuentan con un laboratorio propio para realizar las pruebas de fertilización, humedad e impurezas del cacao.

**Figura 10 Laboratorio de Calidad de Cacao**



**Fuente y Elaboración: Karina Kanki**

## **UNOCACE**

Esta asociación nos ofreció la entrevista el jueves 13 de Febrero de 2014 a las 15h00 en las oficinas de UNOCACE en el Recinto El Deseo.

Una de las asociaciones cacaoteras del Ecuador UNOCACE fue otra de las instituciones entrevistadas, esta asociación que nace el 2 de Febrero de 1999 de un proyecto del Gobierno actual en conjunto con la Unión Europea el proyecto llamado "Reactivación del Cacao Fino de Aroma o Cacao Nacional"

ha permitido que esta asociación de campesinos cacaoteros formen alianzas y puedan sacar sus productos internacionalmente.

**Figura 11 Asociación de campesinos cacaoteros del Ecuador**



**Fuente y Elaboración: Karina Kanki**

El Señor Víctor Bajaña actual presidente de UNOCACE comento que el apoyo que han recibido del Gobierno a través de Pro Ecuador ha sido de gran ayuda para su paso en el exterior de la mano con el MAGAP en todos los aspectos tanto técnicos como de conocimientos de exportación.

Al inicio tenían 11 organizaciones de las cuales exportaban 357 toneladas, su principal lugar de destino de exportación era Francia. Actualmente tienen 18 organizaciones cada una con un centro de acopio que es el que se encarga de recolectar el cacao de los 2000 productores de cacao que se dividen en 4 regiones: Provincia del Guayas, Los Ríos, El Oro y Bolívar de las cuales exportan alrededor de 1750 toneladas anuales a Suiza, entre otros.

Cuentan con 4 certificaciones que los caracterizan en el mercado mundial como un cacao de calidad:

- ✓ Certificación Orgánica – USDA.
- ✓ FairTrade.
- ✓ BioSuisse.

✓ Comercio Justo.

Ellos tuvieron que estar en cursos constantes en los inicios para conocer todo el proceso y entender el movimiento que esto conlleva tener una asociación que exporte cacao de excelente calidad.

Para concluir la entrevista se dio a conocer que aun necesitan ayuda en algunos aspectos legales para ingresar a nuevos mercados, capacitaciones de oferta exportable, ingreso a nuevos mercados, etc.

**Figura 12 Cacao Orgánico**



**Fuente y Elaboración: Karina Kanki**

**Figura 13 Cacao Orgánico para exportar**



**Fuente y Elaboración: Karina Kanki**

## **CAPITULO III ANÁLISIS SITUACIONAL**

### **3.1 Introducción**

En este capítulo se dará a conocer si la empresa de servicios que se desea implementar es rentable y si llenará las expectativas del mercado al cual va dirigida, por ende al conocer las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades se establecerán las estrategias para que dicha empresa pueda contribuir al crecimiento económico del país.

### **3.2 Descripción de la empresa**

La empresa “Expo Asesoría S.A.” es una empresa que cuenta con socios anónimos, se encuentra ubicada en la ciudad de Guayaquil en la ciudadela La Alborada diagonal a la “Iglesia La Alborada”

“Expo Asesoría S.A” nació para para el servicio de muchos productores de cacao que tienen una excelente producción la cual le permita realizar el proceso de exportación. La empresa brindara un servicio de asesoría personalizada a cada persona que la solicite sea esta para exportar o aprender el negocio de exportación de la misma especialmente en el sector de cacao ya que hemos realizado una exhaustiva investigación de lo que se necesita para poder exportar cacao.

La metodología a utilizar en la compañía es contratando asesores técnicos especialistas en el tema de exportación para que puedan acompañar en el proceso a cada productor o exportador en prueba.

## **3.3 Filosofía Empresarial**

### **3.3.1 Misión**

Expo Asesoría S.A. es una empresa que asesora a los pequeños y medianos productores en el sector de cacao los cuales busca que cada productor con potencial de exportación se capacite y pueda realizar su venta internacional, estableciendo los parámetros de calidad para el mismo.

### **3.3.2 Visión**

Llegar a ser una empresa competitiva en el mercado nacional e internacional que colabore con el crecimiento del país a través de las distintas capacitaciones en plataforma virtual, habiendo cumplido los objetivos en 5 años.

### **3.3.3. Valores Corporativos**

Toda empresa debe contar con valores que caractericen la calidad del trabajo que se debe tener:

#### **Confianza**

Este valor lo brindaran los asesores escogidos con los más altos estándares de exigencia académica.

#### **Honestidad**

La empresa brinda a sus clientes la honestidad necesaria para confiarnos la expansión de su negocio.

#### **Compromiso**

Cada miembro de “Expo Asesoría S.A.” está comprometido con el servicio a brindar para la satisfacción del cliente.

### **Excelencia**

Cada asesor está altamente capacitado, calificado y especializado en su labor para ofrecer al mercado productivo de cacao un alto estándar de calidad.

### **Agilidad**

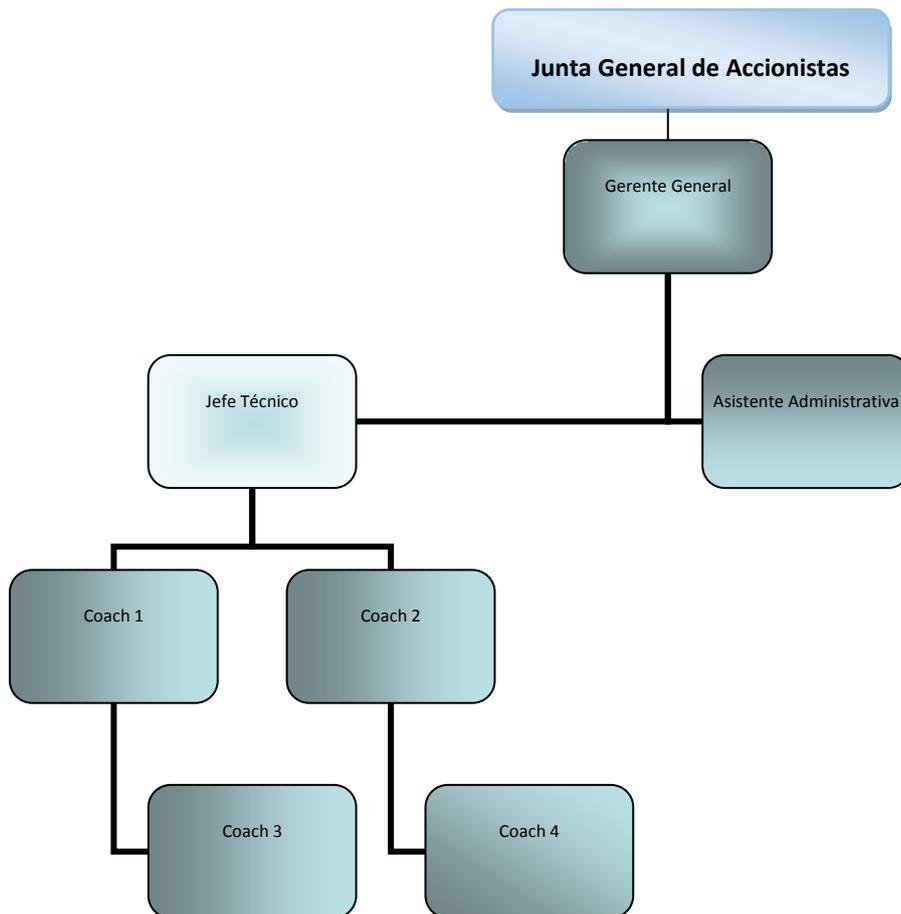
Es un valor con el que la empresa cuenta para poder atender cada proceso en la brevedad del caso, fluida, satisfactoria y confortable.

### **3.3.4 Objetivo Organizacional**

Brindar un servicio de calidad y personalizado creando confianza con el cliente de manera que se establezca una amistad y un negocio.

### **3.3.5 Organigrama de la Empresa**

**Gráfico 6 Organigrama "Expo Asesoría S.A."**



**Fuente y Elaboración: Karina Kanki**

## **3.4 Cartera de servicios**

### **3.4.1 Coaching al exportador**

El Coaching o entrenamiento al productor, potencial exportador o exportador es el servicio principal de esta empresa la cual se identifica por una asesoría directa y personalizada, acompañando a cada cliente en el proceso de la exportación. La empresa se especializará en el sector de cacao el cual es el tercer producto más demandado en el Ecuador y el primero en la Provincia Guayas.

### **3.4.2 Capacitación en Comercio Exterior**

Se estima que con el crecimiento de la empresa la cartera de servicios se pueda expandir y abrir nuevos servicios que sea de beneficio para la sociedad en general, exclusivamente para los que buscan conocer temas de exportación.

“Expo Asesoría S.A.” ofrecerá a sus clientes una gama de capacitaciones de comercio exterior, negocios internacionales, relaciones internacionales, cursos de actualización de certificaciones, conocimiento de culturas para llevar a cabo una negociación, etc. Los mismos serán dirigidos para estudiantes, gerentes, administradores, exportadores o potenciales exportadores.

## **3.5 Competencia**

### **3.5.1 Competencia Directa**

Actualmente no se cuenta con una competencia directa ya que no hay una empresa dedicada al Coaching al exportador, una empresa

que se dedique a un asesoramiento personalizado y por casos en exclusivo.

### **3.5.2 Competencia Indirecta**

El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Pro Ecuador) es una institución del estado que brinda sus servicios desde el 2011 en la ciudad de Guayaquil, asistiendo al exportador, productor, estudiantes, Agricultores con potencial de exportación en los diferentes sectores agrícolas tales como: cacao, flores, frutas, banano, entre otros.

Pro Ecuador también tiene un departamento de Inteligencia Comercial que se encarga de revisar, analizar los diferentes movimientos que realiza el Ecuador a nivel comercial y a nivel económico.

**Figura 14 Logo Pro Ecuador**



**Fuente y Elaboración: (PRO ECUADOR)**

## **3.6 Macro – Entorno**

### **3.6.1 Entorno Social**

La ciudad de Santiago de Guayaquil cuenta con 2350.915 millones de habitantes, la cual se ubica como la ciudad más poblada en la Provincia del Guayas, donde acuden miles de turistas de todo el mundo ya que se ha convertido en un atractivo turístico para el país (Guayaquil - Censo, 2010).

Es un importante sitio de afluencia de comercio en el nivel regional, en los sectores agrícolas donde se busca dar a conocer los atributos con

los que la Provincia del Guayas cuenta tanto en el plano económico, comercial y turístico. Se encuentra ubicada en la costa del Pacífico en la Región Litoral del Ecuador, el este de la ciudad está a orillas del Río Guayas, a unos 20 kilómetros de la desembocadura con el Océano Pacífico (Guayaquil.gob, 2010).

Se puede decir entonces que la ciudad de Santiago de Guayaquil es una ciudad privilegiada a la cual acuden personas de todas partes y mucho más las personas que busquen crecimiento a sus negocios, donde se encuentra el Puerto de entrada y salida de bienes y servicios.

La facilidad que se encuentra en la ciudad nos permitirá llegar a muchas personas que busquen oportunidades de exportación de la mano y ayuda de las instituciones gubernamentales.

El 70 % de las exportaciones del país salen por el puerto aduanero de Santiago Guayaquil, entrando el 83 % de las importaciones, en ella se encuentran establecidas grandes empresas y compañías multinacionales que caracteriza y la denominan como la “capital económica del país” (Guayaquil.gob, 2010).

La ciudad es sede del 39 % de las 1000 compañías más importantes del Ecuador. De dicho grupo de empresas, las compañías guayaquileñas representan el 35 % de activos, 37 % de patrimonio y el 39 % de los ingresos. Así mismo, el total de ventas de las empresas guayaquileñas representan el 36 % de este grupo. Guayaquil tiene un alto control de poder de Mercado con un 64 % de mercado altamente concentrado, esto quiere decir que existe un mercado que siempre busca facilidades para sus negocios para sus exigencias, un mercado que necesita nuevas salidas para sus productos e ahí donde podemos aprovechar dicha oportunidad (Superintendencia de Control del Poder de Mercado, 2013).

### **3.6.1.1 INFLACIÓN**

Se toma este indicador ya que puede influir mucho en el servicio que la empresa desea brindar al mercado actual en el sector de exportación de cacao. El Ecuador concluyo con una inflación de 2,70 % frente al 4,16 % del 2012 ha sido uno de los niveles de inflación más bajo en los últimos ocho años (El Universo 2013 ).

### **3.6.2 Entorno Político**

Dentro del entorno político el Ecuador forma parte de los Organismos Internacionales como miembro de la Organización de los Estados Americanos (OEA), Fondo Interamericano de Desarrollo (BID), de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), entre otros. Estas relaciones internacionales son muy buenas para nuestras propuestas de exportación.

Por otro lado el Gobierno del Ecuador, actualmente brinda un gran apoyo a todos los productores y agricultores de todos los sectores agrícolas, esto nos permitirá acogernos al Gobierno y conseguir por medio de ellos las relaciones que se formen en otros países como en el Continente Asiático para llegar a dichos mercados tan importantes para la Economía Ecuatoriana.

### **3.6.3 Entorno Económico**

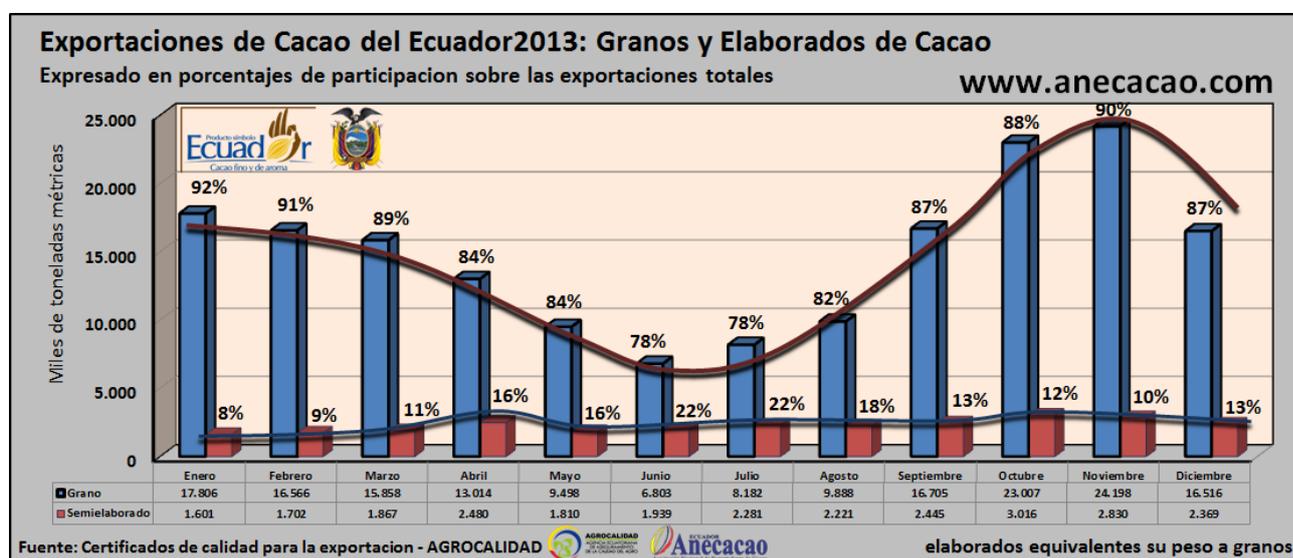
El rubro de las exportaciones de Cacao ocupa el sexto lugar de los productos no petroleros más demandados a nivel mundial con el 4,8 % del pastel exportador. El aumento de los precios internacionales, el crecimiento de la demanda y la implementación de técnicas hacen que aumente la producción de cacao Ecuatoriano por ende se presume un incremento en sus exportaciones.

Según varios expertos prevén que el Ecuador se ubique en el cuarto productor mundial de cacao para el 2015 ya que destacó que en volumen (220.000 toneladas métricas) supera este producto a las rosas en 13 % (America Economía , 2014).

Actualmente los productores de cacao, asociaciones de pequeños y medianos productores de cacao se ven apoyados en el Gobierno del Ecuador que a través de su Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGAP) están recibiendo capacitaciones, oportunidades comerciales, creando proyectos de reestructuración del Cacao Fino de Aroma el cual es un beneficio para la empresa porque nos brindará mayores oportunidades de exportación.

El precio actual de la tonelada de cacao es de \$ 2,877 con relación al año anterior el cacao comenzó con una caída de 10 puntos por debajo a la apertura de año (ANECACAO , 2014 ).

**Gráfico 7 Exportaciones de Cacao**



**Fuente: Certificados de la calidad para la exportación – Anecacao**

La conjetura más alta vemos en el grafico es en el trimestre de Octubre – Diciembre teniendo su índice más alto en Noviembre con el 90 % de exportación de cacao en grano.

### 3.6.4 Entorno Tecnológico

La tecnología servirá de beneficio ya que actualmente se puede contar con internet para poder conocer los últimos requerimientos por parte de nuestros clientes, o nuevos requisitos que se necesite para expandir el negocio de exportación a otros mercados internacionales.

En la producción nos ayudan mucho las nuevas máquinas que nos permitirán hacer la medición de las impurezas del cacao, el porcentaje de la humedad, la fermentación, y el peso de los gramos de los mismos. Equipos que muchas empresas por falta de dinero no tienen pero que sirven mucho para la exportación de manera que no nos reduzcan el peso del cacao.

**Figura 15 equipos de medición de humedad y peso de la pepa de cacao**



**Fuente y Elaboración: Hacienda Cañas – Karina Kanki**

Por otro lado tenemos la implementación de secadoras mecánicas que ayudan en el secado rápido de la cosecha de cacao, sirven de gran ayuda cuando es temporada de invierno, debido a las fuertes lluvias muchas veces se pierde gran cantidad de cacao por dicho inconveniente. La mayoría de las secadoras tienen aire fresco y aire caliente lo que permite un mejor secado.

Hay secadoras que son a gas y otras que son a diésel, por temas legales la mayoría de las haciendas usan diésel, la cual se debe tener mucho cuidado por temas ambientales así mismo para no contaminar el producto, cada secadora deberá contar con un filtro que contenga una chimenea, el cual desvié el olor a diésel y no afecte al sabor natural de cacao.

**Figura 16 Secadora mecánica**



**Fuente y Elaboración: Karina Kanki**

**Figura 17 Motor de la secadora**



**Fuente y Elaboración: Karina Kanki**

También existe otra máquina que será de mucha utilidad para medir el porcentaje de impurezas del cacao esta se llama “clasificadora de limpieza” ella elimina todo el mucilago que tiene el cacao dejándolo limpio de todas la melaza y basura que este tenga.

**Figura 18 Clasificadora de Cacao (limpieza)**



**Fuente y Elaboración: Karina Kanki**

**Figura 19 Impurezas de Cacao**



**Fuente y Elaboración: Karina Kanki**

### **3.7 Barreras de Entrada**

La empresa no tiene barreras de entrada directamente ya que es nueva en el mercado por su característica única que es la asesoría personalizada hasta completar el Coaching al exportador.

### **3.8 Benchmarking Competitivo**

El benchmarking que realizaremos será con una empresa que está en PRO CHILE y PRO ECUADOR ya que son institutos que se encargan de fomentar el espíritu exportador tanto en Chile como en Ecuador, ambos Institutos llevan a cabo una serie de capacitaciones en el área de Comercio Exterior, uno de sus nuevos y actuales proyectos es el “Coaching Exportador” que inicio en Chile y será implementado en Guayaquil-Ecuador.

Actualmente ambos institutos son del Estado por ende tendrían ventaja pero con la diferencia de que ellos realizan sorteos para que las empresas participen, no todos pueden ingresar en el proceso. Básicamente el benchmarking que se hará es a la metodología de enseñanza que ellos utilizan para igualar los conocimientos de una persona con un nivel medio de estudio con una persona que no tiene estudios académicos.

### **3.9 FODA de “Expo Asesoría S.A.”**

Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

#### **3.9.1 Factores internos**

##### **Fortalezas**

- ✓ Asesoría Personalizada, ya que cada coach ayudara a su cliente en el proceso de trámites y negociación.
- ✓ Técnicos especializados y con experiencia.
- ✓ Ubicación Geográfica, se encuentra ubicada al norte de Guayaquil cerca del Terminal de la ciudad donde las personas de asociaciones tendrán acceso sencillo para encontrar la empresa.
- ✓ Relaciones con Asociaciones de pequeños y medianos productores de cacao de la Provincia del Guayas.

- ✓ Relaciones con instituciones Gubernamentales como el MAGAP y PRO ECUADOR, instituciones que serán de mucha ayuda para las ofertas exportables y en el plano estadístico.

### **Debilidades**

- En los inicios la empresa no es muy conocida por el mercado.
- Falta de difusión en las asociaciones.
- Inestabilidad por el costo del servicio.
- Falta de presupuesto.

## **3.9.2 Factores Externos**

### **Oportunidades**

- Crecimiento del mercado cacaoero, gracias al apoyo gubernamental.
- Pro Ecuador no se abastece para dar un seguimiento continuo a sus clientes.
- Captación de clientes potenciales a través de visitas a las haciendas.
- Apertura de asociaciones de cacaoeros para la exportación.

### **Amenazas**

- Competencia indirecta con facilidades a mercados internacionales.
- Baja producción debido al clima.
- Factores políticos impuestos con alta variación.

## **3.9.3 Matriz evaluación de factores externos – EFE**

Esta matriz nos permite evaluar y recopilar información económica, social, demográfica, política, cultural, tecnológica y competitiva. Para entender este resultado decimos que la puntuación máxima es 4.0, la ponderación más baja posible 1.0 y el valor promedio ponderado es 2.5.

Un promedio de 4.0 nos indica que la organización está respondiendo de manera excelente a las oportunidades y amenazas existentes esto quiere decir que las estrategias planteadas por la empresa están siendo aprovechadas al máximo y que sus amenazas externas están minimizadas casi en su totalidad. Una ponderación de 1.0 reflejaría que las estrategias tomadas por la empresa no están siendo para nada rentables y que sus amenazas externas se acrecientan.

#### **Rangos de Importancia:**

- 1.-Deficiente
- 2.- Nivel Promedio
- 3.- Arriba del Promedio
- 4.- Excelente

**Tabla 8 Matriz EFE**

<b>EXTERNOS</b>			
<b>FORTALEZAS</b>	<b>%</b>	<b>PUNTAJE</b>	<b>PONDERACION</b>
<b>Asesoría Personalizada</b>	0.10	4	0.4
<b>Técnicos especializados y con experiencia</b>	0.10	3	0.3
<b>Ubicación geográfica</b>	0.10	4	0.4
<b>Relaciones con Instituciones Gubernamentales</b>	0.10	4	0.4
<b>Relaciones con Asociaciones de pequeños y medianos productores de cacao</b>	0.10	3	0.3
<b>DEBILIDADES</b>			
<b>Poco tiempo en el mercado</b>	0.10	1	0.1
<b>Falta de difusión en las asociaciones</b>	0.10	1	0.1
<b>Inestabilidad en el costo de servicio</b>	0.10	1	0.1

<b>Falta de presupuesto</b>	0.20	2	0.4
<b>Factor de atractividad</b>	<b>1.00</b>		<b>2.5</b>

Elaboración: Karina Kanki

Puntuación: 2.5

El total de la ponderación es **2.50**, esto nos indica que la empresa “EXPO ASESORIA S.A.” está igual que la media, en su esfuerzo por seguir las estrategias que maximicen las oportunidades y eviten a toda costa las amenazas externas.

En conclusión podemos decir que según las puntuaciones, los factores a cambiar serian **Poco tiempo en el mercado, Falta de presupuesto, Inestabilidad en el costo del servicio, ya** que estos tienen una puntuación de 1 que nos indica deficiencia. Con estos puntos tomar los correctivos necesarios para estas debilidades externas transformarlas en fortalezas a mediano- largo plazo.

### **3.9.4 Matriz de evaluación de factores internos – EFI**

Esta matriz se encarga de evaluar, medir las oportunidades y amenazas dentro de las áreas funcionales de “Expo asesoría S.A.” De esta manera podemos evaluar he identificar las relaciones de las distintas áreas de la empresa internamente.

La asignación de los porcentajes entre 0.0 como menos importante a 1.0 como importante, a cada uno de estos factores nos indicara la importancia relativa para alcanzar el éxito en la empresa.

Las variables utilizadas para el desarrollo de la matriz de evaluación de factores internos constarán con una valoración que será estima de la siguiente manera:

#### **Rangos de Importancia:**

- 1.- Mayor debilidad
- 2.- Menor debilidad

3.-Menor fortaleza

4.-Mayor fortaleza.

Tabla 9 Matriz EFI

INTERNOS			
OPORTUNIDADES	%	PUNTAJE	PONDERACION
Crecimiento del mercado cacaotero	0.15	4	0.60
Captación de clientes potenciales	0.20	4	0.80
Pro Ecuador no se abastece	0.05	4	0.60
Apertura de asociaciones de cacaoteros para la exportación.	0.15	3	0.40
AMENAZAS			
Competencia indirecta con facilidades a mercado.	0.20	2	0.40
Factores políticos (impuesto) con alta variación	0.10	1	0.10
Baja producción debido al clima	0.15	1	0.15
FACTOR DE ATRACTIVIDAD	1.00		3.05

Elaboración: Karina Kanki

### Puntuación: 3.05

El total de la ponderación es **3.05**, indicándonos que la empresa “EXPO SESORIA S.A.” Está por encima del promedio en cuanto a su fortaleza interna. Podemos decir que sus mayores oportunidades están en **crecimiento del mercado cacaotero**, gracias al atractivo del mismo. Por eso es importante la **captación de clientes potenciales**. Para tener un aumento de participación y reconocimiento en el mercado.

En conclusión, podemos observar que las amenazas son la **Competencia indirecta con facilidades a mercado** que existe entre competidores. Los factores políticos tienen una alta variabilidad lo que dificulta una adecuada toma de decisiones a largo plazo. Con estos

puntos en consideración la empresa debe modificar su estrategia interna para una mayor atractividad.

**Tabla 10 Matriz FODA**

<b>MATRIZ FODA</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<b>FORTALEZAS</b>	<p><b>ESTRATEGIAS (FO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Captar la atención de los productores insatisfechos y ofrecerles la asesoría personalizada.</li> <li>✓ Pro Ecuador no se abastece para dar seguimiento continuo a sus clientes.</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIAS (FA)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realizar trabajos de campo con los técnicos especializados, buscando oportunidades.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<p><b>ESTRATEGIAS (DO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aprovechar del crecimiento del mercado de cacao para establecer precios fijos del servicio.</li> <li>✓ Desarrollar tácticas de capacitación para las asociaciones cacaoteras.</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIAS (DA)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Llevar una base de datos de la cartera de clientes por servicio prestado.</li> <li>✓ Elaborar un plan de acción por servicio brindado.</li> </ul>

**Elaborado por: Karina Kanki**

## **CAPITULO IV ANALISIS DE MERCADO**

### **4.1 Introducción**

El análisis del mercado nos ayudara a conocer los pros y los contras que vamos a tener a futuro en el proceso de establecer esta empresa. El mercado actual no cuenta con una empresa privada dedicada a la asesoría personalizada en el comercio exterior. Debido a ese problema nace “Expo Asesoría S.A.” una empresa que se caracteriza con su plus de una asesoría completa no es solo asistencia en algunos temas, por el contrario es un Coaching que va desde los conocimientos básicos de ¿Cómo exportar?, documentos que necesita su producto para ser exportado, las barreras de entrada y salida dependiendo al mercado al cual desea dirigirse, etc.

### **4.2 Objetivos del análisis de mercado**

#### **4.2.1 Objetivo general**

Establecer las necesidades concretas de las asociaciones de manera que se conozca la viabilidad de la empresa de “Coaching al exportador”.

#### **4.2.2 Objetivos específicos**

- ❖ Analizar la situación del mercado.
- ❖ Conocer la aceptación de una empresa de servicios personalizada.
- ❖ Identificar las estrategias utilizadas por los Institutos Gubernamentales para nuestra plataforma de asesoría.

### **4.3 Perfil del cliente**

El perfil del cliente puede variar en algunos aspectos pero se centra en las siguientes características:

“Coaching al exportador”

- Productores de nivel medio, medio – bajo.
- Productores que tengan mínimo 10 hectáreas de cultivos de cacao.
- Productores de preferencia que formen parte de una Asociación Cacaotera.
- Productores que tengan visión exportadora.
- Exportadores de cacao.

“Capacitaciones en Comercio Exterior, entre otras”

- Exportadores de cacao.
- Productores con planificación de internacionalización.
- Estudiantes de Nivel Superior.
- Ejecutivos, Gerentes, Administradores.

### **4.4. Estudio de las 4 “P” del marketing mix**

El estudio de las estrategias del Marketing Mix es de gran importancia, porque de esa manera podremos superar a la competencia o en este caso, superar las expectativas del mercado meta, consiguiendo así el éxito de las estrategias aplicadas.

#### **Producto, Precio, Plaza y Promoción**

##### **4.4.1 Producto – Servicio**

“Expo Asesoría S.A.” es un servicio que se brinda a toda la comunidad de la Provincia del Guayas, especialmente en su mercado meta que son los productores de cacao, asociaciones de Cacao que

tengan el interés de exportar o que de hecho se encuentren exportando.

El servicio a brindar se presentará dependiendo de cada cliente (productor), para ello tenemos técnicos que estarán especializados en el tema de exportación de cacao, plan de financiamiento, requerimiento de documentos, oportunidades comerciales en el exterior, entre otros temas de interés de comercio internacional.

La venta del servicio será manejada por cada técnico, asesor o coach que se encuentre desarrollando dicho rol en la empresa de manera que cada coach deberá tener al mes 3 clientes fijos de “Coaching al Exportador”, por cada entrenamiento se le pagará al coach una comisión extra. Esto nos ayudará a incrementar la venta del servicio en gran cantidad.

Para el servicio de las capacitaciones tendremos una persona encargada de realizar la promoción informática a través de las redes sociales, correos electrónicos, entre otras como llamadas directas a representantes de empresas exportadoras o asociaciones que requieran de actualización de conocimientos o las nuevas certificaciones si así lo requiere la norma de exportación o el mercado con altas demandas de productos Ecuatorianos.

Para la búsqueda de nuevos clientes se realizarán talleres diferentes, partiendo de una exportación básica, esto es para incentivar a los productores a la producción y comercialización internacional, así se aprovechará para entregar los volantes de las capacitaciones a dictarse en el trimestre.

#### **4.4.1.1 Diseño del proceso operativo óptimo de la prestación del servicio.**

Para iniciar contaremos con 4 entrenadores o “coach” y el proceso operativo será de la siguiente manera:

- ✓ Cada coach deberá realizar un trabajo de campo y visitar las distintas asociaciones cacaoteras que se encuentren en la Provincia.
- ✓ Luego de tener los clientes interesados en el Coaching se establecerá lo parámetros del contrato.
- ✓ Analizar la situación del cliente por cada asesoramiento, ya que todos tienen una situación distinta.
- ✓ Tomar un test de conocimientos básicos a los posibles exportadores para evaluar los conocimientos actuales y evaluar desde que punto deben iniciar.
- ✓ Se realizarán 6 sesiones de entrenamiento en comunidad, con foco en el desarrollo de un Plan Exportador. 7 semanas.
- ✓ Las temáticas a profundizar son: Adecuación de la Oferta Exportable, Análisis del Mercado Objetivo, Colocación de Precio Exportador, Negociación Internacional con posibles compradores, etc.
- ✓ Después de cada sesión el productor deberá realizar un acta de los conocimientos obtenidos en cada sesión con las respectivas sugerencias.
- ✓ Así mismo deberá desarrollar un plan de acción para mejorar las deficiencias que se tengan tanto a nivel intelectual como a nivel técnico-comercial.
- ✓ En cada sesión se realizará una recapitulación revisando cada acta realizada por el productor.
- ✓ En la cuarta y quinta sesión se deberá realizar todo lo práctico esto quiere decir que dependiendo de la necesidad, el coach y el productor deberán tener sus clases solicitando documentos, autorizaciones, permisos en las diferentes entidades públicas.

- ✓ Si el productor aún no cuenta con un cliente extranjero se realizará las reuniones respectivas para contactar futuros clientes de manera que todo lo aprendido se lo aplique inmediatamente.

A comparación con las entidades gubernamentales donde solo reciben capacitaciones de “¿Cómo exportar? En “Expo Asesoría S.A.” obtendrán un respaldo de la empresa desde el momento que inicia el estudio de la hacienda para poder exportar hasta que se lleva a cabo el proceso y se culmina con el pago de la venta realizada a través de la exportación.

Para iniciar el entrenamiento se debe analizar la situación de cada productor o exportador que este por recibir el servicio de manera que se pueda establecer la metodología de estudio. Después de las sesiones recibidas se llevara a cabo un trabajo post Coaching que sería un seguimiento de las tareas asignada durante cada sesión, esto quiere decir que cada coach deberá ayudar al exportador o productor de cacao a realizar los trámites de documentación que se requieran para obtener todos los permisos que estos conllevan.

“Expo Asesoría S.A.” Deberá velar por una nivelación en los conceptos básicos que involucra un proceso de internacionalización. Esto se puede realizar a través de una presentación de contenidos básicos, en los cuales se den a conocer términos que se deben usar en un proceso de exportación.

El servicio se desarrollará en 6 sesiones que estarán divididas en 1 sesión por semana cada sesión tendrá 2 etapas que se deberán dictar en 1 semana.

**Figura 20 Sesiones de Coaching exportador**



**Fuente y Elaboración: Karina Kanki**

#### **4.4.1.2 Personal de contacto**

El contacto directo con nuestros clientes (productores o exportadores, etc.) serán atendidos por una asistente la misma que distribuirá la solicitud con la persona encargada (coach).

Cada Coach debe atender todos los requerimientos de los clientes de forma amable y rápida para satisfacer sus necesidades, superar sus expectativas a través de la personalización de nuestros servicios.

#### **Servicio Interno**

Habrá un personal exclusivo para realizar un apoyo interno al coach:

- **Atención al Cliente:** Se encargará de servir, atender a nuestros clientes y estudiar las formas de atención personalizada, oportunidades de venta en los momentos de la verdad y satisfacer la necesidad que nuestros clientes indican.
- **Producción del servicio:** Se va a determinar las secuencias de operaciones, las inspecciones y los métodos, se piden las

herramientas, se asignan tiempos, se programa, se distribuye y se lleva el control del trabajo, se realiza también el estudio de la calidad total para lograr la satisfacción del cliente.

- **Departamento de Marketing y Postventa:** Para realizar todas las estrategias de posicionamiento, Marketing, metas de Venta, y retroalimentación de nuestros Productos.

#### **4.4.2 RECURSOS.**

Los recursos que se utilizarán para brindar un servicio de calidad son los siguientes:

- Personal
- Computadoras
- Muebles y enseres
- Internet, acceso a páginas gubernamentales, base de datos.
- Relaciones laborales, es un recurso ya que servirán de apoyo para actualización de datos en casos de emergencias.
- Infraestructura

#### **4.4.3 PRECIO**

El precio que se establece para este tipo de servicios es básicamente por el servicio que se brindará, ya que no existe otra empresa que brinde el mismo servicio al target de mercado que se está aplicando.

El costo varía dependiendo del servicio que cada comprador desee, ya que puede suceder que el productor no requiera del servicio completo, por ende cancelará por las sesiones realizadas en su totalidad.

- Por cada sesión terminada \$160

- Por cada entrenamiento “Coaching Exportador” \$900 dólares.
- Los descuentos para las asociaciones seria del 10% por coaching completo.
- Para adquirir el servicio de las capacitaciones:
  - Estudiante
  - Gerente, Jefes, Administradores
  - Productores
  - Exportadores
  - Asociaciones cacaoteras

El servicio para cada tipo de cliente para las capacitaciones varía por el tema de la capacitación. Por otra parte también se darán descuentos cuando ya sean clientes fijos o de empresas que se lleguen a negociar acuerdos de beneficios.

#### **4.4.4 PLAZA**

La ubicación de “Expo Asesoría S.A.” se encuentra en un lugar céntrico de la ciudad de Guayaquil, ciudadela “La Alborada” frente a la Iglesia Nuestra Señora de la Alborada, lo que es conveniente para muchas personas que puedan acceder fácilmente a los servicios ofrecidos. Como es una empresa que presta servicios no se puede hablar de una logística organizada pero si se puede hablar de una logística entre el coach y el productor o exportador dependiendo de la situación.

La empresa busca centrarse en un lugar tranquilo, sencillo pero que a la vez sea asequible para todos de fácil acceso y que cuente con la seguridad del caso, que no ponga en peligro la integridad de los clientes.

#### 4.4.4.1 Logística

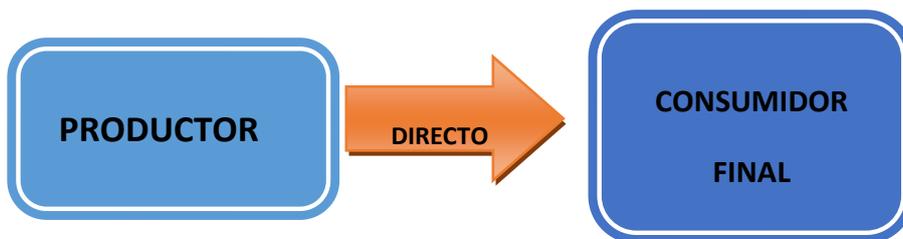
La logística la deberá llevar cada entrenador o coach, ya que ellos deben manejar su tiempo consiguiendo un objetivo que es el cliente que se interese en el servicio “Coaching Exportador”. Por ende cada instructor debe manejar los tiempos de las sesiones con cada productor o exportador.

Al mismo tiempo deberá manejar los recursos necesarios para poder impartir sus conocimientos de la mejor manera, captando así la atención del cliente (productor).

#### 4.4.4.2 Canal de Distribución

El canal de distribución será directo al consumidor final. Como el canal es directo se deberá aprovechar esa oportunidad que se tiene para poder satisfacer en plenitud al cliente con sus requerimientos solicitados.

Figura 21 Canal de Distribución



Fuente y Elaboración: Karina Kanki

Un cuello de botella puede llegar a ser los mismos técnicos especializados ya que por las expectativas de la demanda no se alcance a completar lo requerido.

## Táctica

- Estar pendiente de la demanda para poder satisfacer en todas sus necesidades.
- Poner pequeños banners de información en las diferentes asociaciones de cacao o centros de acopio de cacaoteros.
- Para las capacitaciones de Certificación en los diferentes países de exportación de cacao se realizarán convenios Internacionales.

### 4.4.5 Promoción

Para la promoción de “Expo Asesoría S.A.” realizaremos una serie de actividades, programas, visitas de promoción, talleres y demás actividades con la finalidad de dar a conocer la empresa como un servicio de calidad y confianza que brinda tener asesores propios con disponibilidad de tiempo y a la vez técnicamente calificados en el tema de exportación con especialización de cacao.

El plan de marketing a utilizar será sencillo de manera que se llegue al mercado esperado trabajando despacio pero en lugares confiables y seguros para confirmar nuestros clientes. Debemos tener un buen control de la publicidad, ya que no contamos con un presupuesto alto, por ende se manejará en un perfil bajo-medio de promoción.

Para iniciar con el detalle de la promoción de la empresa lo primero que debemos tener es la identificación de la misma, su logo:

Figura 22 Logo de "Expo Asesoría S.A."



Elaborado por: Galo Molina Designer

#### **4.4.6 Publicidad**

La publicidad deberá contener una serie de afiches, banners que sean colocadas en las principales asociaciones cacaoteras o haciendas individuales que sean exportadoras directas para dar a conocer de esa manera los cursos, capacitaciones, asesorías, etc.

Como en el mediano plazo se estima que “Expo Asesoría S.A.” extienda su cartera de servicios se hará publicidad de los diferentes servicios que ofrece a través de correos electrónicos, cuenta oficial de twitter, cuenta oficial de Facebook que serán manejadas por la secretaria de la empresa.

Las volantes serán repartidas para dar a conocer los diferentes cursos que se dictaran cada trimestre del año de esa manera podrán inscribirse con tiempo y tener un cupo separado para cada conferencia a impartir.

Los banners serán renovados cada año ya que serán para el conocimiento de los productores de cacao explicando brevemente los servicios que ofrece “Expo Asesoría S.A.”

En cada conferencia o capacitación buscaremos sponsor para poder iniciar con una base económica sólida que con el pasar del tiempo se consolide, de la misma manera cada institución que auspicie las capacitaciones reciban su beneficio.

Después de cada “Coaching al Exportador” se le obsequiará al cliente: una camiseta y una gorra.

Figura 23 Camisetas de campaña



Elaborado por: Karina Kanki

Figura 24 Gorras de "Expo Asesoría S.A."



Elaborado por: Karina Kanki

Cada productor por el "Coaching al Exportador" tendrá un kit que tendrá: pluma, libreta, carpeta y bolso.

Figura 25 Kit de "Coaching Exportador"



Elaborado por: Karina Kanki

Para el desarrollo de la estrategia de publicidad se requiere:

**Tabla 11 Requerimiento de Promoción**

Descripción de Publicidad	Cantidad
Camisetas	100
Kit "Coaching Exportador"	100
Gorras	100

**Elaborado por: Karina Kanki**

El banner del local tiene la función de comunicar directamente la actividad económica de la empresa, que es "Expo Asesoría S.A." Esta herramienta publicitaria tradicional ayudará a que los pequeños productores identifiquen los servicios ofrecidos.

**Figura 26 Banner**



**Elaborado por: Karina Kanki**

## CAPITULO V FINANCIERO

### 5.1 Introducción

El presente capítulo tendrá la finalidad de tener una visión más clara del proyecto que se quiere ofrecer al mercado, ya que se observará la factibilidad del mismo y si este genera ganancias con su lanzamiento.

### 5.2 Inversión y gastos del proyecto

La inversión fija que corresponde a la compra de activos y gastos de suministros asciende a \$15540,36 dólares para poder constituir la empresa con suministros básicos de manera que pueda funcionar y en la medida que incrementa la demanda se puede aumentar la inversión medidamente, ya que no se cuenta con gran capital.

### 5.3 Inversión y financiamiento del proyecto

El financiamiento se obtendrá por medio de la Corporación Financiera Nacional.

Tabla 12 Financiamiento

<b>Financiamiento</b>	
<b><u>Entidad de Financiamiento</u></b>	
CFN	80%
Karina Kanki	20%
<b><u>Características</u></b>	
Interés	9,87%
Tiempo ( años)	5
Periodos (meses)	60

Elaborado por: Karina Kanki

**Tabla 13 Inversión Inicial**

<b><i>Inversión Inicial Total</i></b>	
<b>Descripción</b>	<b>Costo Total</b>
Equipos de oficina	\$ 922,98
Muebles y enseres	\$ 1.323,00
Equipos de computación	\$ 3.324,00
Equipos de operación	\$ 190,00
Gastos pre-operacionales	\$ 3.385,22
Capital de trabajo	\$ 6.395,16
<b>Total</b>	<b>\$ 15.540,36</b>

**Elaborado por: Karina Kanki**

A continuación los activos necesarios para la implementación de la empresa de manera que se pueda lograr objetivos estratégicos de la empresa.

**Tabla 14 Activos Fijos**

<b><i>Descripción</i></b>	<b><i>Cantidad</i></b>	<b><i>V. Unitario</i></b>	<b><i>V. Total</i></b>
<b><u>Equipos de Oficina</u></b>			
Acondicionador de aire	2	\$ 375,00	\$ 750,00
Mostrador para recepción	1	\$ 135,00	\$ 135,00
Teléfono fijo	2	\$ 18,99	\$ 37,98
<b>Subtotal</b>			<b>\$ 922,98</b>
<b><u>Muebles y Enseres</u></b>			
Archivadores	2	\$ 89,00	\$ 178,00
Mueble	1	\$ 185,00	\$ 185,00
Escritorio	5	\$ 80,00	\$ 400,00
Sillas	10	\$ 45,00	\$ 450,00
Mesa de vidrio	1	\$ 110,00	\$ 110,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$ 1.323,00</b>
<b><u>Equipos de Computación</u></b>			
Laptop	5	\$ 649,00	\$ 3.245,00
Impresora multifuncional	1	\$ 79,00	\$ 79,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$ 3.324,00</b>
<b><u>Equipos de Operación</u></b>			
Base telefónica para celular	2	\$ 55,00	\$ 110,00
Alquiler de furgoneta	1	\$ 80,00	\$ 80,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$ 190,00</b>

**Elaborado por: Karina Kanki**

Para la ejecución del proyecto existe el 20 % de la inversión la realizará el socio, que corresponde a \$3108,07 dólares y el otro 80 % con préstamo a la CFN Corporación financiera Nacional a 5 años y el 9,87 % de interés mensual.

## 5.4 GASTOS

Dentro de los gastos operativos necesarios para el funcionamiento de la empresa y para la ejecución del plan de fidelización que ayude al posicionamiento y por ende mejore la rentabilidad de la empresa “Expo Asesoría S.A.” son; Gastos de ventas que refleja los sueldos y beneficios del personal de ventas, las comisiones, suministros, movilizaciones y viáticos con clientes, gastos de constitución.

Así mismo se cuenta con un requerimiento para gastos de marketing, que ayuden a dar a conocer más el servicio y posicionar la marca de “Expo Asesoría S.A.” Gastos administrativos que corresponde a los servicios básicos que se gastaran cada mes, la telefonía celular, los sueldos y el costo por arriendo. Anexo

**Tabla 15 Gastos Pre Operacionales**

<b>Gastos Pre-Operacionales</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Costo Total</b>
Gastos de constitución	\$ 800,00
Permisos de funcionamientos (bomberos, etc.)	\$ 400,00
Registro de Marca (IEPI)	\$ 116,00
Depósito de alquiler (2 meses)	\$ 1.200,00
Decoración local	\$ 200,00
Publicidad	\$ 460,00
Seguro	\$ 209,22
<b>Total</b>	<b>\$ 3.385,22</b>

**Elaborado por: Karina Kanki**

**Tabla 16 Balance General**

<b>Activos</b>	<b>Balance Inicial</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b><u>Activos Corrientes</u></b>											
Caja/Bancos	\$ 6.395,16	\$ 2.313,97	\$ (1.153,19)	\$ (2.741,70)	\$ (2.178,70)	\$ 838,11	\$ 7.925,17	\$ 20.341,83	\$ 36.477,95	\$ 56.802,62	\$ 81.833,47
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>\$ 6.395,16</b>	<b>\$ 2.313,97</b>	<b>\$ (1.153,19)</b>	<b>\$ (2.741,70)</b>	<b>\$ (2.178,70)</b>	<b>\$ 838,11</b>	<b>\$ 7.925,17</b>	<b>\$ 20.341,83</b>	<b>\$ 36.477,95</b>	<b>\$ 56.802,62</b>	<b>\$ 81.833,47</b>
<b><u>Activos Fijos</u></b>											
Equipos de Oficina	\$ 922,98	\$ 922,98	\$ 922,98	\$ 922,98	\$ 922,98	\$ 922,98	\$ 922,98	\$ 922,98	\$ 922,98	\$ 922,98	\$ 922,98
Muebles y Enseres	\$ 1.323,00	\$ 1.323,00	\$ 1.323,00	\$ 1.323,00	\$ 1.323,00	\$ 1.323,00	\$ 1.323,00	\$ 1.323,00	\$ 1.323,00	\$ 1.323,00	\$ 1.323,00
Equipos de Computación	\$ 3.324,00	\$ 3.324,00	\$ 3.324,00	\$ 3.324,00	\$ 3.324,00	\$ 3.324,00	\$ 3.324,00	\$ 3.324,00	\$ 3.324,00	\$ 3.324,00	\$ 3.324,00
Equipos de Operación	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00
(-) Depreciacion Acumulada	\$ -	\$ 1.351,49	\$ 2.702,97	\$ 4.054,46	\$ 5.405,95	\$ 6.757,44	\$ 8.108,92	\$ 9.460,41	\$ 10.811,90	\$ 12.163,38	\$ 13.514,87
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>\$ 5.759,98</b>	<b>\$ 4.408,49</b>	<b>\$ 3.057,01</b>	<b>\$ 1.705,52</b>	<b>\$ 354,03</b>	<b>\$ (997,46)</b>	<b>\$ (2.348,94)</b>	<b>\$ (3.700,43)</b>	<b>\$ (5.051,92)</b>	<b>\$ (6.403,40)</b>	<b>\$ (7.754,89)</b>
<b><u>Activos Intangibles</u></b>											
Gastos de Pre-Operacion	\$ 3.385,22	\$ 3.385,22	\$ 3.385,22	\$ 3.385,22	\$ 3.385,22	\$ 3.385,22	\$ 3.385,22	\$ 3.385,22	\$ 3.385,22	\$ 3.385,22	\$ 3.385,22
(-) Amortizacion Acumulada	\$ -	\$ 677,04	\$ 1.354,09	\$ 2.031,13	\$ 2.708,17	\$ 3.385,22	\$ 4.062,26	\$ 4.739,30	\$ 5.416,35	\$ 6.093,39	\$ 6.770,43
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>\$ 3.385,22</b>	<b>\$ 2.708,17</b>	<b>\$ 2.031,13</b>	<b>\$ 1.354,09</b>	<b>\$ 677,04</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ (677,04)</b>	<b>\$ (1.354,09)</b>	<b>\$ (2.031,13)</b>	<b>\$ (2.708,17)</b>	<b>\$ (3.385,22)</b>
<b>Total Activos</b>	<b>\$ 15.540,36</b>	<b>\$ 9.430,64</b>	<b>\$ 3.934,94</b>	<b>\$ 317,90</b>	<b>\$ (1.147,63)</b>	<b>\$ (159,35)</b>	<b>\$ 4.899,18</b>	<b>\$ 15.287,31</b>	<b>\$ 29.394,90</b>	<b>\$ 47.691,04</b>	<b>\$ 70.693,37</b>
<b>Pasivos</b>											
<b><u>Pasivos a Largo Plazo</u></b>											
Prestamo Bancario	\$ 12.432,29	\$ 10.467,27	\$ 8.270,51	\$ 5.814,68	\$ 3.069,23	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Pasivos</b>	<b>\$ 12.432,29</b>	<b>\$ 10.467,27</b>	<b>\$ 8.270,51</b>	<b>\$ 5.814,68</b>	<b>\$ 3.069,23</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b><u>Patrimonio</u></b>											
Capital Social	\$ 3.108,07	\$ 3.108,07	\$ 3.108,07	\$ 3.108,07	\$ 3.108,07	\$ 3.108,07	\$ 3.108,07	\$ 3.108,07	\$ 3.108,07	\$ 3.108,07	\$ 3.108,07
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ (4.144,70)	\$ (3.298,94)	\$ (1.161,21)	\$ 1.279,92	\$ 4.057,51	\$ 5.058,53	\$ 10.388,13	\$ 14.107,59	\$ 18.296,14	\$ 23.002,33
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ (4.144,70)	\$ (7.443,63)	\$ (8.604,85)	\$ (7.324,93)	\$ (3.267,42)	\$ 1.791,11	\$ 12.179,24	\$ 26.286,83	\$ 44.582,97
<b>Total Patrimonio</b>	<b>\$ 3.108,07</b>	<b>\$ (1.036,63)</b>	<b>\$ (4.335,56)</b>	<b>\$ (5.496,78)</b>	<b>\$ (4.216,86)</b>	<b>\$ (159,35)</b>	<b>\$ 4.899,18</b>	<b>\$ 15.287,31</b>	<b>\$ 29.394,90</b>	<b>\$ 47.691,04</b>	<b>\$ 70.693,37</b>
<b>Total Pasivo+Patrimonio</b>	<b>\$ 15.540,36</b>	<b>\$ 9.430,64</b>	<b>\$ 3.934,94</b>	<b>\$ 317,90</b>	<b>\$ (1.147,63)</b>	<b>\$ (159,35)</b>	<b>\$ 4.899,18</b>	<b>\$ 15.287,31</b>	<b>\$ 29.394,90</b>	<b>\$ 47.691,04</b>	<b>\$ 70.693,37</b>

Elaborado por: Karina Kanki

**Tabla 17 Estado de Pérdidas y Ganancias**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Ingresos</b>										
Coaching	\$ 108.000,00	\$ 118.044,00	\$ 129.022,09	\$ 141.021,15	\$ 154.136,11	\$ 168.470,77	\$ 184.138,55	\$ 201.263,44	\$ 219.980,94	\$ 240.439,17
Capacitaciones	\$ 11.357,43	\$ 12.413,67	\$ 13.568,14	\$ 14.829,98	\$ 16.209,17	\$ 17.716,62	\$ 19.364,27	\$ 21.165,14	\$ 23.133,50	\$ 25.284,92
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 119.357,43</b>	<b>\$ 130.457,67</b>	<b>\$ 142.590,24</b>	<b>\$ 155.851,13</b>	<b>\$ 170.345,28</b>	<b>\$ 186.187,39</b>	<b>\$ 203.502,82</b>	<b>\$ 222.428,58</b>	<b>\$ 243.114,44</b>	<b>\$ 265.724,08</b>
<b>(-) Costo de Venta</b>										
<b>Total Costo de Venta</b>	<b>\$ 70.788,07</b>	<b>\$ 74.575,24</b>	<b>\$ 78.565,01</b>	<b>\$ 82.768,24</b>	<b>\$ 87.196,34</b>	<b>\$ 91.861,34</b>	<b>\$ 96.775,93</b>	<b>\$ 101.953,44</b>	<b>\$ 107.407,95</b>	<b>\$ 113.154,27</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 48.569,36</b>	<b>\$ 55.882,44</b>	<b>\$ 64.025,22</b>	<b>\$ 73.082,89</b>	<b>\$ 83.148,94</b>	<b>\$ 94.326,05</b>	<b>\$ 106.726,89</b>	<b>\$ 120.475,14</b>	<b>\$ 135.706,49</b>	<b>\$ 152.569,81</b>
<b>(-) Gastos Operacionales</b>										
Gastos Administrativos	\$ 49.564,52	\$ 55.736,97	\$ 60.812,97	\$ 66.371,68	\$ 72.460,13	\$ 79.130,00	\$ 86.438,04	\$ 94.446,64	\$ 103.224,34	\$ 112.846,46
Gastos de Ventas	\$ 1.425,00	\$ 1.496,25	\$ 1.571,06	\$ 1.649,62	\$ 1.732,10	\$ 1.818,70	\$ 1.909,64	\$ 2.005,12	\$ 2.105,37	\$ 2.210,64
Otros Gastos	\$ 509,16	\$ 534,62	\$ 561,35	\$ 589,42	\$ 618,89	\$ 649,83	\$ 682,32	\$ 716,44	\$ 752,26	\$ 789,87
Amortización	\$ 677,04	\$ 677,04	\$ 677,04	\$ 677,04	\$ 677,04	\$ 677,04	\$ 677,04	\$ 677,04	\$ 677,04	\$ 677,04
Depreciación	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49
<b>Total Gastos de Operación</b>	<b>\$ 53.527,21</b>	<b>\$ 59.796,37</b>	<b>\$ 64.973,91</b>	<b>\$ 70.639,24</b>	<b>\$ 76.839,65</b>	<b>\$ 83.627,06</b>	<b>\$ 91.058,53</b>	<b>\$ 99.196,73</b>	<b>\$ 108.110,50</b>	<b>\$ 117.875,51</b>
<b>Utilidad/Perdida Operación</b>	<b>\$ (4.957,85)</b>	<b>\$ (3.913,93)</b>	<b>\$ (948,69)</b>	<b>\$ 2.443,64</b>	<b>\$ 6.309,29</b>	<b>\$ 10.698,99</b>	<b>\$ 15.668,36</b>	<b>\$ 21.278,42</b>	<b>\$ 27.595,99</b>	<b>\$ 34.694,31</b>
<b>Gastos Financieros</b>										
Intereses Pagados	\$ 1.293,58	\$ 1.061,84	\$ 802,77	\$ 513,15	\$ 189,37	\$ 3.069,23	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Utilidad Antes de Participación</b>	<b>\$ (6.251,43)</b>	<b>\$ (4.975,77)</b>	<b>\$ (1.751,45)</b>	<b>\$ 1.930,50</b>	<b>\$ 6.119,92</b>	<b>\$ 7.629,76</b>	<b>\$ 15.668,36</b>	<b>\$ 21.278,42</b>	<b>\$ 27.595,99</b>	<b>\$ 34.694,31</b>
Participación Utilidades	\$ (937,71)	\$ (746,37)	\$ (262,72)	\$ 289,57	\$ 917,99	\$ 1.144,46	\$ 2.350,25	\$ 3.191,76	\$ 4.139,40	\$ 5.204,15
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>\$ (5.313,71)</b>	<b>\$ (4.229,41)</b>	<b>\$ (1.488,74)</b>	<b>\$ 1.640,92</b>	<b>\$ 5.201,93</b>	<b>\$ 6.485,30</b>	<b>\$ 13.318,11</b>	<b>\$ 18.086,65</b>	<b>\$ 23.456,59</b>	<b>\$ 29.490,16</b>
Impuesto a la Renta 22%	\$ (1.169,02)	\$ (930,47)	\$ (327,52)	\$ 361,00	\$ 1.144,43	\$ 1.426,77	\$ 2.929,98	\$ 3.979,06	\$ 5.160,45	\$ 6.487,84
<b>Utilidad/Perdida Neta</b>	<b>\$ (4.144,70)</b>	<b>\$ (3.298,94)</b>	<b>\$ (1.161,21)</b>	<b>\$ 1.279,92</b>	<b>\$ 4.057,51</b>	<b>\$ 5.058,53</b>	<b>\$ 10.388,13</b>	<b>\$ 14.107,59</b>	<b>\$ 18.296,14</b>	<b>\$ 23.002,33</b>
(+) Depreciación	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49
(+) Amortización	\$ 677,04	\$ 677,04	\$ 677,04	\$ 677,04	\$ 677,04	\$ 677,04	\$ 677,04	\$ 677,04	\$ 677,04	\$ 677,04
(-) Pago Capital	\$ 1.965,02	\$ 2.196,76	\$ 2.455,83	\$ 2.745,45	\$ 3.069,23	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Recuperación de activos					2325,88	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Capital de trabajo					6.395,16	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Flujo</b>	<b>\$ (4.081,19)</b>	<b>\$ (3.467,17)</b>	<b>\$ (1.588,51)</b>	<b>\$ 563,00</b>	<b>\$ 11.737,86</b>	<b>\$ 7.087,06</b>	<b>\$ 12.416,66</b>	<b>\$ 16.136,12</b>	<b>\$ 20.324,67</b>	<b>\$ 25.030,86</b>

**Elaborado por: Karina Kanki**

**Tabla 18 Flujo de efectivo**

Flujo de efectivo	Flujo Inicial	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Flujo de efectivo inicial</b>	<b>\$</b>	<b>15.540,36</b>	<b>\$(4.081,19)</b>	<b>\$(3.467,17)</b>	<b>\$(1.588,51)</b>	<b>\$ 563,00</b>	<b>\$ 3.016,81</b>	<b>\$ 7.087,06</b>	<b>\$ 12.416,66</b>	<b>\$ 16.136,12</b>	<b>\$ 20.324,67</b>
Total ingresos	\$	119.357,43	\$ 130.457,67	\$ 142.590,24	\$ 155.851,13	\$ 170.345,28	\$ 186.187,39	\$ 203.502,82	\$ 222.428,58	\$ 243.114,44	\$ 265.724,08
(-) Total egresos	\$	124.315,28	\$ 134.371,61	\$ 143.538,92	\$ 153.407,48	\$ 164.035,99	\$ 175.488,41	\$ 187.834,46	\$ 201.150,17	\$ 215.518,45	\$ 231.029,78
(-) Pago gastos financieros	\$	1.293,58	\$ 1.061,84	\$ 802,77	\$ 513,15	\$ 189,37	\$ 3.069,23	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Pago de capital	\$	1.965,02	\$ 2.196,76	\$ 2.455,83	\$ 2.745,45	\$ 3.069,23	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Pago utilidades trabajadores	\$	(937,71)	\$ (746,37)	\$ (262,72)	\$ 289,57	\$ 917,99	\$ 1.144,46	\$ 2.350,25	\$ 3.191,76	\$ 4.139,40	\$ 5.204,15
(-) Impuesto a la renta	\$	(1.169,02)	\$ (930,47)	\$ (327,52)	\$ 361,00	\$ 1.144,43	\$ 1.426,77	\$ 2.929,98	\$ 3.979,06	\$ 5.160,45	\$ 6.487,84
Depreciación	\$	1.351,49	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49	\$ 1.351,49
Amortización	\$	677,04	\$ 677,04	\$ 677,04	\$ 677,04	\$ 677,04	\$ 677,04	\$ 677,04	\$ 677,04	\$ 677,04	\$ 677,04
<b>Flujo de efectivo final</b>	<b>\$</b>	<b>15.540,36</b>	<b>\$(4.081,19)</b>	<b>\$(3.467,17)</b>	<b>\$(1.588,51)</b>	<b>\$ 563,00</b>	<b>\$ 3.016,81</b>	<b>\$ 7.087,06</b>	<b>\$ 12.416,66</b>	<b>\$ 16.136,12</b>	<b>\$ 20.324,67</b>

**Elaborado por: Karina Kanki**

**Tabla 19 Rendimiento de la Empresa**

<b>TMAR</b>	13,35%
<b>TIR</b>	18%
<b>VAN</b>	\$ 7.190,37
<b>PAYBACK</b>	2 años y 9 meses

**Elaborado por: Karina Kanki**

- En el estado de pérdidas y ganancias se puede ver que a partir del tercer año ya empezamos a tener una utilidad neta aunque un poco baja, a partir del quinto y sexto año tenemos una utilidad neta con mayor rentabilidad.
- La Tasa interna de retorno es del 18% lo cual supera nuestra tasa de descuento, este resultado demuestra la viabilidad del proyecto.
- El Payback podemos ver que a partir del tercer año al cuarto año ya se empieza a tener un margen de ganancia en favor de la empresa lo que

significa que podremos invertir con la propia utilidad a partir del quinto año.

- Como se puede ver en los primeros 5 años no es una utilidad con un gran margen de ganancia pero sin embargo el servicio que se pretende brindar a la sociedad es un poco costoso en el ámbito de los viajes y dedicación de tiempo que se deberá dar a cada productor o exportador.

El mercado cacaotero que corresponde a los centros de acopio son muy competitivo ya que el precio es regulado por entes gubernamentales y mercados internacionales, por lo cual el plan expuesto en este proyecto se enfoca más para fidelizar a los clientes, tanto interno en el caso de los pequeños y medianos productores como también a las exportadoras siendo clientes externos.

En resumen se puede decir que la empresa es viable con una proyección a 10 años debido al préstamo que se debe realizar para establecer la empresa, "Expo Asesoría" es una empresa que nace para el servicio de las personas que deseen mejorar sus ingresos teniendo un producto de calidad y potencial de exportación.

## **CONCLUSIONES**

En conclusión podemos decir que no se pretende nacer en el mercado y tener una utilidad alta, ya que se debe iniciar tomando fuertes bases en el mercado dando a conocer la calidad del trabajo que se ofrece, la experiencia de cada técnico que labora en la empresa y sobre todos los resultados que de los asesoramientos se dan.

Una de las estrategias clave que la empresa debe aplicar es que los productores soliciten el servicio por la calidad, satisfacción, atención al cliente, ganar un mercado que prefiera el servicio antes que el precio.

Sin embargo no hay que subestimar al mercado exportador, a futuro se estima un gran mercado para el sector de cacao debido al aporte que el Gobierno del Ecuador brinda a los sectores agrícolas, sobre todo en la reactivación del cacao nacional o más conocido como fino de aroma.

El mercado puede variar pero el enfoque de esta empresa es directa a brindar un servicio personalizado a cada cliente que requiera o tenga el potencial exportador, encontrará el apoyo necesario y completo lo que le da una característica única de las demás.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda que las asociaciones se involucren más en temas de comercio exterior que es la única herramienta que actualmente puede ayudar a todos en el crecimiento de sus productos. Se recomienda a cada asociación que dediquen el tiempo que un proceso de exportación con lleva.

Se recomienda que las capacitaciones que se proyectan impartir durante el año se realicen según el plan elaborado, para que cada asociación que desea tomar el entrenamiento termine satisfecho con el servicio ofrecido.

Se recomienda que las universidades se involucren en temas del sector agrícola ya que es un sector que nunca morirá, mucho más si hablamos del cacao que es y será un producto que mantiene al país con sus exportaciones, por ende debería hacerse un estudio exhaustivo y a la vez promocionar las investigaciones para emprender nuevos productos elaborados a base de cacao.

Finalmente se recomienda que la estrategia de marketing de ir y buscar personalmente los clientes resulte de manera que la empresa se dé a conocer rápidamente en el mercado meta.

## BIBLIOGRAFÍA

*Abc definición* . (2010). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/asesoria.php>

*Abc definición* . (2010). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/coaching.php>

*Abc definición* .(2010). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/economia/comercio-exterior.php>

*America Economía* . (24 de 01 de 2014). Obtenido de <http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/expertos-preven-que-ecuador-sera-el-cuarto-productor-mundial-de-cacao-al-2015>

*Andes*. (2011). Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/reportajes/todo-cacao-produce-ecuador-vende.html>

*Anecacao* . (2014 ). Obtenido de <http://www.anecacao.com/es/precios/>

*Anecacao*. (2014). Obtenido de <http://www.anecacao.com/es/quienes-somos/>

*Cacao - Guía de prácticas comerciales* . (2001). Obtenido de <http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/Cocoa%20-%20A%20Guide%20to%20Trade%20Practices%20Spanish.pdf>

*Cacao - Guía de Prácticas Comerciales* . (2001). Obtenido de <http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/Cocoa%20-%20A%20Guide%20to%20Trade%20Practices%20Spanish.pdf>

*Cacao - Guía de prácticas comerciales*. (2001). Obtenido de <http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/Cocoa%20-%20A%20Guide%20to%20Trade%20Practices%20Spanish.pdf>

*Cana - Cacaco* . (2013). Obtenido de <http://www.canacacao.org/galeria/cultivos/album/22>

*Chile Atiende Pymes*. (2012). Obtenido de <http://www.chileatiende.cl/fichas/ver/2527>

*Deficion.De*. (2010.). Obtenido de <http://definicion.de/tutoria/>

Ecuador, P. (2013). *Analís del Sector de Cacao y Elaborados* . Guayaquil .

*El Comercio* . (2011). Obtenido de Ecuador tiene dos tipos de cacao : <http://elcomercio.xalok.com/es/EC0519201201501>

*El Universo* . (2014.). Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/01/08/nota/1998426/inflacion-cerro-27-segun-inec>

*Eumed.net*. (2008). Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008b/406/Definicion%20de%20los%20terminos%20capacitacion%20y%20desarrollo.htm>

*Guayaquil* . (2013). Obtenido de <http://www.guayaquil.gov.ec/>

*Guayaquil - Censo*. (2010). Obtenido de <http://www.guayaquil.gov.ec/guayaquil/la-ciudad/demografia>

*Guayaquil.gob*. (2010). Obtenido de <http://www.guayaquil.gov.ec/guayaquil/la-ciudad/geografia>

*Iepc*. (2002). Obtenido de <http://universidadabierta.org/descargas/tutorias/Ponencias/m26.pdf>

*Instituto Nacional de Estadísticas y Censos* . (2010). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

*Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. (2012). Obtenido de <http://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/dashboard2/pagina3.php>

*Jaime Ospina Blog* . (2010). Obtenido de <http://jaimeospina.wordpress.com/2010/06/24/definicion-de-consultoria/>

*Marcaria*. (2010). Obtenido de <http://www.marcaria.ec/>

*Marques*. (2011). Obtenido de <http://www.confiteriamarques.com/index.php/m,37/el-cacao>

*Medio Ambientales*. (2012). Obtenido de <http://medioambientales.com/el-chocolate-en-peligro-de-extincion/>

*Ministerio Coordinador de Desarrollo Social* . (2013). Obtenido de <http://www.desarrollosocial.gob.ec/economia-popular-y-solidaria/>

*Ministerio de Desarrollo Social* . (2013). Obtenido de <http://www.desarrollosocial.gob.ec/>

*Net Quest* . (Marzo de 2014). Obtenido de [http://www.netquest.com/panel\\_netquest/calculadora\\_muestras.php](http://www.netquest.com/panel_netquest/calculadora_muestras.php)

*Perú21PE*. (2012). Obtenido de <http://peru21.pe/2012/07/15/economia/tocache-primer-lugar-productividad-cacao-mundo-2033189>

*Prefectura de la Provincia del Guayas.* (2013). Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/>

*Pro Ecuador.* (2012). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/institucional/quienes-somos/>

*Pro Ecuador.* (2013). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/cacao-y-elaborados/>

*Pro Ecuador .* (2013). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/analisis-sector-cacao-2013/>

*Proesa.* (2012). Obtenido de <http://www.proesa.gob.sv/exportaciones>

*Superintendencia de Control del Poder de Mercado.* (2013). Obtenido de <http://www.scpm.gob.ec/indicadores-de-diagnostico-sectorial-de-la-competencia/>

Smoore, D, (2005), *Estadística Aplicada Básica*. Estados Unidos: Edición B

## ANEXOS

### Anexo N 1 Formato de Encuestas

#### FORMATO DE ENCUESTAS

Sexo: Femenino                      Masculino

Edad: 25 a 35       36 a 45       46 a 55       46 a mas

Cantón o Ciudad productora de cacao: \_\_\_\_\_

1. ¿Cuál es su nivel de estudio?

Primaria                      \_\_\_\_\_

Secundaria                      \_\_\_\_\_

Nivel Superior                      \_\_\_\_\_

Ninguno                      \_\_\_\_\_

2. ¿Cuántas hectáreas de cacao tiene?

0 a 30hct                      \_\_\_\_\_

30 a 60hct                      \_\_\_\_\_

60 a 100hct                      \_\_\_\_\_

3. ¿Cuántos años tiene sus cultivos de cacao?

\_\_\_\_\_

4. Su plantación de cacao es :

\_\_\_\_nacional                      \_\_\_\_CCN51                      \_\_\_\_Ambos

5. ¿Con que frecuencia vende su producto?

\_\_\_\_Semanal                      \_\_\_\_cada 15 a 20 días                      \_\_\_\_Mensual

6. ¿Marque con una X el trimestre más productivo?

Enero – Marzo \_\_\_\_\_  
Abril - Junio \_\_\_\_\_  
Julio - Septiembre \_\_\_\_\_  
Octubre – Diciembre \_\_\_\_\_

7. Usted, ¿Ha sido beneficiado de las capacitaciones que brinda el Gobierno a través del Instituto PRO ECUADOR?

SI\_\_ NO\_\_

8. Usted, ¿Conoce algo de exportación?

SI \_\_

No\_\_

Lo básico\_\_

9. ¿Le gustaría tener una capacitación de “coaching al exportador”?

Si\_\_

No\_\_

Tal vez\_\_

10. ¿Le gustaría expandir su negocio?

SI\_\_

No\_\_

Tal vez \_\_

11. ¿Para expandir su negocio, contrataría usted una empresa de asesoría de “Coaching para exportar”

Si\_\_

No\_\_

12. ¿Le gustaría que la asesoría que busca sea personalmente o a través de una plataforma en internet?

Personalmente\_\_

Plataforma de internet\_\_

Folletos\_\_

¿Por qué?\_\_\_\_\_

13. ¿A usted, le gustaría que una persona le acompañe en el proceso de exportación?

\_\_SI                    \_\_NO                    ¿Por qué?

14. ¿De qué manera estaría usted dispuesto a pagar el asesoramiento?

Por horas\_\_\_\_\_

Por cada proceso culminado\_\_\_\_\_

Por trabajo terminado\_\_\_\_\_

¿Tiene alguna recomendación, observación o sugerencia para mejoras de la empresa Expo Asesoría S.A.?

## Anexo N 2 Formato de Entrevistas

### **FORMATO DE ENTREVISTA**

#### Productor

- 1) ¿Cuántos llevan sus cultivos de cacao?
- 2) ¿Cuántas hectáreas tiene?
- 3) ¿Qué tipo de cacao usted cosecha?
- 4) ¿Cuántos quintales obtiene en temporada alta de cosecha a la semana?
- 5) ¿Alguna vez ha pensado en exportar? Si, No ¿Por qué?
- 6) Si su respuesta anterior fue Si, ¿Qué le impide exportar?
- 7) Si su respuesta fue No, ¿Le gustaría aprender a exportar con un asesoramiento personalizado?
- 8) ¿Usted qué opina de la situación actual de cacao en el Ecuador?
- 9) alguna recomendación o comentarios

#### **Exportador**

- 1) 1) ¿Cuántos llevan sus cultivos de cacao?
- 2) ¿Cuántas hectáreas tiene?
- 3) ¿Qué tipo de cacao usted cosecha?
- 4) ¿Cuántos quintales obtiene en temporada alta de cosecha a la semana?
- 5) ¿Cuántos años lleva exportando?

- 6) ¿Cuáles son los principales problemas al exportar?
- 7) ¿Cuál es el proceso de cosecha de cacao para exportar?
- 8) ¿Qué estudios realizan ustedes para saber si el cacao está listo para ser exportado?
- 9) ¿Qué certificaciones tiene?

Comercio Justo

UTZ

- 10) ¿A qué países exporta directamente y a cuales con intermediarios?
- 11) ¿Cada país tiene diferente cultura, a los países que exporta actualmente tiene problemas por la cultura o costumbres Ecuatorianas?
- 12) ¿Recomendaciones o comentarios?

### **Anexo N 3 Requisitos para Exportar**

**VERIFICAR ESTATUS FITOSANITARIO:** Verificar si el país de destino ha levantado las restricciones sanitarias de acceso a los productos de origen vegetal ecuatorianas a través del Estatus Fitosanitario. ¿Qué es un Estatus Fitosanitario? Consiste en la información que detalla la situación sanitaria y fitosanitaria de las flores en el Ecuador para revisión y aprobación del país de destino (análisis de riesgo de plagas, métodos de cultivo, etc.). Ver en sitio web de Agrocalidad si existe el estatus fitosanitario o solicitar: [www.agrocalidad.gob.ec](http://www.agrocalidad.gob.ec) → Sanidad Vegetal → Exportaciones → Listados Oficiales → Lista Oficial de Restricciones Fitosanitarias para la Exportación de Productos Vegetales.

**REGISTRARSE EN AGROCALIDAD:** Solicitar el registro de operador en la página web de agrocalidad ([www.agrocalidad.gob.ec](http://www.agrocalidad.gob.ec)) según si el usuario es Exportador, Productor, Productor – Exportador.  
**DOCUMENTOS REQUERIDOS:** RUC, copia de cédula, constitución de la empresa y nombramiento del representante legal (persona jurídica), croquis de ubicación del centro de acopio (exportador) y cultivo (exportador – productor) Factura de pago según la solicitud del registro.

**INSPECCION Y CERTIFICADO DE CALIDAD:** El exportador debe solicitar la inspección del lote o lotes por exportar a AGROCALIDAD. Luego, AGROCALIDAD dispone a una verificadora externa a realizar la inspección. La verificadora emite un informe, el cual, es analizado por técnicos de AGROCALIDAD. Si los parámetros están acordes con las normas del tipo de cacao, se emite el Certificado de Calidad previo el pago de 0.25% del valor FOB en las cuentas de AGROCALIDAD en el Banco Nacional de Fomento (BNF), Banco del Pacífico o Banco de Guayaquil. Una vez aprobado el reporte se emite al usuario un certificado de registro y un código de registros los cuales confirman el registro de operado en agrocalidad (Reconocidos Internacionalmente).

**SOLICITAR CERTIFICADO FITOSANITARIO:** El certificado Fitosanitario se lo requiere por cada exportación y se lo debe solicitar máximo dos días antes del despacho de la misma. Se solicita una inspección o pre-inspección (si el lugar de acopio o cultivo sea fuera del lugar de salida de la carga) esto se realiza en el punto de control (Aeropuertos, Puertos Marítimos, Pasos Fronterizos) o en las coordinaciones provinciales de agrocalidad en el caso de una pre-inspección.

**DOCUMENTOS REQUERIDOS:** Registro como operador, copia del manifiesto de embarque, factura proforma u otro documento que indique información del envío.

En el caso de pre-inspección se emitirá un certificado provisional que se canjeará por el Certificado Fitosanitario en el punto de control. En el caso de una inspección una vez aprobada se otorgará el Certificado Fitosanitario para el envío a realizarse. (Pro Ecuador)

#### **Anexo N 4 Hacienda Cañas**



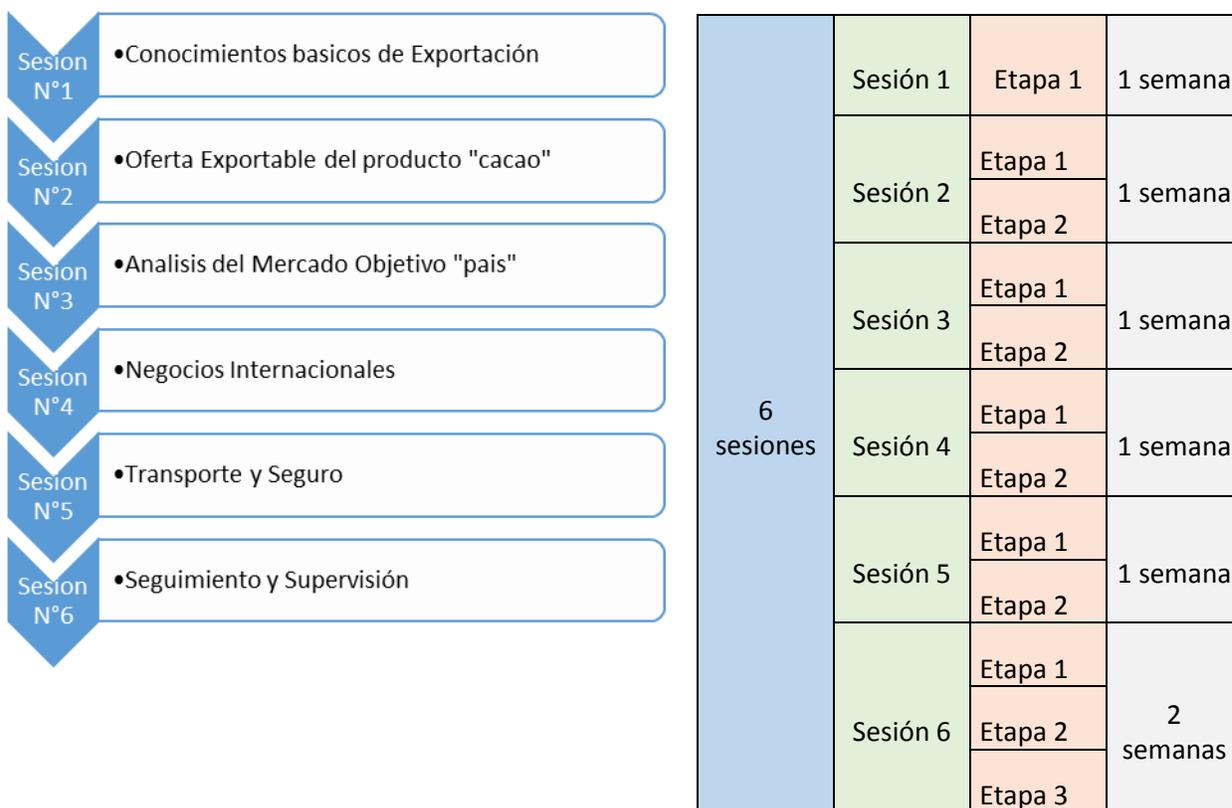
#### **Anexo N 5 Contenido de "Coaching Exportador"**

### **CONTENIDO COACHING AL EXPORTADOR**

Para iniciar el entrenamiento se debe analizar la situación de cada productor o exportador que este por recibir el servicio de manera que se pueda establecer la metodología de estudio. Después de las sesiones recibidas se llevara a cabo un trabajo post coaching que sería un seguimiento de las tareas asignada durante cada sesión, esto quiere decir que cada coach deberá ayudar al exportador o productor de cacao a realizar los trámites de documentación que se requieran para obtener todos los permisos que estos conllevan.

“Expo Asesoría S.A.” Deberá velar por una nivelación en los conceptos básicos que involucra un proceso de internacionalización. Esto se puede realizar a través de una presentación de contenidos básicos, en los cuales se den a conocer términos que se deben usar en un proceso de exportación.

El servicio se desarrollará en 6 sesiones que estarán divididas en 1 sesión por semana cada sesión tendrá 2 etapas que se deberán dictar en 1 semana.



El Coach, con apoyo del Supervisor debe:

1. Potenciar, en conjunto con el resto del equipo, las confianzas de las asociaciones de cacao o productor.
2. Debe trabajar y revisar los conceptos básicos y estratégicos que involucra el diseño o ajuste de un plan de negocios internacional, como lo son aquellos relacionados con el mix comercial (4P).

3. Deberá visitar a cada una de las organizaciones que conformen una asociación si el Coaching está dirigido a una asociación o dependiendo del caso. Debe, en base a esta visita y trabajo directo con la organización o empresa, entregar una evaluación de la misma, indicando aquellos aspectos que según su experiencia, la empresa debe trabajar para poder diseñar, implementar o ajustar su plan de negocios internacional.
4. El coach deberá, junto con el supervisor y las empresas participantes, cuestionar constructivamente, el nivel en que se encuentra su organización de las demás por motivos de competencia.
5. Antes de finalizar la entrega del Plan de negocios por parte de cada una de las empresas o asociaciones, y considerando la última reunión de trabajo individual con ellas, el coach debe revisar que las propuestas de mejoras estén debida y oportunamente integradas en el plan de negocios internacional.

## **1° Sesión**

### **Conocimientos básicos de exportación**

Presentación del Programa indicando claramente el resultado final esperado

En esta primera sesión se establecerán los conocimientos básicos a estudiar en el proceso de una exportación, los mismos que se detallan a continuación:

¿Que es exportar?

Diferencias entre el mercado nacional y el mercado internacional

Ventajas y desventajas al exportar

¿Es difícil exportar?

¿Como se si debo exportar?

¿Quien puede exportar?

¿Cómo debe prepararse el productor para una exportación?

¿Como se debe preparar el producto para la exportación?

Clasificación Arancelaria

Información de Mercados Internacionales

Al explicar el producto como oferta exportable se le debe enseñar a cada productor o exportador a los distintos cambios que se expone el producto al momento de la exportación, ya que por motivos de cultura o preferencias el producto puede ser solicitado en diferentes maneras.

A continuación se detallan los distintos temas que en esta sesión se desarrollará:

- Valor de la promesa del producto
- Calidad/Innovación: Diferenciación del producto
- Adaptación del producto, según demanda genérica y específica
- Producto/servicio ampliado
- Diseño del Producto
- Etiquetado, embalado
- Entrega de acta, indicando las principales consultas de las empresas, y su desarrollo en la sesión.

### **3° Sesión**

#### **Análisis mercado objetivo**

En el análisis del mercado objetivo tenemos que dar a conocer todo lo relacionado al mercado “país” se desea realizar la exportación, contar con una

de las características más importantes y claras a la vez, conocer qué acuerdos comerciales existen entre los países.



#### 4° Sesión

##### Negocios Internacionales

En esta sesión se buscará establecer los diferentes parámetros de llevar a cabo una negociación internacional, cuales son los costos que deben ir incluidos y cuáles son los costos negociables en ambas partes, en esta sesión se dejará en claro que a lo largo del Coaching se llevarán a cabo actividades prácticas para emplear el conocimiento adquirido.



Se abordarían aspectos culturales y legales de los mercados, en forma general y específica, como determinantes de modalidades de negociación; los contenidos de las negociaciones, alcances, solución de problemas y repercusiones que conllevan las relaciones comerciales internacionales.

**A continuación se presentan algunos factores involucrados en una negociación:**

Condiciones y plazos de entrega

Condiciones y medios de pago

Condiciones de entrega y pago

Precios y descuentos

Duración y causas de extinción del contrato

Valoración de activos (patentes, marcas, instalaciones)

Resolución de conflictos

**5° Sesión:**

**Transporte y Seguro**

En esta sesión se explicara todo lo relacionado al tipo de transporte que se deberá contratar o adquirir para un buen traslado del producto, de la misma

manera el tema del seguro debe quedar claro para que el producto a exportar, dependiendo del tipo de negociación.



## 6° Sesión:

### Seguimiento y Supervisión

En esta sexta sesión se realizará los seguimientos pertinentes a lo que se refiere con trámites de certificaciones, permisos, autorizaciones de calidad, etc.

El coach tiene la obligación de acompañar en cada paso al productor o exportador mientras dure el proceso de exportación de manera que cada paso quede claro y pueda conseguirlo.

Esta última etapa del entrenamiento servirá para corregir errores que se vayan cometiendo durante todo el proceso. Se realizarán sugerencias para mejorar lo que más le falte a la hacienda o asociación para poder tener un producto de calidad, digno de exportación.

En conclusión como su palabra lo dice Coaching o entrenamiento al exportador es un servicio completo para las personas que no tienen conocimiento sobre exportación, es un servicio alta y totalmente personalizado.

**Anexo 6 Desglose de la Inversión Inicial**

<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>	<i>V. Unitario</i>	<i>V. Total</i>
<b><u>Equipos de Oficina</u></b>			
Acondicionador de aire	2	\$ 375,00	\$ 750,00
Mostrador para recepción	1	\$ 135,00	\$ 135,00
Teléfono fijo	2	\$ 18,99	\$ 37,98
		<b>Subtotal</b>	<b>\$ 922,98</b>
<b><u>Muebles y Enseres</u></b>			
Archivadores	2	\$ 89,00	\$ 178,00
Mueble	1	\$ 185,00	\$ 185,00
Escritorio	5	\$ 80,00	\$ 400,00
Sillas	10	\$ 45,00	\$ 450,00
Mesa de vidrio	1	\$ 110,00	\$ 110,00
		<b>Subtotal</b>	<b>\$ 1.323,00</b>
<b><u>Equipos de Computación</u></b>			
Laptop	5	\$ 649,00	\$ 3.245,00
Impresora multifuncional	1	\$ 79,00	\$ 79,00
		<b>Subtotal</b>	<b>\$ 3.324,00</b>
<b><u>Equipos de Operación</u></b>			
Base telefonica para celular	2	\$ 55,00	\$ 110,00
Alquiler de furgoneta	1	\$ 80,00	\$ 80,00
		<b>Subtotal</b>	<b>\$ 190,00</b>
<b><u>Gastos de Constitución e Instalación</u></b>			
Gastos de constitución	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Permisos de funcionamientos (bomberos, etc)	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Registro de Marca (IEPI)	1	\$ 116,00	\$ 116,00
Déposito de alquiler (2 meses)	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00
Decoración local	1	\$ 200,00	\$ 200,00
		<b>Subtotal</b>	<b>\$ 2.716,00</b>
<b><u>Publicidad</u></b>			
Lanzamiento/banners /Redes Sociales/ etc	1	\$ 460,00	\$ 460,00
		<b>Subtotal</b>	<b>\$ 460,00</b>
<b><u>Seguro</u></b>			
Contra Incendio y Robo	1	\$ 209,22	\$ 209,22
		<b>Subtotal</b>	<b>\$ 209,22</b>
<b><u>Capital de Trabajo</u></b>			
Sueldos y Salarios	2	\$ 3.125,08	\$ 6.250,16
Servicios Básicos	1	\$ 145,00	\$ 145,00
		<b>Subtotal</b>	<b>\$ 6.395,16</b>
<b>Total Inversión Inicial</b>			<b>\$ 15.540,36</b>

### Anexo 7 Capacidad Instalada

Categorías	% Capacidad	Diaria	Semanal	Mensual
Coaching	75%	10	49	113
Capacitaciones	25%	5	16	38
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>13</b>	<b>65</b>	<b>150</b>

### Anexo 8 Proyección de Ventas

Categoría	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Coaching	\$ 108.000,00	\$ 118.044,00	\$ 129.022,09	\$ 141.021,15	\$ 154.136,11	\$ 168.470,77	\$ 184.138,55	\$ 201.263,44	\$ 219.980,94	\$ 240.439,17
Capacitaciones	\$ 11.357,43	\$ 12.413,67	\$ 13.568,14	\$ 14.829,98	\$ 16.209,17	\$ 17.716,62	\$ 19.364,27	\$ 21.165,14	\$ 23.133,50	\$ 25.284,92
<b>Total Ventas</b>	<b>\$ 119.357,43</b>	<b>\$ 130.457,67</b>	<b>\$ 142.590,24</b>	<b>\$ 155.851,13</b>	<b>\$ 170.345,28</b>	<b>\$ 186.187,39</b>	<b>\$ 203.502,82</b>	<b>\$ 222.428,58</b>	<b>\$ 243.114,44</b>	<b>\$ 265.724,08</b>

### Anexo 9 Detalle de los gastos

GASTOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>GASTOS</b>										
<b>ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 49.564,52</b>	<b>\$ 55.736,97</b>	<b>\$ 60.812,97</b>	<b>\$ 66.371,68</b>	<b>\$ 72.460,13</b>	<b>\$ 79.130,00</b>	<b>\$ 86.438,04</b>	<b>\$ 94.446,64</b>	<b>\$ 103.224,34</b>	<b>\$ 112.846,46</b>
Alquiler	\$ 7.200,00	\$ 7.560,00	\$ 7.938,00	\$ 8.334,90	\$ 8.751,65	\$ 9.189,23	\$ 9.648,69	\$ 10.131,12	\$ 10.637,68	\$ 11.169,56
Sueldos y Salarios	\$ 40.084,52	\$ 45.782,97	\$ 50.361,27	\$ 55.397,40	\$ 60.937,14	\$ 67.030,85	\$ 73.733,93	\$ 81.107,33	\$ 89.218,06	\$ 98.139,87
Servicios Básicos	\$ 1.740,00	\$ 1.827,00	\$ 1.918,35	\$ 2.014,27	\$ 2.114,98	\$ 2.220,73	\$ 2.331,77	\$ 2.448,35	\$ 2.570,77	\$ 2.699,31
Suministros de Oficina	\$ 240,00	\$ 252,00	\$ 264,60	\$ 277,83	\$ 291,72	\$ 306,31	\$ 321,62	\$ 337,70	\$ 354,59	\$ 372,32
Capacitaciones personal	\$ 300,00	\$ 315,00	\$ 330,75	\$ 347,29	\$ 364,65	\$ 382,88	\$ 402,03	\$ 422,13	\$ 443,24	\$ 465,40
<b>GASTOS DE VENTA</b>	<b>\$ 1.425,00</b>	<b>\$ 1.496,25</b>	<b>\$ 1.571,06</b>	<b>\$ 1.649,62</b>	<b>\$ 1.732,10</b>	<b>\$ 1.818,70</b>	<b>\$ 1.909,64</b>	<b>\$ 2.005,12</b>	<b>\$ 2.105,37</b>	<b>\$ 2.210,64</b>
Marketing	\$ 1.275,00	\$ 1.338,75	\$ 1.405,69	\$ 1.475,97	\$ 1.549,77	\$ 1.627,26	\$ 1.708,62	\$ 1.794,05	\$ 1.883,76	\$ 1.977,94
Investigación & Desarrollo	\$ 150,00	\$ 157,50	\$ 165,38	\$ 173,64	\$ 182,33	\$ 191,44	\$ 201,01	\$ 211,07	\$ 221,62	\$ 232,70
<b>OTROS GASTOS</b>	<b>\$ 509,16</b>	<b>\$ 534,62</b>	<b>\$ 561,35</b>	<b>\$ 589,42</b>	<b>\$ 618,89</b>	<b>\$ 649,83</b>	<b>\$ 682,32</b>	<b>\$ 716,44</b>	<b>\$ 752,26</b>	<b>\$ 789,87</b>
Seguro	\$ 209,16	\$ 219,62	\$ 230,60	\$ 242,13	\$ 254,24	\$ 266,95	\$ 280,29	\$ 294,31	\$ 309,02	\$ 324,48
Imprevistos	\$ 300,00	\$ 315,00	\$ 330,75	\$ 347,29	\$ 364,65	\$ 382,88	\$ 402,03	\$ 422,13	\$ 443,24	\$ 465,40
<b>AMORTIZACIÓN</b>	<b>\$ 677,04</b>	<b>\$ 677,04</b>								
<b>DEPRECIACIÓN</b>	<b>\$ 1.351,49</b>	<b>\$ 1.351,49</b>								
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 1.293,58</b>	<b>\$ 1.061,84</b>	<b>\$ 802,77</b>	<b>\$ 513,15</b>	<b>\$ 189,37</b>	<b>\$ 3.069,23</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
Intereses	\$ 1.293,58	\$ 1.061,84	\$ 802,77	\$ 513,15	\$ 189,37	\$ 3.069,23	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

## Anexo 10 Desglose de TMAR

### Inflación

Fecha	Valor
Abril-30-2013	3,41%
Marzo-31-2013	3,23%
Febrero-28-2013	3,11%
Enero-31-2013	2,85%
Diciembre-31-2012	2,92%
Noviembre-30-2012	2,70%
Octubre-31-2012	2,30%
Septiembre-30-2012	2,04%
Agosto-31-2012	1,71%
Julio-31-2012	2,27%
Junio-30-2012	2,39%
Mayo-31-2012	2,68%
Abril-30-2012	3,01%
Marzo-31-2012	3,03%
Febrero-29-2012	3,01%
Enero-31-2012	3,48%
Diciembre-31-2011	4,10%
Noviembre-30-2011	4,16%
Octubre-31-2011	4,77%
Septiembre-30-2011	4,94%
Agosto-31-2011	5,22%
Julio-31-2011	4,88%
Junio-30-2011	5,09%
Mayo-31-2011	5,00%
<b>Promedio</b>	<b>3,43%</b>

### Tasa Pasiva

Fecha	Valor
Mayo-31-2013	5,19%
Abril-30-2013	4,53%
Marzo-31-2013	4,53%
Febrero-28-2013	4,53%
Enero-31-2013	4,53%
Diciembre-31-2012	4,53%
Noviembre-30-2012	4,53%
Octubre-31-2012	4,53%
Septiembre-30-2012	4,53%
Agosto-31-2012	4,53%
Julio-31-2012	4,53%
Junio-30-2012	4,53%
Mayo-31-2012	4,53%
Abril-30-2012	4,53%
Marzo-31-2012	4,53%
Febrero-29-2012	4,53%
Enero-31-2012	4,53%
Diciembre-31-2011	4,53%
Noviembre-30-2011	4,53%
Octubre-31-2011	4,53%
Septiembre-30-2011	4,58%
Agosto-31-2011	4,58%
Julio-31-2011	4,58%
Junio-30-2011	4,58%
<b>Promedio</b>	<b>4,57%</b>

TMAR	13,35%
Inflación promedio	3,43%
Tasa pasiva promedio	4,57%
Riesgo	5,35%

## Anexo 11 Desglose de Gastos Administrativos

CANT.	CARGO	SUELDO UNITARIO	DÉCIMO TERCER SUELDO	DÉCIMO CUARTO DUELDO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	APORTE PERSONAL	SUBTOTAL	TOTAL
1	Gerente General	\$ 550,00	\$ 45,83	\$ 26,50	\$ 45,83	\$ 22,92	\$ 61,33	\$ 51,43	\$ 752,41	\$ 752,41
4	Coach	\$ 340,00	\$ 28,33	\$ 26,50	\$ 28,33	\$ 14,17	\$ 37,91	\$ 31,79	\$ 475,24	\$ 1.900,97
1	Asistente Administrativa	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 26,50	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 44,60	\$ 37,40	\$ 554,43	\$ 554,43
1	Jefe Técnico	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 26,50	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 44,60	\$ 37,40	\$ 554,43	\$ 554,43
<b>7</b>	<b>TOTAL MES</b>	<b>\$ 1.690,00</b>	<b>\$ 140,83</b>	<b>\$ 106,00</b>	<b>\$ 140,83</b>	<b>\$ 70,42</b>	<b>\$ 188,44</b>	<b>\$ 158,02</b>	<b>\$ 2.336,52</b>	<b>\$ 3.762,25</b>