



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGUE

TÍTULO:

“Empresa exportadora de camarón pelado, desvenado, aliñado y apanado, listo para freír, empacado al vacío, al mercado chileno.”

AUTOR (A/ES):

Karina Eloísa Gómez Castro
Daniel Alejandro Salcedo Proaño

Previa a la obtención del Título de

**INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

TUTOR:

Ing. Néstor Morán Murillo.

Guayaquil, Ecuador

2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGUE

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Karina Eloísa Gómez Castro** y **Daniel Alejandro Salcedo Proaño**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales bilingüe**.

TUTOR (A)

(Néstor, Moran Murillo)

REVISOR(ES)

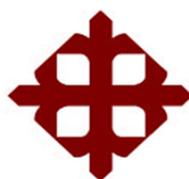
(Melba, Lozano)

(Felipe, Álvarez)

DIRECTOR DE LA CARRERA

(Teresa, Alcívar)

Guayaquil, a los (10) días del mes de (Julio) del año (2014)



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

DECLARACION DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **Karina Eloísa Gómez Castro y Daniel Alejandro Salcedo Proaño**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación **Empresa exportadora de camarón pelado, desvenado, aliñado y apanado, listo para freír, empacado al vacío, al Mercado Chileno**, 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 (10) Días del mes de (Julio) del año (2014)

EL AUTOR (A/ES)

Karina Eloísa, Gómez Castro

Daniel Alejandro, Salcedo Proaño

AGRADECIMIENTO

Dedico este trabajo a Dios por ser quien me permite cada día seguir aquí, a mis padres por ser un pilar fundamental en mi carrera, a mis maestros por ser quienes día a día me impartieron conocimientos para mi desarrollo profesional y a mi compañero que es una persona muy importante en mi vida que siempre estuvo pendiente del desarrollo de nuestra tesis.

Karina Gómez C.

Agradezco a Dios por permitirme estar con vida hasta este día especial, a mis padres por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado y haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida, y agradezco a mi compañera quien me inspira a seguir adelante y ser mucho mejor.

Daniel Salcedo P.

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación se la dedicamos a nuestros padres, por haber sido quienes día a día se esmeraron en darnos la mejor educación para tener bases sólidas y poder salir adelante en el ámbito profesional. De igual manera dedicada a nuestras abuelitas, quienes siempre han estado pendientes de nuestros sucesos en todo momento de nuestras vidas, y que han sido gran apoyo moral cuando más las hemos necesitado, ya que tienen el don de escuchar con el corazón y darnos los mejores consejos.

**Karina Eloísa Gómez Castro
Daniel Alejandro Salcedo Proaño**

TRIBUNAL DE SUSTENTACION

(Néstor, Moran Murillo)

PROFESOR GUÍA Ó TUTOR

PROFESOR DELEGADO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

CALIFICACION

(Néstor, Moran Murillo)

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
ÍNDICE GENERAL	VIII
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	XII
ÍNDICE DE TABLAS	XIII
RESUMEN (ABSTRACT)	XIV
INTRODUCCIÓN	1
ANTECEDENTES	2
MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	6
DEFINICION DEL PROBLEMA	10
JUSTIFICACIÓN	11
OBJETIVOS	12
Objetivo General.....	12
Objetivos Específicos	12
CAPÍTULO I	13
ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO	13
1.1.- Información general de la empresa.	13
Listado de Accionistas.....	13
1.2.- La administración	14
Organigrama	14
1.3.-Cronograma de ejecución:.....	16
1.4.- Plan estratégico	17
Misión.....	17
Visión	17
1.5.- Objetivos estratégicos	17
Objetivo de Marketing.-	17
Objetivo Financiero.-	17
Objetivo Social.-	18

CAPÍTULO II.....	19
MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN.....	19
2.0.- Segmentación.....	19
2.0.1.- Posicionamiento.....	20
2.0.2.- Grupo objetivo.....	20
2.1.- Análisis Macroeconómico	20
2.1.1 Sector Económico	20
2.1.2. Sector Camaronero en Ecuador.....	21
2.1.3. Mercado Objetivo, Chile.	24
2.1.4. Clasificación del producto	29
2.1.5. Concentración de la Industria.....	31
2.1.6. Madurez de la industria.	33
2.1.7. Atractividad de La Industria.	34
2.2.- Mercado Histórico.....	35
2.2.1. Tipo de Mercado	35
2.2.2. Demanda histórica	36
2.3.- Mercado del proyecto	37
2.3.1. Submercados	37
Proveedores	37
Competidores	39
Canales de Distribución.....	41
Consumidores (Mercado meta)	42
2.3.2. Estrategia Comercial	42
Características del producto	42
Descripción del producto	43
Ciclo de vida	43
Marca y Logo.....	45
Precio de venta.....	45
Promoción	46
Plaza.....	47
2.4.- Proyección de mercado.....	47
2.4.1 Objetivos de la Investigación de mercado.....	47
2.4.2. Metodología a utilizarse	48

2.4.3. Enfoques de Investigación:	49
Cualitativa: Entrevista	49
Cuantitativa: Encuestas personales	52
Análisis de las encuestas	52
2.4.4. Conclusiones de la Entrevista y Encuestas.....	57
2.5 Análisis Sectorial	57
2.5.1. Análisis FODA.....	57
CAPÍTULO III.....	59
ASPECTOS TECNOLÓGICOS DEL PROYECTO.....	59
3.1.- Proceso productivo	59
3.2. Capacidad de producción	62
3.2.1. Banco de camarones (recepción, clasificado, pesado y lavado)	
.....	62
3.2.2. Banco de pelado y desvenado	64
3.2.3. Banco de preparación	65
3.2.4. Máquina de empaque.....	67
3.3.- Estimación de ventas.....	68
3.4.- Costos operativos.....	70
3.5.- Inversiones del proyecto.....	73
3.6.- Depreciaciones	75
3.7.- Financiamiento	77
CAPÍTULO IV	79
EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	79
4.1. Estado de Resultados Proyectado.....	79
4.2. Flujo de Caja Proyectado (Simulación Montecarlo)	80
4.3. Balance General Proyectado	81
CAPÍTULO V	83
EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	83
5.1. Análisis TIR – VAN	83
5.2. Análisis TMAR y Comparación con el TIR	84
5.3. Análisis de indicadores financieros.....	84
5.3.1 Liquidez y Solvencia.....	84

5.3.2. Endeudamiento	85
5.3.3. Actividad.....	85
5.3.4. Rentabilidad	86
5.4. Análisis de Escenarios Pesimistas	87
CONCLUSIONES	88
RECOMENDACIONES.....	90
BIBLIOGRAFÍA.....	91
GLOSARIO.....	94
ANEXOS.....	96

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Envíos de camarón a principales destinos	4
Ilustración 2: Organigrama.....	15
Ilustración 3: Cronograma de ejecución (proyecto).....	16
Ilustración 4: Cronograma de ejecución (constitución de la compañía)	16
Ilustración 5: Variación del precio del Camarón 2001-2006.....	22
Ilustración 6: Variación del Precio del Camarón 2008-2013	23
Ilustración 7: Tasas de Inflación de Chile 2013 por rubro.	26
Ilustración 8: Variación de Inflación Chile 2004 – 2013 más expectativas 2014 y 2015	26
Ilustración 9: Cuenta Corriente y Balanza Comercial.....	27
Ilustración 10: Tipo de Cambio peso chileno vs dólar. Suscripciones de derivados, mercado cambiario formal, precio según plazo (peso chileno / US\$). Todos los períodos	28
Ilustración 11: Importaciones de Chile con México, Colombia y Ecuador	28
Ilustración 12: Importaciones de Chile de Camarones Preparados o Preservados.....	29
Ilustración 13: Proceso Productivo.....	42
Ilustración 14: Ciclo de Vida del Producto	44
Ilustración 15: Logotipo CAMAROLISTO	45
Ilustración 16: Encuestas – Pregunta 1	53
Ilustración 17: Encuestas – Pregunta 2	53
Ilustración 18: Encuestas – Pregunta 3	54
Ilustración 19: Encuestas – Pregunta 4	54
Ilustración 20: Encuestas – Pregunta 5	55
Ilustración 21: Encuestas – Pregunta 6	55
Ilustración 22: Encuestas – Pregunta 7	56
Ilustración 23: Encuestas – Pregunta 8	56
Ilustración 24: Flujo grama de procesos	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Presupuesto de Gastos del Personal	15
Tabla 2: Criterio de Segmentación.....	19
Tabla 3: Análisis de Concentración de la Industria	32
Tabla 4: Matriz de la Madurez de la Industria	33
Tabla 5: PVP con formula Pronostico	46
Tabla 6: Matriz FODA	58
Tabla 7: Capacidad de Despacho Empaque 300GR	69
Tabla 8: Capacidad de Despacho Empaque 600GR	69
Tabla 9: Ingresos por Ventas.....	70
Tabla 10: Estimación de Costos Directos de Fabricación	71
Tabla 11: Estimación total de costos de producción	72
Tabla 12: Estimación de Gastos Operativos.....	73
Tabla 13: Inversiones del proyecto	73
Tabla 14: Calendario de inversiones.....	74
Tabla 15: Gastos pre-operativos.....	75
Tabla 16: Depreciación	76
Tabla 17: Amortización de gastos pre-operativos.....	76
Tabla 18: Financiamiento.....	77
Tabla 19: Amortización de la Deuda Financiada.....	78
Tabla 20: Estado de Resultados.....	79
Tabla 21: Flujo de Efectivo según Simulación Montecarlo por cada presentación.	80
Tabla 22: Balance General	81
Tabla 23: TIR-VAN.....	83
Tabla 24 Calculo del TMAR y Comparación con el TIR.....	84
Tabla 25: Ratios Liquidez y Solvencia	84
Tabla 26: Ratios Endeudamiento.....	85
Tabla 27: Ratios Actividad	85
Tabla 28: Ratios Rentabilidad.....	86
Tabla 29: Escenarios pesimistas TIR vs VAN vs TMAR	87

RESUMEN (ABSTRACT)

The project is targeted to Chilean importers of shrimp, starting with Santiago (capital), where it aims to position the brand CAMAROLISTO as a quality product, healthy, nutritious, organic and instant preparation to fill the need of final consumers that do not have enough time to prepare shrimps.

Export will be done at 40" refrigerated containers, ensuring quality to marketing and market consumption of Chile, a country that has no market saturated with foreign products, where talking about an industrialized product allow consumers enjoy the good taste of Ecuadorian shrimp easily.

In 2012, Chile increased 8.5% Ecuadorian shrimp imports in the last quarter of that year. Ecuador is the biggest supplier of this crustacean local market condition is maintained until today with many Chilean companies shrimp.

Was implemented a distribution channel that starts with the manufacturer of shrimp, breaded shrimp producer, an intermediary agent, importer or supermarket and then the final customer in the project.

In the financial tests performed gave a relatively favorable outcome because within proposed return had been complied expectations at the end of five years, reaching five times the amount, so that the end of the financing term acquired generates a liquidity increase considering it is a business project.

It has a high debt with creditors that surpasses equity because debt degree is acquired to finance the project, amortized debt to 5 years, it shows that the first year will not have equity backed but from the third year he will turn into a gross profit, reaching to generate a slight profit after the implementation of operating profit that achieved in the previous year, generating very favorable for a company project outcome.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de Titulación tiene como fin el determinar la factibilidad de implementar un Empresa exportadora de camarón pelado, desvenado, aliñado y apanado, listo para freír, empacado al vacío, al mercado chileno, específicamente a la ciudad de Santiago de Chile.

Identificando que Ecuador es un país ubicado en un punto estratégico de Sudamérica que facilita la exportación, productor de camarón por excelencia, desde hace ya varias décadas, ha exportado productos de calidad a países norteamericanos, europeos, y más reciente a países sudamericanos como Colombia, Perú, Panamá, Brasil, y sobre todo Chile.

Nace la idea de crear un valor agregado a una empresa productora de camarón, tomando en cuenta que en la actualidad, existe un ritmo de vida muy acelerado de la población con poca disponibilidad de tiempo, sobre todo en países desarrollados como Chile, por lo que las cabezas de familia salen a trabajar, los hijos se quedan en casa y no existe la facilidad de proporcionarles alimentos frescos para sus comidas diarias; se proporcionara camarón, limpio, apanado y listo para freír, conservando su sabor natural, sin preservantes en un empaque al vacío, eliminando oxígeno para que se mantenga el producto siempre fresco en congelación.

El concepto de comercializar este producto es lograr incrementar la rentabilidad de la empresa del productor y adicional brindar la facilidad a las familias de Santiago de Chile degustar camarones apanados en la comodidad de su hogar, sin tenerlo que buscar en restaurantes a precios excesivamente altos.

ANTECEDENTES

Ecuador, remonta su producción de camarón a finales de la década de los 60's, país que cuenta con ventajas climáticas que permiten hasta tres ciclos de recolección por año, contra dos de Tailandia y uno de China¹.; sin embargo, no fue hasta la década de los 80's, cuando se desarrolla el denominado "BOOM CAMARONERO", llegando a exportar alrededor de \$2.700 millones de dólares de la época, cifra récord para las exportaciones ecuatorianas, solo superadas por el petróleo.

El camarón se cultiva y desarrolla en climas y hábitats muy idénticos al de las zonas costeras del Ecuador, en mares intertropicales y subtropicales, con manglares, lagunas, pantanales e intersecciones de aguas dulces con aguas saladas. Como claros ejemplos podemos citar el Golfo de Guayaquil, manglares y lagunas de la provincia de El Oro, Manabí y Esmeraldas.²

La especie de camarón más cultivado en el Ecuador, es la familia Litopenaeus, del cual un 95% pertenece a la especie de Vannamei y el 5% restante a Stylirostris. La selección de especie, se rige netamente, a la resistencia a los cambios climáticos, para cuidar la producción (inversión), se selecciona la especie con mejores características.

La industria camaronera, tuvo un gran declive, a finales de la década de los 90's y comienzos del nuevo siglo, por el muy conocido virus de la mancha blanca enfermedad que extiende sus orígenes a los países asiáticos, que afectó gravemente la producción nacional, y que prácticamente dejó en crisis y quebrada esta industria. La producción se decayó en un 80% en los primeros meses del 2000, lo que llevó a una eventual bancarrota de la

¹(ElUniverso, Exportaciones del Camaron Aumento según el BCE, 2005)

² Branford, J. R. 1981. Sediment and the distribution of penaeid shrimp in the Sudanese Red Sea. Estuarine, Coastal and Shelf Science 13(3):349-354.

Rönnbäck, P., A. Macia, G. Almqvist, L. Schultz y M. Troell. 2002. Do Penaeid Shrimps have a Preference for Mangrove Habitats? Distribution Pattern Analysis on Inhaca Island, Mozambique. Estuarine, Coastal and Shelf Science 55(3):427-436.

industria, reportando pérdidas de 900 millones de dólares en las exportaciones del Ecuador. Fue clasificado como estado de emergencia para el país, llegando a infectarse aproximadamente el 50% de los cultivos, sin encontrar una solución o cura definitiva a este virus, ya que el camarón, tiene un sistema inmunológico rudimentario.

El precio del camarón también tuvo un gran impacto, lo que paso de costar \$3.59 la libra de exportación previo a la epidemia de la mancha blanca, a solo \$2.03 dólares, manteniendo el precio hasta hace unos pocos años atrás³.

Posteriormente a este evento, con nuevos controles para la propagación del virus, alrededor del año 2005, se reactivan los cultivos de camarón aproximadamente 160 mil hectáreas, y controlando de manera más estrictas los ingresos de larvas de otros países.

El precio de la libra de camarón de exportación subió a \$2.55, aunque aún está por debajo de lo que fue hace varios años, demuestra un crecimiento considerable.

La exportación de camarón, tercer rubro tradicional del Ecuador, genero 34.6 millones de dólares en mayo pasado contra \$34.4 millones en abril anterior, señalo el Banco Central (BC).

La venta del crustáceo de enero a mayo de 2005 alcanzó los 166,7 millones de dólares, frente a los 133,2 millones del mismo período de 2004. El mejor mes de 2005 fue marzo, con 37,6 millones de dólares. Según el BC, la exportación de camarón alcanzó los 325,4 millones de dólares en 2004, 275,7 millones en 2003, 252,7 millones en 2002 y el récord de 886 millones de dólares en 1997⁴.

³ (AquaHoy, 2008)

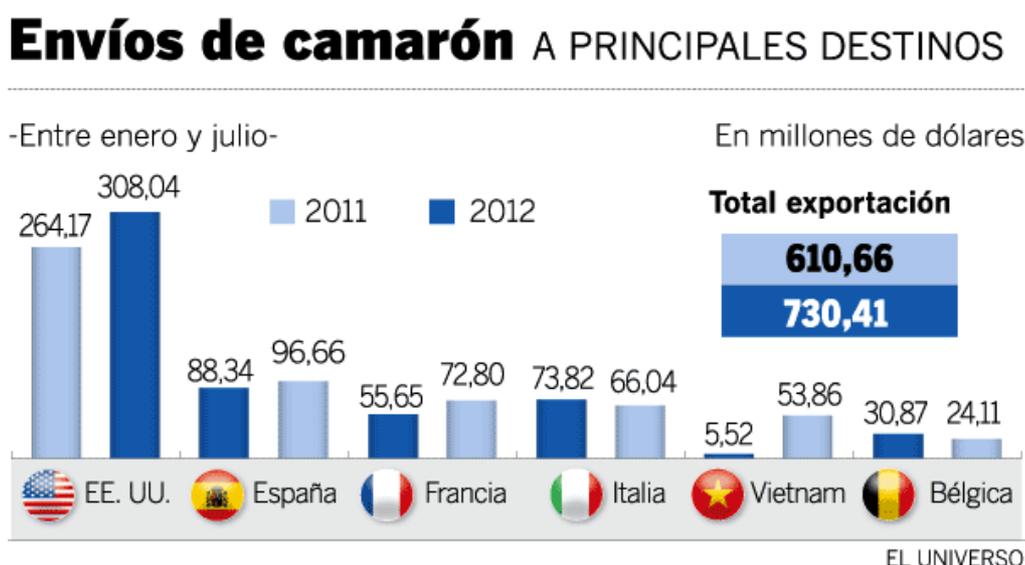
⁴ (EIUniverso, Exportaciones del Camaron Aumento según el BCE, 2005)

Adicionalmente, el levantamiento de la industria se debió en gran parte a los contactos con nuevos mercados internacionales, en los cuales ahora se incluyen países de Unión Europea, que se exporta aproximadamente un 52% de la producción que ronda por los \$400 millones de dólares al año.

Otros países que han tenido un eventual ascenso de las importaciones de camarón ecuatoriano son Chile y recientemente Vietnam. Chile en el 2010, aumento un 5% las importaciones de camarón ecuatoriano, alcanzando aproximadamente \$2.24 millones de dólares en el primer trimestre de ese año con respecto a los \$2.12 millones que se importaron el mismo periodo del 2009. Ecuador es el mayor proveedor de este crustáceo a su mercado local, condición que se mantiene hasta la actualidad.

La industria se mantiene en la actualidad con un crecimiento progresivo, alcanzando para este 2012, en el periodo de enero a julio, un incremento de 19.6%, “Las divisas sumaron \$ 730 millones en ese lapso, mientras en ese mismo periodo del 2011 las ventas llegaron a \$ 610 millones”.⁵

Ilustración 1: Envíos de camarón a principales destinos



Fuente y Elaboración: EL UNIVERSO⁶

⁵ (EIUnivero, El Universo, 2012)

⁶ (EIUnivero, El Universo, 2012)

Ciertamente, Ecuador aún tiene grandes retos que enfrentar para llevar un camarón de mejor calidad. Adicionalmente, la innovación de productos, es lo que puede llegar al Ecuador a un nuevo boom camaronero. Ofreciendo el camarón con valores agregados es el próximo reto de la industria, que ciertamente es una de las fuentes de ingresos y divisas más importantes del Ecuador, además de dar empleo directo a alrededor de 195 mil personas, y unos miles más de empleos indirectos relacionadas con esta actividad, como el comercio interno, las empacadoras para la exportación, los agentes internacionales, entre otros más.

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

El camarón es rico en componentes como carotenos, beta carotenos, omega 3 y pre vitamina A. El camarón ecuatoriano por su exquisito sabor, color y textura es reconocido como un producto gourmet a nivel mundial.

Las características físicas son: un rostro bien desarrollado y dentado, que se extiende hasta o más allá de los pedúnculos de los ojos; caparazón con surcos cervicales cortos, que no llegan a la línea media dorsal; últimos dispares de pereiópodos bien desarrollados; tercero y cuarto par de pleópodos birrámeos; endópodos del segundo par de pleópodos de los machos transformados en un apéndice masculino; telson puntiagudo; una única artrobranquia bien desarrollada en el penúltimo segmento del tórax. Tiene podobranquias en el segundo par de maxilípedos y una escama antenular interna. Algunas especies presentan órganos sensoriales sobre las antenas, a manera de línea lateral. Las interneuronas gigantes mielinizadas de camarones peneidos pelágicos, tienen el récord mundial de velocidad de conducción del impulso con respecto cualquier otro animal, 210 metros por segundo (756 km/h).

El Ecuador se desarrolla en el mundo camaronero produciendo y cultivando Camarones Orgánicos abarcando todas las provincias costeras del Ecuador, como El Oro, Manabí, Guayas y Esmeraldas sembrando camarones de la clase peneidos, son familia de crustáceos del orden de los decápodos, producto que se desarrolla en la acuicultura la cual se relaciona con la piscicultura que agrupa la diversidad de especies entre sí, con técnicas y conocimientos de cultivo de vegetales y animales muy diversos, de agua dulce o agua de mar, desde el cultivo directamente en el medio hasta instalaciones bajo condiciones totalmente controladas⁷.

⁷ (Millan, 2012)

La técnica más utilizada es la Granja de camarones o la cría de camarones, la misma que consiste en la cría de camarones para consumo humano, para la década de 1970 se la empezó a realizar con propósitos experimentando un rápido crecimiento, particularmente para satisfacer las demandas del mercado de Estados Unidos, Japón y Europa Occidental. La producción total superó en el año 2003 las 1,6 toneladas de producción, por un valor de 9.000 millones de dólares.

Antes de que el Ecuador pase por el Virus de la Mancha Blanca, la cual afectó a los camarones produciendo una gran mortalidad⁸, tuvo una época buena denominada el Boom Camaronero, el camarón consiguió un rápido ascenso hacia el producto de mayor exportación tradicional solo superado por el banano. El boom camaronero comenzó en la década de los 80's y se extendió a finales de los 90's.

El camarón se ha convertido en uno de los productos insignia, junto al atún en conserva, representando el segundo y tercer rubro más importante en las exportaciones no petroleras ecuatorianas. Las ventas al extranjero de productos no petroleros aumentaron 13,1%. Esto significó ventas de \$ 964,8 millones; en el 2013 fueron de \$ 852,8 millones.⁹

Las ventajas climáticas del país permiten que se generen hasta tres ciclos de cosechas por año, logrando un mayor desarrollo productivo por hectárea, ofertando aproximadamente 400 millones de libras de camarón anuales, incluyendo productos con valor agregado. El camarón blanco o *litopenaeus vannamei* representa más del 95% de la producción ecuatoriana; La calidad y volumen de exportación del camarón ecuatoriano lo ubica al país entre los más grandes exportadores a nivel mundial.¹⁰

⁸ (Sánchez, 2010)

⁹ (ElUniverso, El Universo, 2014)

¹⁰ (ProEcuador, Pesca y Acuicultura, 2014)

La exportación de camarón con valor agregado para la ciudad de Santiago de Chile, es el objetivo de la tesina, se aplicó el modelo de Porter, el mismo que propone un marco de reflexión estratégica sistemática para identificar la rentabilidad en base a las negociaciones sostenidas con los importadores.

Por lo tanto, permite identificar que las negociaciones con los compradores o clientes se debe plantear precios levemente inferiores a los precios manejados con los competidores, generando interés por parte de los consumidores logrando negociaciones frecuentes con el producto a exportar.

Propone una negociación con vendedores o proveedores de la materia prima que es un mercado amplio en países productores como Ecuador, lo que permite cerrar licitaciones a buenos precios, optimizando el capital de trabajo manejado en la empresa para tener liquidez, para futuras implementaciones de maquinaria o tecnología, característica que presenta la empresa GOCASALPRO de sustitución de la proveeduría por la calidad superior o mejor costo, ofrecida siempre por otros proveedores interesados en licitar con la empresa.

Cabe recalcar que como toda empresa nueva con producto innovador no está exenta a tener futuros competidores directos interesados en crear productos sustitutos hacia la ciudad de Santiago de Chile y peor aún, el mismo producto con mejor precio, convirtiéndose en una amenaza para la rentabilidad del producto en lanzamiento.

De igual manera, ingresar con un nuevo producto al mercado Chileno tiene ciertos parámetros exigidos por los importadores, los mismos que esporádicamente son solicitados con productores nacionales posicionados en Chile que manejen productos similares, lo que crea una barrera previa, la cual es manejada con la calidad y diferenciación del producto, cumpliendo con las exigencias fitosanitarias solicitadas por el Servicio Nacional de Aduanas de Santiago de Chile.

Finalmente, los accesos a canales de distribución administrados por empresas chilenas, pondría en riesgo la inversión realizada previo al ingreso del producto Camarolisto en el mercado meta, en caso de que se creen barreras a los productos importados desde Ecuador por modificaciones en la política gubernamental chilena, afectando directamente el negocio con este país.

DEFINICION DEL PROBLEMA

El camarón es un alimento que tiene varios platos alrededor del mundo, pasando por el clásico ceviche en países andinos, luego por chupes, sangos, cocteles y platos exóticos como el sushi. El camarón es bastante apetecido en todas partes del mundo.

Sin embargo, podemos enfocarnos claramente que en la actualidad, los ritmos de vidas acelerados, en que tanto el hombre y la mujer tienen que trabajar para mantener un hogar, da lugar a poco tiempo para atender la cocina, por lo cual usualmente se opta por comidas rápidas, que constantemente son alimentos poco nutritivos, y mucho menos saludables, tal es el caso como las hamburguesas o sandwiches en los “lunchs” de Estados Unidos, y muchos otros países desarrollados o en vías de desarrollo, que el estilo de vida es bastante agitada. Aún, los latinos conservamos en parte el tradicional almuerzo, pero que no pasará mucho tiempo, para que estos hábitos cambien, debido al limitado tiempo disponible.

Es así como vemos al camarón, como la elección más difícil para un almuerzo rápido, o en día ordinario, ya que considerando primero que se debe lavar, pelar y desvenar, que este proceso toma su tiempo, también la preparación requiere un tanto adicional, que muy escasamente dará tiempo para degustar el plato.

Por tal motivo, se ha identificado un nicho de mercado, al cual se le puede ofrecer una comida rápida, saludable y nutritiva, que no esté cargado de toxinas, ni grasas saturadas.

Identificando este nicho de mercado, podemos observar precisamente que en el mercado existe esta problemática, la dificultad de poder disfrutar, balancear y acoplar buenos hábitos alimenticios con una vida laboralmente activa y acelerada.

JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto tiene la idea de generar una mayor rentabilidad a una empresa familiar productora de camarón, la misma que cuenta con un terreno de 41 hectáreas en el Golfo de Guayaquil, llegando a generar una producción de 120 mil libras por pesca, manejando 4 pescas por año. Por el grado de afinidad con esta productora, se crea una alianza directa con Gomarsa S.A. para convertirla en nuestro principal proveedor de la materia prima a partir de la puesta en marcha del proyecto, buscando la expansión y desarrollo sostenido de la producción del camarón dentro de esta productora, para lograr una mutua rentabilidad entre el proyecto a iniciar con el producto Camarolisto y el proveedor antes mencionado.

Por otro lado, se busca comercializar un producto innovador con valor agregado, el mismo que corresponde al camarón pelado, desvenado, aliñado y apanado, listo para freír y ser degustado en las mesas de los hogares de la ciudad de Santiago de Chile como mercado meta, buscando satisfacer las necesidades alimenticias a los consumidores de escaso tiempo para preparar un plato de camarón y a la vez aprovechando el crecimiento económico y poder adquisitivo con el que cuenta Chile en los últimos años, con el fin de expandirse en todo el país chileno y en América Latina en poco tiempo, evitando pagar los peajes normalmente cobrados en el Canal de Panamá con la comercialización directa de puerto a puerto al mejor costo de exportación.

OBJETIVOS

Objetivo General

Determinar la factibilidad de la implementación de una empresa exportadora de camarón pelado, desvenado, aliñado y apanado, listo para freír, empacados al vacío y congelado al mercado chileno, será viable y rentable desde el punto de vista comercial, económico y financiero a un plazo de 5 años.

Objetivos Específicos

- Investigar estándares de calidad para la importación de camarón en Chile.
- Implementar un sistema de evaluación de aceptación del producto en el mercado local chileno.
- Identificar gustos y preferencias del consumidor de camarones apanados.
- Desarrollar estrategia para la introducción de este nuevo producto a mercados extranjeros como Chile.

CAPÍTULO I

ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO

1.1.- Información general de la empresa.

Empresa Productora de Camarones pelados, desvenados, aliñados y apanados listos para freír empacado al vacío para exportación a la Ciudad de Santiago de Chile.

La Razón Social que se va utilizar para el negocio es una combinación de los apellidos de los tesinantes, el mismo que será Gocalpro S.A., nombre que no existe en la superintendencia de Compañías y si puede ser utilizado y su constitución jurídica será Sociedad Anónima.

El nombre comercial será Camarolisto, el mismo que da la idea de un producto con camarones listos para el consumo inmediato; un nombre fácil de pronunciar y recordar. Consiste en proporcionar camarón pelado, desvenado, aliñado y apanado listo para freír, se lo comercializara en empaques al vacío en la ciudad de Santiago de Chile.

Para otros aspectos legales como RUC, dirección y teléfono de oficinas, será de uno de los tesinantes para no incurrir en gastos altos de constitución de compañía inicial; los Representantes legales serán: Ing. Daniel Salcedo Proaño (Gerente General), Ing. Karina Gómez (Presidenta)

Acorde al objeto social Gocalpro S.A. tendrá un capital suscrito y pagado de \$7.500,00 de los Estados Unidos de América dividido en acciones cada una a un dólar de los Estados Unidos de América, cada una ordinaria y normativa.

Listado de Accionistas (Nombre, nacionalidad, % de participación)

Nombre: Ing. Daniel Salcedo Proaño

Nacionalidad: ecuatoriana

Participación: 50%

Nombre: Ing. Karina Gómez

Nacionalidad: ecuatoriana

Participación: 50%

1.2.- La administración

Organigrama:

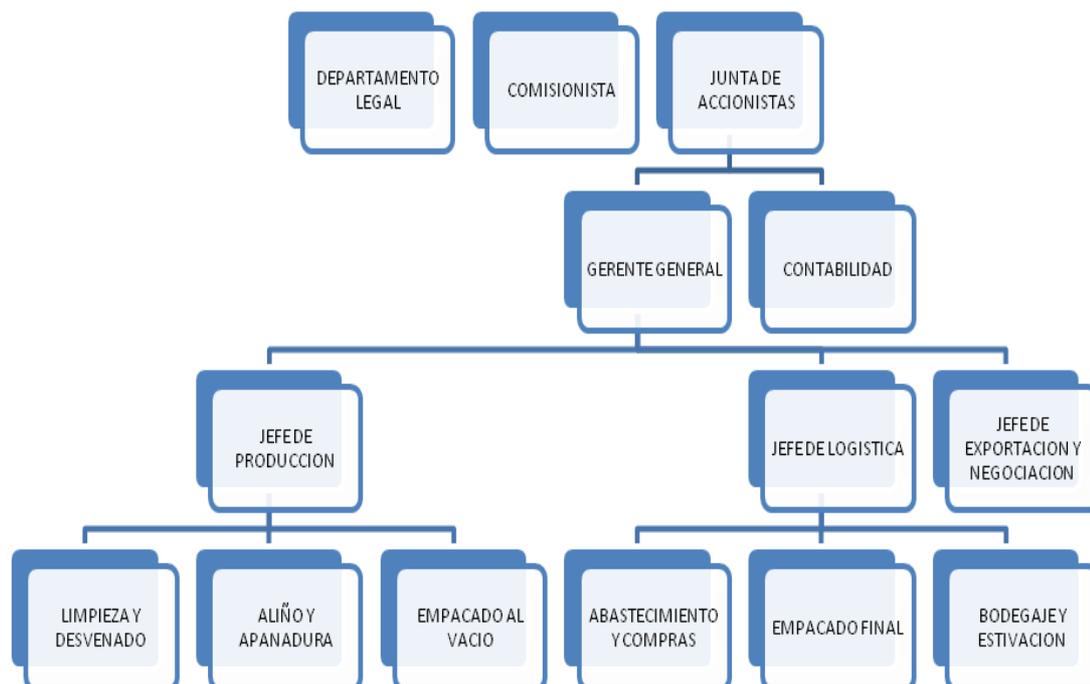
En la empresa se contará con una Gerencia General, y a su vez tres áreas: una encargada de producción, otra de la logística y finalmente la de exportación y negociación, con sus respectivos jefes y funciones para sacar adelante este proyecto.

Estas áreas tendrán a su cargo personal multifuncionales que se encarguen del bodegaje, estivación, empaque, entre otras funciones detalladas en el anexo. En lo que respecta al departamento legal, y al departamento de ventas, estos serán independientes, es decir que no formarán parte de la empresa, sin embargo se realizarán convenios por su trabajo.

En el caso del departamento legal, se pagará por trabajo realizado por temas de constitución y legalización de recursos humanos manejados en la empresa, permisos tramitados o querellas resueltas. En el caso del vendedor, éste será independiente y netamente comisionista, visitará su cartera de clientes y ganará comisión por sus ventas, y no trabajará en relación de dependencia de la empresa aunque se le fijarán metas de expansión de ventas para seguir contando con sus servicios.

El organigrama planteado es el siguiente:

Ilustración 2: Organigrama



Elaboración: Autores (Karina Gomez y Daniel Salcedo)

Con respecto a los gastos mensuales del personal, tenemos sus Salarios, los mismos que se los detallan a continuación, considerando como base el sueldo mínimo vital \$340.

Tabla 1: Presupuesto de Gastos del Personal

CARGOS	SUELDO
Gerente General	\$ 2,000.00
Jefe de Producción	\$ 1,200.00
Jefe de Abastecimiento y Distribución (Logística)	\$ 1,000.00
Jefe de Exportaciones y Negociación	\$ 1,000.00
Vendedor	\$ 500.00
Operadores de máquinas clasificación y lavado	\$ 400.00
Operadores de proceso de pelado y desvenado	\$ 350.00
Operadores de máquinas de preparación	\$ 400.00
Operadores de máquinas de empaque	\$ 400.00
Operadores de máquinas de congelación	\$ 400.00
Estibadores y Empacadores	\$ 340.00
Chofer	\$ 500.00
TOTAL PERSONAL	\$ 8,490.00

Elaboración: Autores (Karina Gómez y Daniel Salcedo)

1.3.-Cronograma de ejecución:

La ejecución del proyecto se la ha dividido en dos partes, una en lo que es pertinente al desarrollo del proyecto, con respecto a las hipótesis y proyecciones, y la segunda parte, es la constitución de la compañía para poner en marcha el proyecto. Las dos partes se muestran a continuación en dos tablas. (Ilustración 3 y 4)

Ilustración 3: Cronograma de ejecución (proyecto)

Actividades	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
Presentación de la idea e introducción	x					
Segmentar el mercado para sacar la muestra	x					
Escoger tipo de investigación a desarrollarse con su respectivo formato		x				
Investigación cualitativa y desarrollo de encuestas		x				
Desarrollo del formato de investigación cuantitativa			x			
Desarrollo de la investigación cuantitativa, tabulación y análisis			x			
Conclusión y finalización del Plan de Marketing			x	x		
Corrección y entrega del Plan de Marketing Final				x		
Desarrollo del Plan Financiero				x	x	x

Elaboración: Autores (Karina Gomez y Daniel Salcedo)

Ilustración 4: Cronograma de ejecución (constitución de la compañía)

Proceso de constitución de la compañía, Aprobación del nombre por la Superintendencia de Compas	x	x																		
Integración del capital en una cuenta bancaria			x	x																
Obtención de la escritura pública por medio de un notario				x	x															
Aprobación de la escritura de de constitución					x	x														
Inscribir escritura en el Registro Mercantil						x														
Elaborar nombramientos e inscribirlos en el Registro Mercantil							x													
Reingresar documentos a la Superintendencia de Compañías							x	x												
Obtener RUC en el SRI									x											
Retirar la cuenta de Integración de Capital										x	x									
Aperturar una Cuenta a nombre de la compañía											x	x								
Obtener permisos para imprimir facturas													x	x	x	x				
Consecución de equipos														x						
Capacitación del personal										x	x	x	x	x	x					
Puesta en marcha del proyecto																x	x			
Comercialización y ventas																		x	x	x

Elaboración: Autores (Karina Gomez y Daniel Salcedo)

1.4.- Plan estratégico

Misión

Ofrecer camarón pelado, desvenado, aliñado y apanado, listo para freír, empacado al vacío al mercado chileno, cumpliendo los estándares de exportación internacional, garantizando una excelente composición y calidad del producto, contribuyendo a una mejor alimentación de los consumidores.

Visión

Ser una empresa reconocida a nivel internacional, con productos de alta calidad, innovaciones del producto, distinguidas marcas, aportando al crecimiento y desarrollo de la industria nacional; promoviendo el cultivo y cosecha responsable y la responsabilidad social; y que generen un valor económico, social y ecológico al plazo de 5 años.

1.5.- Objetivos estratégicos

Objetivo de Marketing.-

Crear una comunicación integral para llegar al mercado chileno, que estimule los deseos de las personas, promoviendo mayor consumo de productos nacionales, sobre todo camarón, con valores agregados, como el camarón apanado, plato típico ecuatoriano y consumido en muchos países de América Latina; incrementando la participación en un 5%.

Objetivo Financiero.-

Maximizar las utilidades por medio de la disminución de canales en el proceso de exportación, participando directamente el productor camaronero y el empacador/exportador que será el mismo que le da el valor agregado, aumentando la utilidad en un 2% anual.

Objetivo Social.-

Ser socialmente responsables, aportando recursos para promover que nuestros trabajadores y sus familias estudien, permitiendo un mejor grado de calidad por medio de una mano de obra calificada.

CAPÍTULO II

MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN

2.0.- Segmentación

El proyecto está dirigido a importadores chilenos de camarón, pueden ser estos supermercados, distribuidores, tiendas de abarrotes u otros que participen en la cadena de distribución al consumidor final. El mercado inicial será la ciudad capital, Santiago de Chile, teniendo la oportunidad de llegar aproximadamente a 6.1 millones de habitantes.

Tabla 2: Criterio de Segmentación

Criterio de Segmentación	Segmento Seleccionado
Geográfico	América del Sur, Chile, Santiago de Chile
Demográfico	Importadores de Productos acuícolas (supermercados, distribuidores, tiendas de abarrotes)
Psicográficos	Excelente reputación en la comercialización de productos de consumo humano de excelente calidad y presentación.
Hábitos de Consumo del Cliente Final	Un gusto por los mariscos, en especial del camarón y las comidas nutritivas de elaboración rápida

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

Fuente: Investigaciones para la elaboración de la tesis.

2.0.1.- Posicionamiento

Se pretende posicionar la marca CAMAROLISTO como un producto de calidad, saludable, nutritivo, cultivados y cosechados de manera orgánica y responsable en piscinas naturales ecuatorianas, en la provincia del Guayas, zona perfecta para el cultivo debido a los nutrientes y minerales naturales, con los mejores estándares de calidad en tamaño y peso, libre de enfermedades, limpiados, desvenados de manera higiénica, aliñados y apanados con los mejores productos nacionales y empacados al vacío, entregados en contenedores de 40" refrigerados, garantizando la calidad hasta la comercialización y consumo en el mercado de Chile, proporcionando un beneficio en la alimentación diaria en los hogares chilenos.

2.0.2.- Grupo objetivo

El grupo objetivo está clasificado como supermercados, con capacidad para colocar el producto exportado en sus perchas, y ofreciendo la mejor disponibilidad de recursos para promover la marca CAMAROLISTO al mercado local. Podemos delimitar el grupo objetivo a grandes cadenas de tiendas como por ejemplo, Grupo Concosud que controla las cadenas Jumbo y Santa Isabel (que tuvo breve participación en Ecuador), Walmart Chile que controla las cadenas Líder, Grupo SMU que controla la cadena Saieh y Unimarc que posee la cadenas Supermercados del Sur. Estas 4 empresas concentran aproximadamente el 88% de las ventas del sector.

2.1.- Análisis Macroeconómico

2.1.1 Sector Económico

El proyecto se desarrolla en un sector secundario, es decir bienes, con procesos de elaboración o industrialización.

Se considera sector secundario de la economía a las industrias que transforman materias primas en bienes que satisfacen las necesidades humanas.¹¹

El sector secundario en donde se desarrolla, además permite bienes, para consumo masivo, por lo cuales, existen una gran variedad de sustitutos y complementarios. Tiene una elasticidad bastante alta, por lo cual se debe tener muy en cuenta el precio y la oferta para no perder mercado.

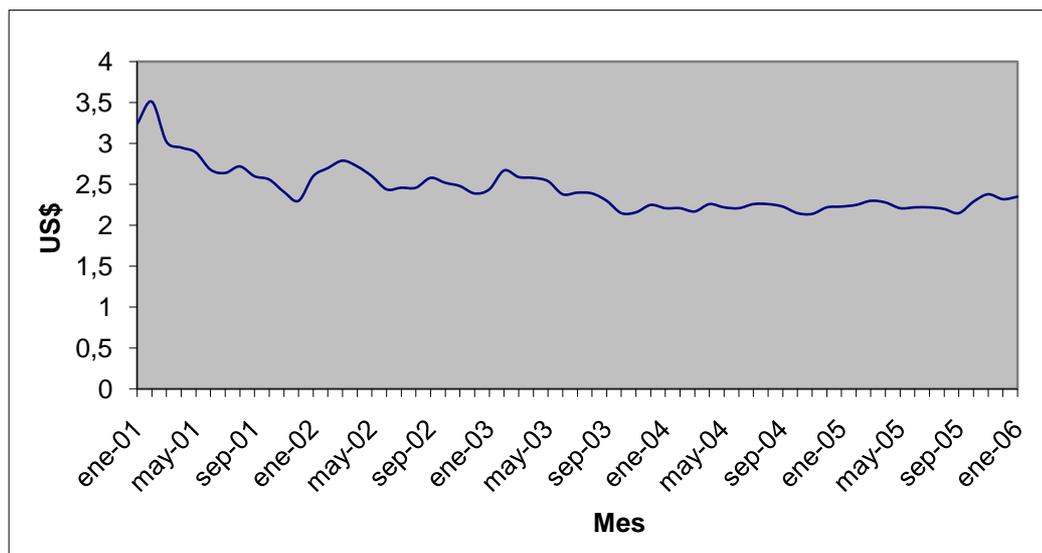
2.1.2. Sector Camaronero en Ecuador

El desarrollo del sector camaronero en el Ecuador en las dos últimas décadas es de reconocimiento mundial, en sus niveles de producción, calidad y productividad en relación a sectores camaroneros de otros países, a pesar de haber enfrentado una serie de problemas, que en ciertos momentos llegaron a diezmar los niveles de producción del sector, como uno de los mayores problemas se destaca en la época de los 90' la llamada Mancha Blanca (WSSV por sus siglas en ingles), la misma que es conocida como la enfermedad más severa a la que logro sobrevivir ciertos productores del sector, arrojando como resultado una caída del 60% de la producción del sector camaronero.

A causa de la Mancha Blanca muchos productores del sector tuvieron que salir del negocio, que no lograron sobrevivir a este problema, cabe destacar que Ecuador era el segundo proveedor para Estados Unidos, sacando ventaja de este problema otros países como Brasil y algunos países centroamericanos, tratando estos de suplir y llenar el hueco causado por esta enfermedad, de igual manera por la fuerte caída los precios sufren cambios drásticos entre picos altos y picos bajos, a continuación se muestra un gráfico de lo antes mencionado.

¹¹ (Uquillas, 2008)

Ilustración 5: Variación del precio del Camarón 2001-2006



Fuente: CORPEI

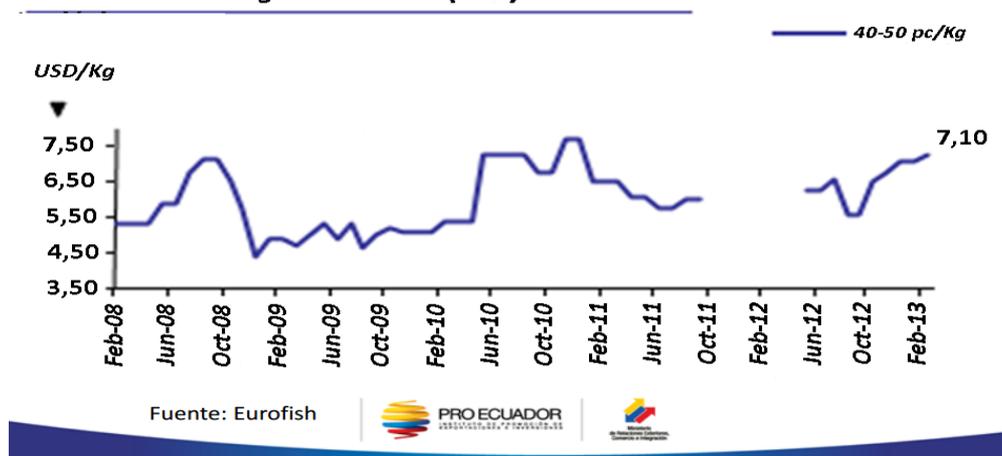
Para tener un poco más clara la grafica sobre la situación económica que atravesó el Ecuador por la plaga que afecto al sector camaronero, a finales del año 2000, principios del 2001 el precio de la libra del camarón estaba entre USD\$3.2 a USD\$3.5, el mismo que empezó a decaer en el lapso de un año, como se puede observar en enero del siguiente año la libra de camarón llego a costar USD\$2.2 aproximadamente, valores que afectaron mucho a los productores dedicados a este sector. La situación que genero la Mancha Blanca era de muchas variaciones de centavos que no le daba la suficiente confianza a la producción del camarón, una pequeña estabilidad se empezó a sentir a principios del 2004, pero esto no fue suficiente, ya que la fijeza era en precios muy bajos, por lo cual muy pocos productores sobrevivieron, otros entraron en perdidas y la mayoría prefirió liquidar la compañía.

Este ambiente tomo aproximadamente un año y medio, para que empiece una ligera recuperación en los precios por libra, dándole la oportunidad nuevamente de invertir en el sector camaronero a partir de enero del 2006, y así ha venido desarrollándose y creciendo el sector de producción de camarón en el Ecuador.

Ecuador a la presente fecha se muestra en su sector camaronero recuperado y en proceso de fortalecimiento, logrando nuevamente precios al 2013 de USD\$3.5 c/libra promedio gramaje por camarón de 18-20gr (ilustración 6), así mismo en su capacidad de producción y calidad, se ha vuelto un sector muy eficiente en su promedio, existiendo en el mercado empresas dedicadas a la producción de camarón y a su vez las exportadoras, algunas calificadas como las más grandes del continente americano, empresas que hoy en día su cuota patrimonial se ha fortalecido dándole estabilidad económica al sector camaronero; incluso han tenido un crecimiento aritmético, resultando empresas que hoy en día cotizan acciones y obligaciones en el mercado de valores Ecuatoriano.

Ilustración 6: Variación del Precio del Camarón 2008-2013

Camarón Blanco- Penaeus vannamei
Entero: origen: Ecuador (Fob)



Fuente: Eurofish y ProEcuador.¹²

Si bien es cierto el producto que presenta este proyecto no es la venta de camarón como materia prima, sino un producto al que se le suma un valor agregado, una característica innovadora, que consiga llamar la atención del consumidor, que cubra una necesidad de consumo o que cree la misma, comercializando camarón pelado y desvenado, listo para su cocción; no se registra información histórica sobre uno igual al producto en mención, ya que es una idea nueva con un valor extra, lo mismo que a su vez se puede

¹² (ProEcuador, 2013)

considerar un "océano azul", donde hay un mercado por desarrollar, y más que nada una necesidad que crear o que cubrir en el consumidor, pero para tener un referente que seguir, se analizó el sector macroeconómico del camarón como tal.

2.1.3. Mercado Objetivo, Chile.

El mercado objetivo es el mercado Chileno, si bien es de conocimiento mundial que Chile es una país que dejó de estar en vías de desarrollo para considerarse hoy un país desarrollado, tiene un índice de nivel de vida bastante alto, es decir está posicionado en el índice de desarrollo humano en el top 50 de países con mayor calidad de vida humana, de igual manera su nivel de ingresos es bastante alto.

Para el año 2009 el país entra en un estancamiento de su economía debido al crash inmobiliario que sufre Estados Unidos, cayendo las actividades como pesca (-12%), Industria y Construcción en menor porcentaje, y así algunas actividades que se desarrollan a lo largo de la economía Chilena.

Los sectores más destacados de la economía Chilena se encuentran los siguientes:

1. La agricultura de la cual se producen bienes de consumo masivo, como frutas, la pesca del salmón, anchoa y jurel, animales del sector acuícola.
2. El sector industrial y oferta de servicios, ha crecido en los últimos 2 años, recuperándose de la caída que sufrió en el año 2009, entre los cuales se destacan el sector minero la industria manufacturera, la cual representa aproximadamente un 16% del PIB, se encuentra también el sector eléctrico, gas y agua, el sector inmobiliario, la construcción que tiene una participación de un 8% aproximadamente del PIB, sin dejar de destacar el sector de turismo, como hoteles,

restaurantes, además de su amplio comercio exterior, que mantiene tratados de libre comercio, y acuerdos de cooperación internacional con muchos países.

Por tanto el resultado del crecimiento del PIB del 2013 del mercado Chileno se encuentra alrededor del 4.1%.

Chile tiene muchos socios comerciales, con los cuales ha fortalecido sus relaciones comerciales, cabe destacar que el primer socio comercial es Estados Unidos, las importaciones desde su primer socio comercial representan aproximadamente el 20% sobre el total, después de Estados Unidos, siguen los socios comerciales del continente asiático, entre los más importantes se destaca China.

Como se mencionó en párrafos anteriores, Chile sufrió una leve recesión en el año 2009, por ejemplo en el año de la crisis las importaciones de bienes de capital bajaron hasta llegar a un total de \$6.917 millones, monto que en porcentaje representa casi el 26% menos que en el año 2008, pero en la actualidad Chile se ha recuperado notablemente, no ha tenido un crecimiento disparado, pero han mejorado sus indicadores económicos, posicionando a la presente fecha a Chile como un país desarrollado, con un índice de pobreza aproximado del 12%.

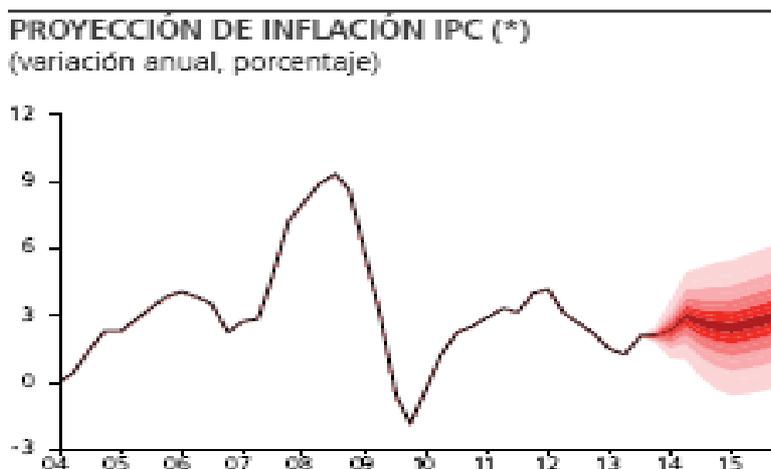
Chile tiene una tasa de inflación relativamente baja en comparación con el resto de países, a enero del 2012 se posicionó en menos de 1,5, mientras que cerró el 2013 con una subida del 3% por encima de la expectativa del Banco Central que esperaba un 2,6%, a continuación se muestra ilustraciones 6 y 7 para su mejor entendimiento.

Ilustración 7: Tasas de Inflación de Chile 2013 por rubro.

IPC Chile Diciembre 2013			
	Interanual	Acum. desde Enero	Variación mensual
IPC General [+]	3,0%	3,0%	0,6%
Alimentos y bebidas no alcohólicas [+]	4,9%	4,9%	-0,8%
Bebidas alcohólicas y tabaco [+]	9,3%	9,3%	0,2%
Vestido y calzado [+]	-7,0%	-7,0%	-0,5%
Vivienda [+]	5,1%	5,1%	1,5%
Menaje [+]	0,8%	0,8%	0,1%
Medicina [+]	3,8%	3,8%	-0,2%
Transporte [+]	2,2%	2,2%	2,2%
Comunicaciones [+]	-0,1%	-0,1%	-0,1%
Ocio y Cultura [+]	-0,4%	-0,4%	0,8%
Enseñanza [+]	5,3%	5,3%	0,9%
Hoteles, cafés y restaurantes [+]	7,3%	7,3%	0,9%
Otros bienes y servicios [+]	-1,6%	-1,6%	0,2%

Fuente: Banco Central de Chile.¹³

Ilustración 8: Variación de Inflación Chile 2004 – 2013 más expectativas 2014 y 2015



Fuente: Banco Central de Chile.¹⁴

La Balanza de Pagos desde hace aproximadamente 10 años registra un superávit, el mismo que para finales del año 2009 la cuenta corriente de la balanza de pagos registro un déficit de USD 4.217 millones, aproximadamente el 3% del PIB, lo mismo que se registra como mejora en comparación con el 2008.

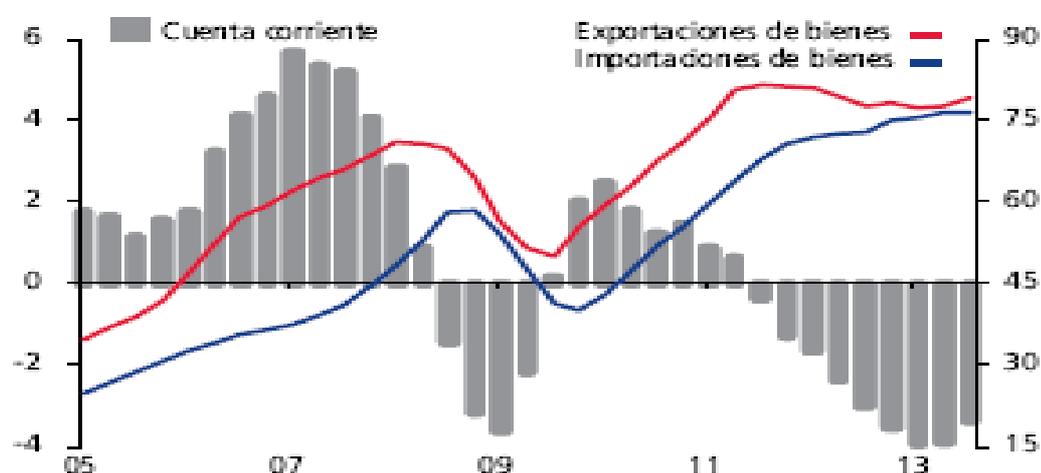
¹³ (BancoCentral, 2013)

¹⁴ (BancoCentral, 2013)

Analizando la situación actual, 2013 acumulo al tercer trimestre un déficit de USD 3.440 millones, equivalente a 3.4% del PIB, saldo mayor que el de igual periodo en el 2012; este cambio se debió al incremento en las exportaciones (USD 1.376 millones), mientras que en las importaciones hubo una leve reducción (USD 51 millones). A continuación representación gráfica.

Ilustración 9: Cuenta Corriente y Balanza Comercial

Cuenta corriente y balanza comercial (*)
(porcentaje del PIB; miles de millones de dólares)



(*) Acumulado en un año móvil.

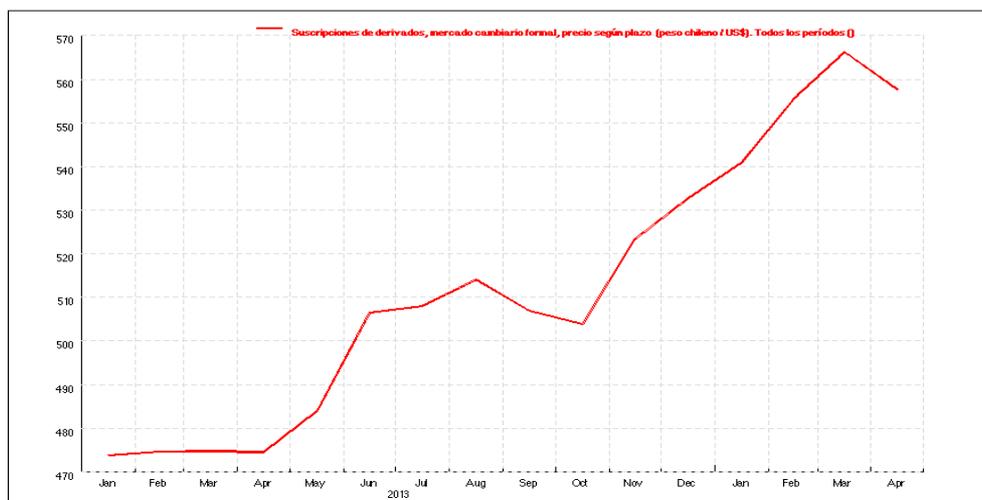
Fuente: Banco Central de Chile¹⁵

Es de vital importancia que Chile tiene moneda propia, por ende tiene política monetaria, lo cual significa que puede emitir billetes y monedas del Peso Chileno, que es la moneda de nuestro mercado objetivo, la misma inicio un proceso de devaluación a partir del 2013, depreciación que coloca hasta febrero del 2014, 554,15 pesos por US\$ 1 dólar, situación económica que genera efectos positivos tanto para la exportación local, como para la iniciativa a la inversión extranjera, favoreciendo la exportación del producto presentado en el proyecto¹⁶. ver Ilustración 10.

¹⁵ (BancoCentral, 2013)

¹⁶ (Roa, 2014)

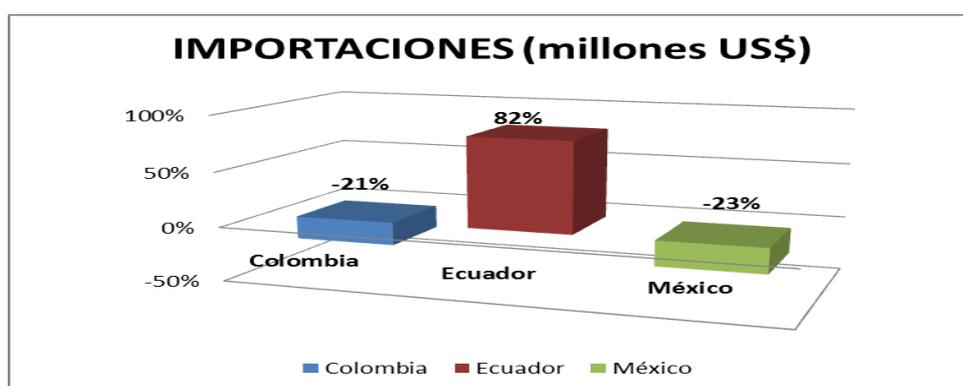
Ilustración 10: Tipo de Cambio peso chileno vs dólar. Suscripciones de derivados, mercado cambiario formal, precio según plazo (peso chileno / US\$). Todos los períodos



Fuente: Banco Central de Chile¹⁷

Para un análisis más estratégico sobre el panorama económico que presenta el mercado objetivo, se realizó comparaciones entre los países Americanos exportadores de camarón a Chile, entre estos, Colombia, México y Ecuador, como se muestra en la Ilustración 11, Ecuador es el mercado que más exporta a Chile teniendo un crecimiento hasta abril/2014 del 82% en un año, situación que no sucede con Colombia y México, ya que presentan decrecimiento.

Ilustración 11: Importaciones de Chile con México, Colombia y Ecuador



Elaboración: Autores (Karina Gómez y Daniel Salcedo)¹⁸

¹⁷ (Chile A. , 2014)

¹⁸ (Chile A. , 2014)

Con respecto a las importaciones de camarones preparados o preservados, que corresponde a la partida 16.05.20 y en la cual se desenvuelve la idea de negocios, Chile ha importado del mundo USD15.09 millones de dólares aproximadamente, de los cuales Ecuador mantiene una fracción del 8.5% que representa USD1.28 millones de dólares aproximadamente, dato el cual se muestra en la Ilustración 12.

Ilustración 12: Importaciones de Chile de Camarones Preparados o Preservados

HS8	Product Code	Product Label	Chile's imports from Ecuador			
			Value in 2012, USD thousand	Annual growth in value between 2008-2012, % p.a.	Share in Chile's imports, %	Equivalent ad valorem tariff applied by Chile to Ecuador
☐	160520	Shrimps and prawns, prepared or preserved	1,275	13	8.5	0
HS8	Product Code	Product Label	Ecuador's exports to world			
			Value in 2012, USD thousand	Annual growth in value between 2008-2012, % p.a.	Share in world exports, %	
☐	160520	Shrimps and prawns, prepared or preserved	11,322	16	0.2	
HS8	Product Code	Product Label	Chile's imports from world			
			Value in 2012, USD thousand	Annual growth in value between 2008-2012, % p.a.	Share in world imports, %	Indicative potential trade, USD thousand
☐	160520	Shrimps and prawns, prepared or preserved	15,081	103	0.4	10,047

Elaboración: Autores (Karina Gómez y Daniel Salcedo)¹⁹

2.1.4. Clasificación del producto

El producto es Camarón Congelado Pelado, Desvenado, Aliñado, con Apanadura Listo para su Cocción, de consumo humano, el mismo que tiene que cumplir con las exigencias técnicas y sanitarias del mercado objetivo.

Se ha contemplado todas las exigencias técnicas que han sido determinadas por las autoridades Chilenas para la importación de productos, en el Reglamento Sanitario de los Alimentos establece las condiciones a que debe ceñirse la producción, elaboración, envase, almacenamiento, distribución, venta e importación de alimentos (Decreto N°977 Ministerio de Salud D.O 13.05.97). Corresponde a los Servicios de Salud ejecutar el control sanitario de los alimentos de cualquier tipo, sustancias tóxicas y peligrosas para la

¹⁹ (TRADEMAP, 2012).

salud, productos farmacéuticos, alimentos de uso médico, cosmético, estupefacientes y sustancias sicotrópicas (Of. Circ. N°604, D.N.A., 15.10.82), así como por ejemplo que los empaques deben mostrar sus ingredientes, peso neto, calidad, pureza, tiene que tener la información en el idioma oficial de Chile (español), fechas de fabricación y vencimiento, el distribuidor en caso de ser Chileno o extranjero, es muy importante señalar que todos los tamaños y pesos de los contenidos netos se deben especificar como lo especifica el sistema métrico chileno.

Según la clasificación internacional de productos, se encuentra en la Clase 029, en la partida arancelaria 1605.2912 la misma que corresponde a un producto preparado listo para el consumo humano.

El Servicio Nacional de Aduanas requiere algunos tipos de documentos para que Chile realice la importación del producto de la tesina, los cuales son:

- Documento de transporte original que acredite al importador como consignatario de la mercancía, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 98 de la Ordenanza de Aduanas.
- Mandato constituido de conformidad con lo dispuesto en el artículo 97 de la Ordenanza de Aduanas.
- Factura comercial original o en alguno de los ejemplares que se emitió simultáneamente con la original.
- Nota de gastos cuando no estén incluidos en la factura comercial (solo si procede).
- Lista de empaque (packing list), cuando proceda, correspondiente siempre a mercancía acondicionada en contenedores.
- Certificado de seguro original, copia o fotocopia, cuando su valor no se encuentre consignado en forma separada en la factura comercial.
- Certificado de Origen, presentando conforme a las formalidades dispuestas por el respectivo acuerdo comercial.
- Declaración jurada del valor y sus elementos, tratándose de declaraciones cuyo monto exceda de \$5.000,00 FOB.

- Papeleta de recepción en original, copia o fotocopia legalizada por el despachador.
- Contar con el Visto Bueno del Servicio de Salud por la naturaleza de la mercancía, el cual se materializa en un Certificado de Destinación Aduanera. (forma de obtención en Anexo)

Por regla general, las importaciones están afectas al pago del derecho ad valorem (6%) sobre su valor CIF (costo de la mercancía + prima del seguro + valor del flete de traslado) y pago del IVA (19%) sobre su valor CIF más el derecho ad valorem.

Cabe recalcar que Chile actualmente tiene 23 acuerdos comerciales suscritos con más de 60 países, dentro de ellos Ecuador, por tanto, como los camarones preparados son originarios de dicho país y se acompaña un certificado de origen estos estarán exentos del pago de los derechos de aduana, debiendo cancelar sólo el Impuesto al Valor Agregado.

2.1.5. Concentración de la Industria.

Chile es un país atractivo a muchos exportadores y dueños de negocios que ven en este país un mercado interesante por desarrollar, bien sea por sus indicadores económicos, seguridad jurídica, y su infraestructura vial que es catalogada como una de las mejores del mundo, debido a todo lo anteriormente mencionado, Chile es tan atractivo a pesar de no ser un mercado inmensamente numeroso como países del continente asiático, se convierte en un foco que los inversionistas y exportadores le pongan atención.

Ahora analizando la concentración de la industria, primero se debe destacar que Chile no tiene su mercado saturado con productos del extranjero, no existe una saturación en sector de comercialización de camarón del

extranjero, este análisis es muy general sobre el consumo del camarón no producido en Chile.

Al hablar de un producto con un valor agregado, se pasa a ser un producto industrializado, lo cual, entra en un rubro completamente distinto, al de exportar solamente por peso y tamaño los camarones al granel.

Por lo tanto se puede decir que no existe una industria camaronera muy desarrollada en Chile, menos de un producto con características específicas, con un proceso industrial que le permite al consumidor degustar del buen sabor del camarón ecuatoriano, junto con una receta muy consumida en la mayor parte del mundo. Se lo podría clasificar entre las comidas rápidas, pero con un alto valor nutritivo. Este nicho aún no está explotado en el mercado chileno.

Se ha desarrollado un análisis, con la matriz de la concentración de la industria, para tener una idea más clara y global del mercado chileno y su relación con el camarón ecuatoriano.

Tabla 3: Análisis de Concentración de la Industria

CONCENTRACION DE LA INDUSTRIA				
FACTORES	FRAGMENTAD A	CONCENTRAB I E	CONCENTRAD A	JUSTIFICACION
BARRERAS DE ENTRADA	X			EXISTEN POCAS BARRERAS QUE PUEDAN BLOQUEAR LA ENTRADA DEL NUEVO PRODUCTO AL MERCADO CHILENO, DEBIDO A QUE ES UN PROYECTO INNOVADOR, CON VALOR AGREGADO DIFERENTE.
ECONOMIA EN ESCALA		X		NO EXISTE COMPETIDORES CON ECONOMIA DE ESCALA, SIN EMBARGO TIENE ALGUNOS AMPLIOS PROVEEDORES, CON CONTRATOS A LARGO PLAZO.
CURVA DE EXPERIENCIA	X			ECUADOR ES UN PAIS CAMARONERO POR SER UNO DE LOS PRODUCTOS POR LO QUE ES CONOCI, ES FACIL CONSEGUIR PERSONAL EN EL CULTIVO TRADICIONAL DEL CAMARON.
COSTO DE TRANSPORTE			X	LAS GRANDES EMPRESAS OBTIENEN BUENOS DESCUENTOS POR TRANSPORTE MARITIMO
DIFERENCIACION DE PRODUCTO		X		ES UNO DE LOS PIONEROS EN EL DESARROLLO DE ESTE PRODUCTO CON UN VALOR AGREGADO DIFERENTE

VENTAJA EN COMPRAS			X	LOS GRANDES EXPORTADORES, RECIBEN DESCUENTOS POR VOLUMENES DE COMPRAS EN MATERIA PRIMA Y CAMARONES.
NECESIDADES DEL MERCADO		X		EXISTEN VARIAS EMPRESAS QUE SON EXPORTADORAS DE CAMARON, SIN EMBARGO EL VALOR AGREGADO DIFERENCIA Y TRANSFORMA UN PRODUCTO EN INDUSTRIALIZADO.
TIPO DE ADMINISTRACION	X			AMPLIA VARIEDAD DE PROFESIONALES EN EL AREA DE ACUICULTURA.
REGULACION DEL GOBIERNO			X	GOBIERNO PROMUEVE LA EXPORTACION DE PRODUCTOS ECUATORIANOS, FIJA PRECIOS ESTANDARES PARA CIERTOS PRODUCTO ASI COMO TAMBIEN ARANCELES E IMPUESTOS SOBRE PRODUCTOS ACUICOLAS Y AGRICOLAS.
NUMERO DE PARTICIPANTES	X			NUMERO DE PARTICIPANTES ESTA EN CRECIMIENTO.

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

2.1.6. Madurez de la industria.

Del análisis anteriormente expuesto se determina que no existe una madurez completa en la industria en la que vamos a incursionar, ya que podemos saber que aún el camarón industrializado, como se lo piensa ofrecer, no está explotado, o no ha gozado de popularidad en el mercado chileno. Por lo cual es difícil hablar de una madurez de la industria.

Sin embargo, Se ha realizado una matriz de la madurez de la industria, con diferentes variables, para poder tener una idea más clara del mercado.

Tabla 4: Matriz de la Madurez de la Industria

ETAPAS DE MADUREZ				
FACTORES	EMBRIONICA	CRECIMIENTO	MADUREZ	JUSTIFICACION
DEMANDA	X			ALTA DEMANDA DE CAMARON AL GRANEL EN CHILE, PERO CON UNA DEMANDA BAJA EN EL CAMARON INDUSTRIALIZADO, YA QUE LOS COMPETIDORES AUN NO LOGRAN POSICIONAMIENTO REPRESENTATIVO.
VOLUMEN DE PRODUCCION			X	EL CAMARON EN ECUADOR ESTA EN UNA ETAPA DE MADUREZ, PESCAN APROXIMADAMENTE 400 MILLONES DE LIBRAS, CON UN TOTAL DE CASI 3000 FINCAS EN ECUADOR CON RENDIMIENTO DE 2400 LIBRAS POR HECTAREA.
LEALTAD DE CLIENTES		X		ES RELATIVAMENTE BAJA, YA QUE ES UN NUEVO PRODUCTO, EL CUAL ESTA EN EVOLUCION.

PRECIOS			X	VARIACION BAJA EN LOS ULTIMOS TRES AÑOS, SOLO CON AJUSTES POR INFLACION, LA CUAL ALCANZA UNA MADUREZ EXCEPCIONAL EN LA FIJACION DE PRECIOS.
PARTICIPANTES		X		MUCHOS EXPORTADORES CAMARONEROS, PERO ESCASAS EMPACADORAS QUE DESARROLLEN CAMARON CON VALOR AGREGADO QUE DE A POCO EN EL MERCADO LOCAL ADQUIEREN DEMANDA COMO PRONCA CON LA MARCA MR. COOK.
PENETRACION EN EL MERCADO	X			NO HAY INFORMACION DISPONIBLE, DEBIDO A QUE AUN NO SE INTRODUCE EL PRODUCTO EN EL MERCADO CHILENO
TECNOLOGIA		X		PROCESO DE INDUSTRIALIZACION DE ALIMENTOS EN CONSTANTE CRECIMIENTO EN HERRAMIENTAS, METODOS Y TECNOLOGIA DISPONIBLE.
RIESGO		X		RIESGO MEDIO O EN CRECIMIENTO, YA QUE EN ECUADOR POR PRODUCIR BASTANTE CAMARON, PUEDEN ENTRAR VARIOS COMPETIDORES CON EL MISMO TIPO DE PRODUCTO.

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)²⁰

2.1.7. Atractividad de La Industria.

Chile es un mercado muy atractivo a la industria camaronera, más aun cuando Ecuador participa como proveedor de camarón como tal, sin ningún valor agregado. En las grandes y medianas cadenas de supermercados chilenos se comercializa mucho el camarón congelado, en varias presentaciones, las cuales varían solamente en el peso de la caja de camarón congelado.

Para entrar a un análisis más profundo, se logró identificar que en el año 2013, el *desarrollo de negocios nuevos* en el mercado chileno según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), se encuentra en los primeros lugares con un 23.6% de los modelos éxitos, garantizando un desarrollo del país.²¹

Un crecimiento mayor frente a los que se dio en países de América del Sur, con excepción de Brasil, como anteriormente mencionado es obvio que el mercado chileno es atractivo a cualquier tipo de industria que se base en

²⁰ Salcedo, D. y Gómez K, 2014, Criterios Obtenidos durante el desarrollo de la tesis.

²¹ (Zapata, 2013)

productos alimenticios, más aun cuando llegan al territorio chileno sumado con un valor agregado.

Cabe destacar que Ecuador es el primer proveedor de cajas de camarón congelado para el mercado chileno, con este dato podemos inducir que si llevamos un producto innovador y mejorado, tendrá una aceptación casi de un éxito total, siempre y cuando se manejen las variables y las condiciones que ayuden a lograr lo planificado.

2.2.- Mercado Histórico

2.2.1. Tipo de Mercado

El mercado final es sin lugar a duda el consumidor final del producto, pero no se llegará directo a ellos, si no que se usará como medio de distribución y comercialización las cadenas grandes, medianas y pequeñas de supermercados que existen en el mercado objetivo.

Para esto se ha consultado a la Asociación Gremial de Supermercados de Chile, (ASACH), la misma que fue fundada en el año 1975, y donde están registrada toda persona jurídica, que se dedica el ejercicio del comercio a través de cadenas y establecimientos conocidos como Supermercados, en esta se registran los datos de las personas que se deben poner en contacto para la comercialización del producto, y poder llegar al consumidor final.²²

En la página Web de la asociación antes mencionada, indica niveles y volúmenes de ventas, líneas de mayores salidas e incluso productos que se comercializan en menor medida que otros, lo que no ayuda a saber la posible aceptación de nuestro producto.²³

²² (Chile A. G., 2012)

²³ (Chile A. G., 2012)

El tipo de mercado es el consumo humano, se señala esto para dejar claro que no es un producto final ni intermedio para industrialización de ningún tipo, en Chile no se registra en el año 2013 ni en lo que transcurre del presente año una medida de control de precios, por lo que el tipo de mercado también se puede citar que es de libre mercado, donde la demanda y oferta establecen el precio de los productos que se comercializan en el mercado.

2.2.2. Demanda histórica

La demanda histórica de nuestro producto no se ha registrado de ninguna manera, ya que es un producto nuevo que se quiere lanzar por primera vez en el mercado en mención.

Cabe destacar que si se registra una demanda histórica del consumo de camarón como tal en los últimos cinco años, según la revista internacional de América Economía, en su editorial publicado el 28 de febrero del año 2012 cita en su titular lo siguiente: “Chilenos consumieron casi siete mil toneladas de camarón ecuatoriano en los últimos 5 años”, de igual manera se cita que se consumieron 1.850 toneladas en el año 2011, y se ha mantenido un crecimiento promedio del 8% en relación a años anteriores.

Es importante señalar que el sostenido crecimiento del consumo de camarón ecuatoriano en Chile en los últimos cinco años ha hecho que las ventas de este producto han alcanzado un crecimiento acumulado de 43%, gracias al boom gastronómico que ha experimentado el país, pero especialmente, debido al aumento de la oferta en términos de variedad y calidad, y a la mantención de su precio que ha rondado los \$6.000 pesos chilenos (US\$12,4) por kilo de calibre 36-40, que es el más consumido en el país.²⁴

²⁴ (Américaeconomía.com, 2011)

Sabiendo que en el país chileno se ha despertado una tendencia de crecimiento en el mercado gastronómico, se considera este un puntal y una variable clave para la aceptación de nuestro producto, ya que como se ha mencionado en párrafos precedentes, este se enmarca en el mercado gastronómico, o en alimenticio de consumo humano.

2.3.- Mercado del proyecto

A lo largo del capítulo dos del presente proyecto se ha analizado el mercado objetivo, que de manera generalizada es el mercado Chileno, pero dentro del punto de la segmentación se señaló que este producto está dirigido a importadores de camarón, en su mayoría se busca lograr una distribución e introducción a través de las cadenas de supermercados medianas y grandes.

Se proyecta empezar por la ciudad de Santiago de Chile, la misma que es su capital política, teniendo la oportunidad de llegar aproximadamente a 6.1 millones de habitantes, de los cuales se pronostica un abastecimiento al 50% de los habitantes.

2.3.1. Submercados

Proveedores

Una base de proveedores de materias primas es indispensable para un excelente desempeño en mercados internacionales, y exigentes como el mercado chileno. Para lo cual, se han estudiado varios proveedores que serán detallados.

El criterio para la selección de proveedores, además de la capacidad de abastecimiento, distribución y calidad del producto o servicio ofrecido, se tomó en cuenta a PyMes, con la finalidad de conseguir un trato más

personalizado y dirigido a la construcción de fuertes lazos comerciales que permitan tanto a ellos como a nosotros desarrollarnos en la industria.

Los camarones serán distribuidos por un productor, familiar de uno de los accionistas. En vista de la estrecha relación, se considera que se enfocarán en ofrecer un mejor producto, de acuerdo a las especificaciones requeridas por el cliente final en el exterior. El productor mencionado tendrá la suficiente capacidad para abastecer los pedidos anuales y cumplir con las órdenes corrientes proyectadas.

GOMARSA S.A.

Dirección: Cdla. Los Esteros Mz 20A V.38

Telf: 2491588 - 2436371

También para enfrentar cualquier contingente o sobredemanda, se han analizado proveedores externos, y se ha elegido uno que cumplirá con todas las exigencias que se necesita para la producción de CAMAROLISTO.

CEMARSA S.A.

Dirección: Av. Francisco de Orellana y Miguel H. Alcívar, Guayaquil, Ecuador.

Telf.: (04) 2682884

Para la preparación del camarón como será comercializado en el exterior se utilizarán insumos de Industrias ILE, es decir, tanto aliño, como la apanadura será proveído por estos.

INDUSTRIAS ILE

Dirección: Barrio Consacola Km1 Vía a Cuenca, Loja, Ecuador.

Telf. :(07) 2540840

- Para el empaque de los camarones ya preparados, se utilizarán fundas plásticas y cartones de exportación. Que serán proveídos con el logo de la empresa e información nutricional (imágenes en anexos), y demás marcados

que nos exijan los importadores chilenos, como información de registros sanitario del país en donde será comercializado.

PLASTIFUN S.A.

Dirección: Calle 3era entre callejón 7mo y Av. 38D, Km. 5.5 Vía a Daule, Guayaquil, Ecuador.

Telf.: (04) 2003412

INDUSTRIA CARTONERA ECUATORIANA S.A.

Dirección: Calle Diagonal #58, Sur Este – Intersección con Av. Cacique Tomalá, Guayaquil, Ecuador.

Telf.: (04) 2576885

Competidores

Los competidores en el mercado chileno son diversos y variados, contando muchos que generan una competencia indirecta.

Existe una gran cantidad de productos sustitutos, y que están regidos fielmente a las condiciones de oferta y demanda del mercado local. Es decir que el precio y la relación costo-beneficio juega un papel importante en la adquisición de estos productos.

Por lo tanto se ha definido a los competidores directos como:

Don Camarón²⁵: Basado en la ciudad de Santiago, con más de 20 años en el mercado chileno, actualmente es uno de los mayores competidores, e importa su producto desde Ecuador, siendo representantes de SONGA (Productores y exportadores camaroneros de Galápagos), con más de 73 años de labores. Su ventaja competitiva es la oferta de camarones solo de calidad Premium.

²⁵ (DonCamaron, 2012)

Teléfono: 56 - 2 - 5519105

Fax: 56 - 2 - 5519371

Dirección: Nataniel Cox 2015 - Santiago (Metro Franklin)

Correo: ventas@doncamaron.cl

Camarones Ecuatorianos De Océano Ltda.: Empresa basada en la ciudad de Santiago, importadores de camarones ecuatorianos desde 1998, de la variedad de *Panaeus Vannamei* y proveyendo principalmente su producto a hoteles y restaurantes importantes de Chile. Mantiene altos estándares de calidad.

Dirección: Fresia 1240 Peñalolen, Santiago de Chile.

Fono/Fax.: 56 - 2 - 3584976

E-mail: camaronesoceano@vtr.net

Empagran S.A.: Es una empresa ecuatoriana, con una filial establecida en la ciudad de Santiago, que distribuye la marca "Sancamaron", siendo una de las marcas con mejor reconocimiento y consumo en el mercado chileno. Esta empresa tiene el mayor número de importaciones de camarón ecuatoriano según el registro de la aduana chilena en los últimos 3 años.²⁶

Su ventaja competitiva es que la empresa distribuidora filial en Chile, obtiene productos desde un mismo grupo de empresas en Ecuador, por lo que existe un mayor control de procesos de entrega y calidad, es decir, se lleva un mejor cuidado del producto hasta los supermercados chilenos.

Filial en Chile

Dirección: Alonso de Berríos 5979, Peñalolén, Santiago

Fono: 56 - 2 - 2389750

Email: jcmarin@empagran.cl

²⁶ (EmpagranS.A., 2013)

Matriz en Ecuador

Producción: Km. 15 1/2 vía a la Costa

Telf.: (593 4) 229 2010

Oficinas: Ciudadela Kennedy Norte, José Alavedra Tama #300 y Juan Rolando Coello, Guayaquil, Ecuador.

Telf.: (593 4) 229 6150

Email:jose_juez@empagran.com

Guayaquil - Ecuador

Canales de Distribución

Para la distribución del camarón se usarán dos presentaciones, fundas de plástico empacadas al vacío de 300 gr. y de 600 gr., con los camarones apanados, y empacados dentro de cajas de cartón, con aproximadamente 20 fundas de 300 gr. o 10 fundas de 600 gr. en su interior.

Se utilizará el transporte marítimo para el desplazamiento hacia el mercado meta. Se cargarán en contenedores de 20'' o 40'' refrigerados, con un tránsito máximo de 8 días, siendo el ideal 6 días.

Dentro del canal de distribución existirán varios participantes, entre ellos, el productor de camarones, el fabricante del camarón apanado (la empresa que se detalla en este proyecto), un agente intermediario, un importador/supermercado y luego el cliente final. Salta 4 eslabones en la cadena de distribución hasta el cliente final.

Ilustración 13: Proceso Productivo



Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gomez)

Consumidores (Mercado meta)

Se ha definido como consumidores de CAMAROLISTO al mercado chileno específicamente, a la Capital, la ciudad de Santiago de Chile, principalmente a aquellas familias que no tienen tiempo suficiente, por motivos laborales, estudiantiles, o cualquier otra ocupación, para cocinar o preparar alimentos que tomen mucho tiempo. Por lo tanto, el consumidor serían las familias.

2.3.2. Estrategia Comercial

Características del producto

En varias partes del presente proyecto se ha citado la idea general del tipo de camarón que se estima comercializar, el mismo que es un producto renovado e innovador que cuenta con un valor agregado, desarrollando mayor variedad en la alimentación de los hogares.

Las características de nuestro producto es un camarón sin cabeza, pelado, desvenado, aliñado y apanado, listo para su cocción. Para tener una referencia de productos similares, se comercializa los filetes de pescado congelados bajo la marca de Mr. Cook, del grupo económico nacional

PRONACA. Nuestro producto se comercializara en la condición de congelados empacados al vacío y exportados en contenedores refrigerados, para preservar la calidad y sabor de los mismos, hasta que llegue al plato del consumidor final.

En vista de los procesos por los que tiene que pasar el producto para ser comercializado, se lo ha clasificado en la categoría de productos industrializados.

Descripción del producto

Especificando las características de manera más puntualizada de nuestro producto se cita lo siguiente:

- Camarón de 18-20 y 20-22 gramos, los mismo que se registran como los más consumidos en el país chileno.
- Procesado sin cabeza, sin cola y sin vena.
- Aliñado con sustancias naturales que mantengan a su vez la preservación del producto.
- Envasado en fundas plásticas herméticas, sellada al vacío para prevención de cualquier tipo de olor, infección o plaga.
- Etiquetado en el idioma oficial de Chile, el mismo que es el español, en el cual se señala el precio sugerido en moneda del país de destino, su valor nutricional, y todas las especificaciones técnicas que señale la ley del consumidor del país objetivo.
- La condición de comercialización es un producto congelado.

Ciclo de vida

Existen diferentes etapas en el ciclo de un producto o de comercialización del mismo, al ser pioneros en un producto nuevo, con una diferenciación

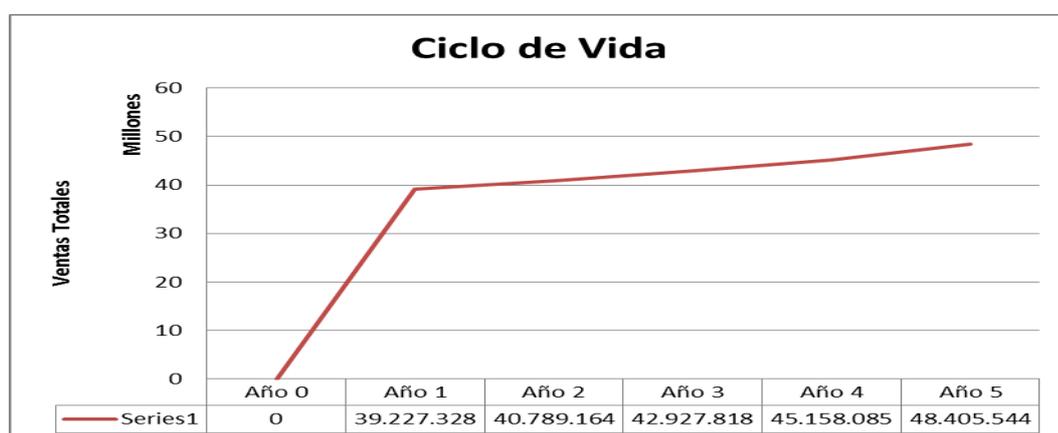
marcada, se considera que se encuentra en la etapa de Introducción del producto en el mercado chileno.

De las investigaciones desarrolladas para el análisis del presente proyecto, se maneja muy bien las variables de cada etapa dentro del ciclo de vida, para mantener los niveles de ventas en cada etapa en picos altos.

En la etapa de introducción o también conocida como etapa de presentación, es exactamente lo que se plantea hacer, introducir el producto descrito en el acápite anterior en el mercado chileno, contextos claros y presentes que en esta etapa el nivel de ventas no es alto, ya que recién se estaría generando la aceptación del producto, y a la vez la disponibilidad del producto puede ser en ciertos casos limitada, ya que no se conoce la demanda real a la se enfrenta Gocasalpro S.A.

En la etapa de introducción se debe manejar una campaña publicitaria informativa, sobre que es el producto, de donde viene, sus bondades y sobre todo mostrar la diferenciación del resto de posible productos sustitutos que puedan existir en el mercado, de igual manera en esta etapa se manejan promociones altas que van de la mano de la campaña publicitaria.

Ilustración 14: Ciclo de Vida del Producto



Elaboración: Autor (Daniel Salcedo)

Marca y Logo

Se ha definido la marca como CAMAROLISTO, que representa un nombre fácil de recordar, y define claramente de qué tipo de producto se trata. Es decir, la marca muestra un nombre compuesto que hace alusión a camarones preparados, listos para ser freídos y consumidos.

El logo está compuesto principalmente de una combinación de colores pasteles y vivos en tonalidades celestes, naranjas y rojas, que darían resultados satisfactorios en efectos publicitarios y comerciales, logrando que llamen la atención de los consumidores grandes y pequeños, demostrando frescura y excelente calidad. Además contiene una representación gráfica de un “camarón-chef”, el mismo que en su mano derecha tiene una charola humeante dando alusión a que está listo y su mano izquierda levantando el pulgar demostrando que están excelentes. Ilustración 14.

Ilustración 15: Logotipo CAMAROLISTO



Elaborado por: Autores (Karina Gómez y Daniel Salcedo)

Precio de venta

Para establecer un margen de precios competitivos, se analizó cada uno de los costos operativos, productivos y administrativos y se ha fijado un margen de utilidad de entre 8-15% por funda de camarones de 300 o 600 gr, adicional se utilizara la Función Pronostico para el cálculo del PVP.

Tabla 5: PVP con formula Pronostico

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
AÑOS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
COSTO VARIABLE FUNDAS DE 300 GR	\$ 2.02	\$ 2.06	\$ 2.10	\$ 2.14	\$ 2.18	\$ 2.22	\$ 2.26	\$ 2.30	\$ 2.34	\$ 2.38
COSTO VARIABLE FUNDAS DE 600 GR	\$ 3.95	\$ 4.03	\$ 4.11	\$ 4.19	\$ 4.27	\$ 4.35	\$ 4.43	\$ 4.51	\$ 4.59	\$ 4.67

=REDONDEAR(PRONOSTICO(G1,B3:F3,B1:F1),2)

Elaborado por: Autores (Karina Gómez y Daniel Salcedo)

Este margen de utilidad permitirá solventar todos los costos y gastos, debido a la venta por volumen, se obtendrá atractivos márgenes de ganancia y que será mostrada en la proyección financiera presentada en el capítulo 3 y 4.

Promoción

En vista de que el mercado meta en sí no son los consumidores finales del mercado chileno, sino más bien a los importadores / distribuidores de productos alimenticios en Chile, se ha descartado todo tipo de publicidad.

Con base a la anterior hipótesis, se ha diseñado un plan de promoción basado en el marketing directo, incluyendo planes de e-mailing y telemarketing; complementado con reuniones, visitas a los potenciales clientes, incluyendo entrega de muestras o degustaciones del producto para el cierre de negocios.

Se contemplará la idea de tener agentes vendedores, que vivan en Chile, y con preferencia que sean ciudadanos chilenos, a fin de disminuir los costos de transportes y demás viáticos, relacionados con la estadía en Chile de un representante de Ecuador.

Plaza

El proceso de producción y comercialización será llevado a cabo en el área de la Vía a la Costa, donde se tendrá dividido la zona administrativa, bodegas y la planta de empaque y despacho. Se ha elegido esta zona debido a que presenta una excelente accesibilidad, el costo de las tierras son relativamente bajos, y se encuentra a 30 minutos del puerto marítimo.

La planta de producción contará con toda la capacidad logística para obtener un adecuado abastecimiento, producción y distribución, con terreno de aproximadamente mil metros cuadrados, distribuidos de acuerdo a las necesidades del negocio.

El producto será empacado en bolsas de plástico al vacío y embaladas en cajas de cartón de 20 bolsas de 300 gr. o 10 bolsas de 600 gr.

El producto será exportado en contenedores refrigerados de 40 pies a distribuidores chilenos, que tendrán la tarea y obligación de colocarlo en supermercados, autoservicios y tiendas de barrio. La exhibición del producto tiene que ser llevado a cabo dentro del área de productos preparados y congelados para mantener su calidad.

Para alcanzar un mejor costo para los clientes potenciales, se necesitará utilizar un canal corto de distribución, es decir, se realizarán ventas directas desde la fábrica. Para llevar a cabo esto se contratará un agente vendedor para que realice la labor de ventas en territorio chileno.

2.4.- Proyección de mercado

2.4.1 Objetivos de la Investigación de mercado

- Determinar el tamaño aproximado del mercado disponible en Chile.
- Perfilar a los consumidores de manera objetiva y demostrable.

- Determinar los requerimientos del mercado en cuanto a hábitos de consumo de camarón.
- Identificar a los competidores
- Analizar la percepción de las personas con respecto a este nuevo producto.
- Definir los precios que están dispuestos a pagar los consumidores por este producto.

2.4.2. Metodología a utilizarse

Para el presente proyecto se ha seleccionado un método analítico que consiste en analizar el comportamiento peculiar de los deleites y predilecciones del mercado objetivo, implementando los enfoques cualitativos y cuantitativos, que dará el respectivo soporte estadístico, en el que se buscará cuantificar los gustos, preferencias y percepción de los consumidores con respecto al camarón ecuatoriano, apanado, listo para freírse.

Para el enfoque cualitativo se realizó la entrevista a un experto, que dio el conocimiento y las pautas sobre las tendencias del mercado, adicionalmente mostrando la perspectiva y situación actual del mercado, y las posibles oportunidades del mismo.

La entrevista al experto, es espontanea, es decir, no se siguió un parámetro de preguntas y respuesta, más bien una conversación abierta sobre los temas relacionados con el proyecto de investigación.

En lo que respecta al enfoque cuantitativo, se realizó encuestas personales a nuestro mercado objetivo, enviándole por medio de correo electrónico, para poder obtener una retroalimentación.

Las encuestas fueron diseñadas con preguntas cerradas, concretas y tabulables y se aplicaran a la muestra.

La investigación se ha diseñado con un 95% de confiabilidad y un 5% de margen de error, con una probabilidad 50-50 de suceso y no suceso (p y q), del cual se ha tomado base para el muestreo.

2.4.3. Enfoques de Investigación:

Cualitativa: Entrevista

Se realizó la entrevista a la Eco. Narcisa Lloyd con más de 15 años de experiencia en la industria camaronera en todas las áreas, desde el área de laboratorio hasta la producción, empaque y exportación. Actualmente labora en el grupo camaronero Vieracruz que se dedica a la producción camaronera, es decir la cría de camarones, empresa que tiene 20 años de experiencia en el mercado y una importante producción actualmente.

La entrevistada comenzó indicando el proceso de producción de camarón para tener una idea general de cómo se lleva a cabo el proceso del mismo. Indicó al inicio de que existen varias clases de camarones, y en la empresa donde actualmente labora realiza la cría de camarón de la línea peneidos vannamei, que es un camarón blanco y de excelente sabor para el consumo humano y una de las más consumidas por el mercado mundial. El proceso se lleva a cabo desde la pre-cría, adquiriendo la larva y ubicándolo en estanques pequeños de una media hectárea y llevándolos a laboratorios para poder llevar a cabo análisis de evolución, con la finalidad de que la larva adquiriera mayor capacidad de sobrevivir en las piscinas que tienen dimensiones de entre 3 y 10 hectáreas, reduciendo así la tasa de mortalidad. Posteriormente, se cría el camarón hasta su cosecha, momento en el cual alcanzan un peso ideal de exportación que debe ser superior a los 20 gr. y no sobrepasar los 30 gr., y que son los pesos más tentadores en el mercado mundial, obteniendo así un mejor beneficio.

Posteriormente se consultó sobre los precios del camarón en el mercado mundial, e indicó que estos varían mucho de acuerdo a la oferta y la

demanda, sin embargo, en el año 2013, no se ha presentado muchas variaciones del precio, manteniéndose en USD 2.90 la libra de camarón de peso 20-22gr. y que se considera un buen precio para la venta. Como breve reseña indico que para el año 2012, hubo una excesiva oferta de camarones en el mercado mundial, por lo cual el precio se redujo drásticamente, y que no se presentaron ganancias como se lo tenía proyectado, situación que suele ocurrir muy frecuentemente.

El proceso de producción del camarón toma alrededor de 150 a 170 días como tope, momento en el cual se realiza la cosecha, el camarón alcanza un peso óptimo de alrededor de los 22 gr. También indicó que el camarón tiene un mejor crecimiento en climas cálidos de entre 28 y 32 grados centígrados, por lo cual en temporadas soleadas, muestra una mejor producción de camarón. Se estima que las camaroneras produzcan en promedio entre 2,800 y 3,800 libras de camarón por hectárea de piscina.

Adicionalmente, dio su opinión sobre el camarón ecuatoriano, su comercialización y oportunidades en el mundo, explicando que actualmente cuenta con una posición privilegiada y cada vez con mayor demanda, debido a que los países asiáticos, mayores productores de camarón a nivel mundial, están sufriendo actualmente una disminución de su producción debido a una bacteria que mata al camarón o lo hace inservible para el consumo humano.

Indicó también que el mercado ecuatoriano tiene un canal de distribución bastante completo y de excelente calidad, es decir, existen proveedores que ofrecen productos de calidad como el balanceado o las larvas de excelente genética. Adicionalmente han mejorado la tecnología dentro de las empacadoras, por lo cual la demanda de camarones ha aumentado, debido a una mayor capacidad instalada. Esto ha permitido que todos los participantes de la industria camaronera aumenten su inversión y generar mayor utilidades.

Comento como antecedente histórico el problema que hubo en el Ecuador a finales del siglo XX e inicios del siglo XXI, que perjudicó enormemente a los

productores camaroneros. La Mancha Blanca llevó a la quiebra a casi toda la industria, y solo subsistieron los más fuertes. Indico que aún hasta la actualidad no se ha podido curar esto de la mancha blanca, pero el proceso se ha mejorado, y se han evolucionado los tratamientos, que han permitido frenar el crecimiento de este mal. Los productores ahora han aprendido a vivir con este problema y han despuntado en los últimos años.

En base a su experiencia, cree que el proyecto que se pretende a llevar a cabo, como los camarones aliñados y apanados listos para freír y consumir, tendrá mucho éxito a corto plazo, debido a que la mayoría de mercados desarrollados, en donde la fuerza laboral tiene una carga de hasta 18 horas al día, existe muy poco tiempo para preparar alimentos, por lo cual, se accede a comidas rápidas en preparación y consumo. Incluso comento que ya se ha experimentado en otros tipos de productos y han obtenido mucho éxito como los filetes de pescados apanados, incluso ensaladas frías o muchos otros productos.

Considera que la idea sería bastante exitosa, porque los valores agregados tienen mucha cabida dentro de los mercados internacionales.

Además implica un avance dentro del mercado ecuatoriano, para entrar en una industria especializada de productos alimenticios. Sugiere que habría que patentar la idea y crear una marca que sea avalada con certificaciones internacionales de calidad, con la finalidad de obtener un mayor beneficio y confianza mundial.

Finalizando la entrevista, nos extendió su apoyo o ayuda para cualquier fase del proceso de planificación, ejecución o control del proyecto planteado, incluyendo asesoría para la adquisición de equipos, que de acuerdo a su experiencia es la base elemental de la capacidad de producción y calidad del producto, y que mejora enormemente los costes y la utilidad a corto o mediano plazo.

Cuantitativa: Encuestas personales

Se ha realizado la encuesta a una población finita, con una muestra de 10 encuestados. La muestra se ha tomado en base a la población finita de importadores chilenos de camarones.

Para determinar el número de encuestas a realizar, se aplicó la siguiente fórmula estadística en donde menciona la existencia de 11 importadores de camarón ecuatoriano en Chile, generando un resultado final de 10 encuestas a realizar.

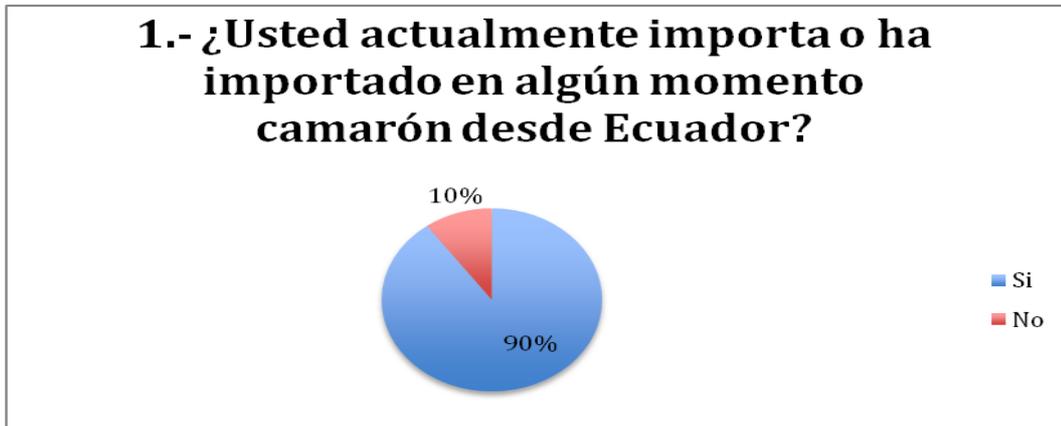
$$n = \frac{N \sigma^2 Z^2}{(N - 1) e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

$$= \frac{(11 * (0,5 * 0,5) * (1,96 * 1,96))}{((11 - 1) * (0,1 * 0,1)) + ((0,5 * 0,5) * (1,96 * 1,96))}$$
$$= 10$$

Análisis de las encuestas

Las encuestas realizadas a algunos de los importadores/distribuidores chilenos de camarones han dado resultados satisfactorios y que se presentan a continuación.

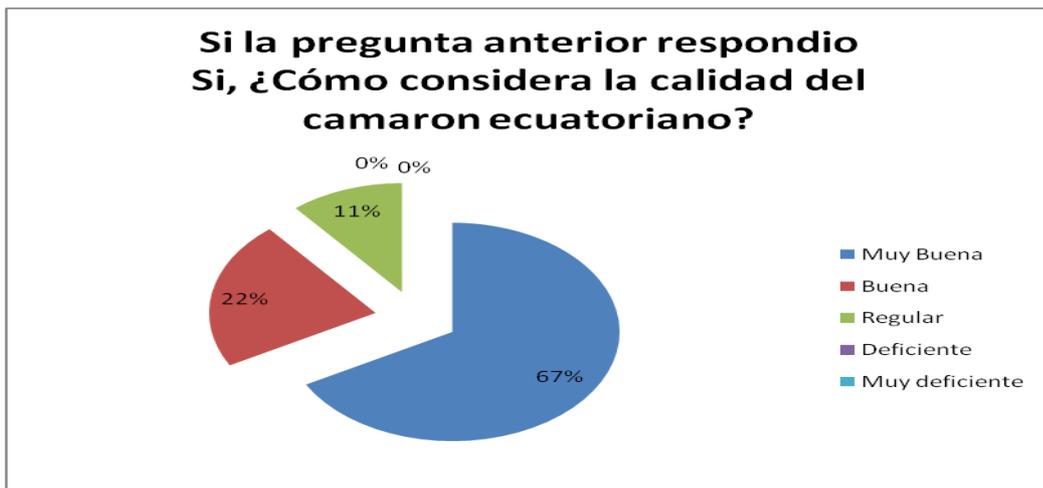
Ilustración 16: Encuestas – Pregunta 1



Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gomez)

Se ha podido observar que en el mercado chileno, existe un alto consumo de camarones ecuatorianos, por lo cual la introducción del mismo al mercado no representaría una gran barrera.

Ilustración 17: Encuestas – Pregunta 2



Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gomez)

Así también se obtuvo que el 67% considera que la calidad del camarón es muy buena, adicional se encontró que las preferencias y gustos de los consumidores chilenos esta en el calibre 18-20 y 20-22 gr. y por el cual enfocaremos la adquisición y compra de los mismos para la producción del camarón apanado.

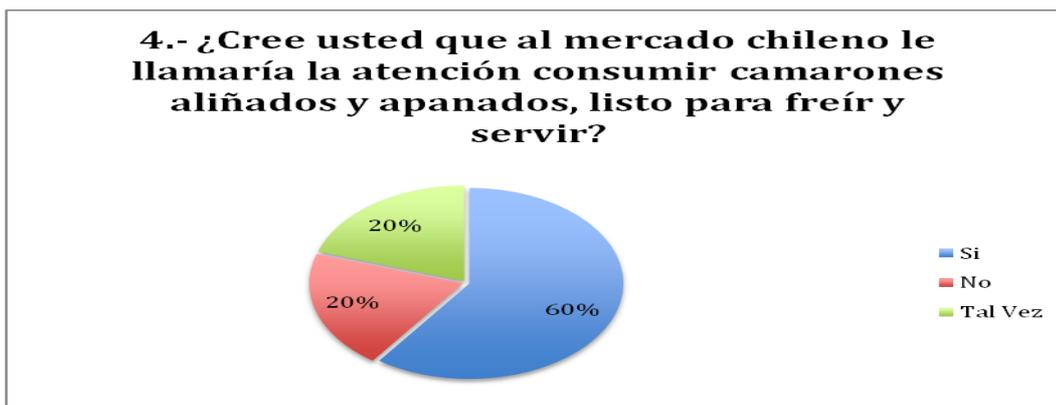
Ilustración 18: Encuestas – Pregunta 3



Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

Con esta pregunta se logró analizar qué tan innovador es el cliente chileno, la mayoría de importadores, el 70% dio un Si a la importación de camarón con valor agregado, lo que hace que el producto tenga la posibilidad de ingreso al país Chileno.

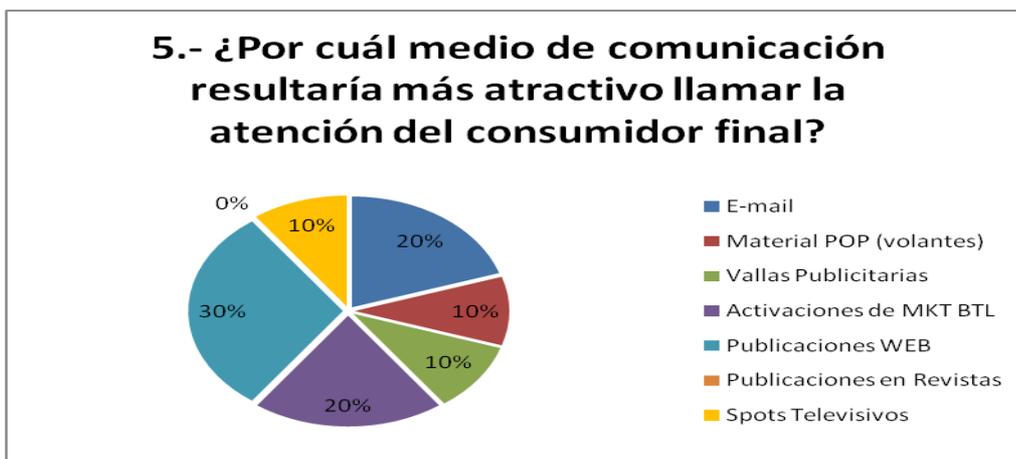
Ilustración 19: Encuestas – Pregunta 4



Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gomez)

El mercado chileno tiene una vida muy agitada, por lo que para indagar más en la aceptación de la composición del producto se realizó la encuesta de si llamaría la atención consumir camarón apanado congelado listo para freír, un 60% se mostró interesado en el producto y un 20% que tal vez le gustaría probarlo.

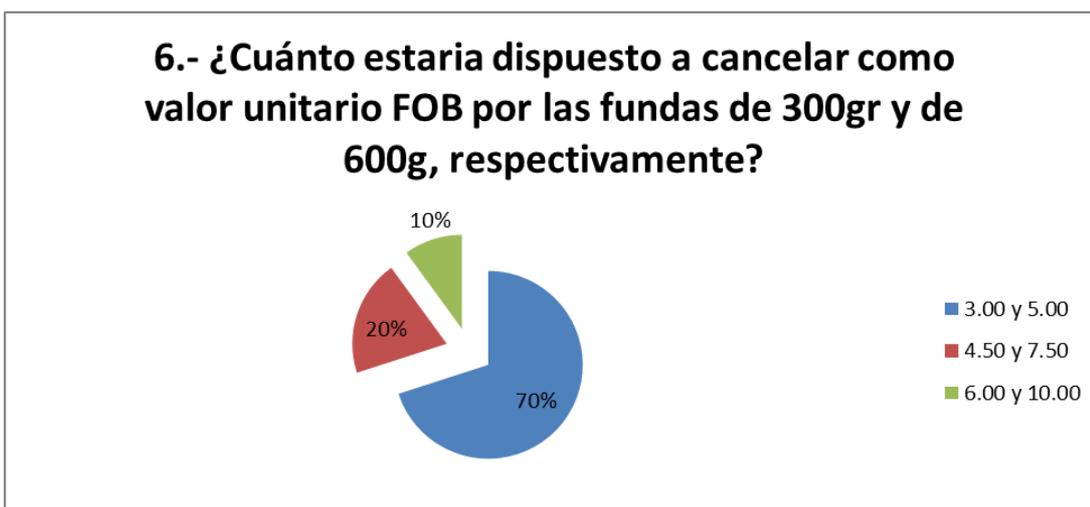
Ilustración 20: Encuestas – Pregunta 5



Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

Por otra parte, hemos podido observar que para la promoción del mismo, tendremos que usar tanto medios digitales como medios convencionales, para poder no solamente llegar al cliente, que serían los importadores/distribuidores de camarones, sino también a los consumidores. Por lo cual se ha analizado la idea de publicar por medio de la web, e-mails y Activaciones MKT BTL para llegar a los distribuidores, y spots televisivos, Material POP con vallas publicitarias para llegar al consumidor final.

Ilustración 21: Encuestas – Pregunta 6

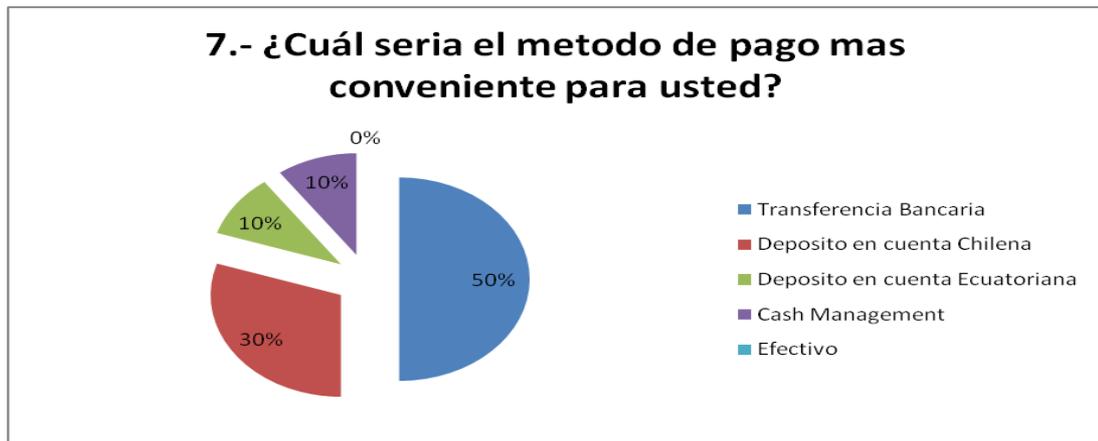


Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

Según las encuestas realizadas genera que el mercado objetivo está dispuesto a pagar valores superiores al PVP del producto, por lo que el 70%

opto por los valores de \$3,00 para las fundas de 300gr y \$5,00 para las fundas de 600gr, un 20% es capaz de pagar \$4,50 y \$7,50 respectivamente, mientras que solo un 10% tiene la capacidad adquisitiva y demanda para pagar \$6,00 y \$10,00 respectivamente; en base a esto permite seguridad en aceptación de costo del producto para la venta a los importadores chilenos.

Ilustración 22: Encuestas – Pregunta 7



Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

Para poder saber la metodología y forma de pago se realizó dos preguntas específicas de método y tiempo de crédito, donde dio como resultado que los importadores prefieren métodos más tecnológicos como las Transferencias bancarias o la seguridad de depositar directamente en una cuenta chilena dando un 50% para las Transferencias Bancarias y 30% en depósito cuenta Chilena. Adicional se presentó un 0% para el efectivo.

Ilustración 23: Encuestas – Pregunta 8



Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

Con respecto al tiempo en el crédito para la realización del pago se mostró un 50% de interés por el pago de a los 15 días el primer 50% y el otro a los 30 días, aunque existe un 40% que prefiere que el primer pago del 50% sea a los 20 días y restante a los 45 días, por manejo de liquidez se prefiere la primera opción y para los clientes buenos se podría ofrecer la segunda opción como manejo de excepción para no perder los clientes.

2.4.4. Conclusiones de la Entrevista y Encuestas

Se ha obtenido resultados satisfactorios dentro de las investigaciones, sobre todo un gran aporte de la entrevista a nuestro experto que nos ha dado gran valor cognitivo y experiencia para un mejor desenvolvimiento del mercado chileno.

Finalmente las encuestas aclararon los gustos y preferencias en cuanto a calidad, innovación, publicidad, forma de pago, aceptación y precios, logrando un mejor estudio de mercado para luego ser implementados.

2.5 Análisis Sectorial

2.5.1. Análisis FODA

El análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, no solamente represente para el presente proyectos, las posibles situaciones de la empresa y la competitividad dentro del mercado chileno, sino también las estrategias que en base a las fortalezas y debilidades, se puede explotar las oportunidades que se presentan y sobrellevar las amenazas que constantemente van a suceder.

Como se observa en la Tabla 6, se presenta, dentro de una matriz, las estrategias de FODO y FADA, y se la puede observar a continuación:

Tabla 6: Matriz FODA

ESTRATEGIA FODA	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
	<p>1.-Calidad del camarón ecuatoriano es altamente competitivo en el mercado global.</p> <p>2.-Alianza con proveedor de camarones, el que garantiza las especificaciones exactas y excelentes precios.</p> <p>3.-Pioneros en la exportación de este tipo de productos industrializados.</p> <p>4.-Comercio por canal directo, ofreciendo un mejor costo a los clientes.</p>	<p>1.-Limitada cartera de clientes.</p> <p>2.-Variedad de productos sustitutos.</p> <p>3.-Limitado capital de trabajo y liquidez.</p> <p>4.-Inexperiencia y poca trayectoria en el medio camaronero.</p>
OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
	<p>1.-Disminución de la oferta de productos sustitutos.</p> <p>2.-Disminución de la producción camaronera en los países competidores.</p> <p>3.-Crecimiento económico y poder adquisitivo en Chile.</p>	<p>F1O3.-Penetración del mercado: Aprovechando alta calidad del camarón ecuatoriano y el crecimiento económico chileno, se introducirá con mayor fuerza el producto en el mercado.</p> <p>F2O2.-Desarrollo de productos: Con la disminución de producción camaronera en los países competidores, se pueden buscar alternativas de varias presentaciones, para cumplir con las necesidades de los clientes.</p> <p>F4O1.-Penetración del mercado: Al disminuir la oferta de productos sustitutos, los precios de estos aumentan, poniendo al camarón en una ventaja competitiva, que será explotado eficazmente con un precio estable, obteniéndolo de una comercialización de canal corto.</p>
AMENAZAS (A)	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
	<p>1.-Enfermedades como la mancha blanca que disminuye la calidad del camarón ecuatoriano.</p> <p>2.-Cambios desfavorables en las normas de exportación y/o importación de Chile y Ecuador.</p> <p>3.-Aumento de la oferta y disminución del precio de los productos sustitutos.</p> <p>4.-Entrada de nuevos competidores con mejores precios.</p>	<p>F2A4.-Integración vertical: Que los proveedores sean participativos en la competencia de nuevos entrantes, es decir, de manera recíproca, ayudar a ofertar mejores precios que la competencia, dada la alianza que existe actualmente con el productor.</p> <p>F3A2.-Innovación: Ser pioneros representa ser el primero en enfrentar los cambios en las normas y reglamentos de exportación e importación, con la innovación de procesos, se podrá generar mayor ingresos y aumentar la participación en el mercado.</p> <p>F4A3.-Reducción: Reducir costos operativos, para obtener un mejor precio de venta, y a la vez conservando el buen producto.</p>

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

CAPÍTULO III

ASPECTOS TECNOLÓGICOS DEL PROYECTO

3.1.- Proceso productivo

Para la definición del proceso productivo se ha elaborado una ilustración del flujo de procesos que se deben llevar a cabo en el área productiva de la empresa. En las cuales cuentan con 3 áreas importantes.

La primera área es la que lleva a cabo los procesos de recepción de camarones, en donde el personal de limpieza y desvenado se encargará de la clasificación, utilizando las protecciones necesarias, ya que los mismos deben ser manipulados en temperaturas no menores a 8°C, para garantizar la calidad y frescura del camarón, para proceder con el pesado, pelado y desvenado del mismo, manteniendo temperaturas similares; así mismo como la recolección de residuos, que aunque no esté contemplado como parte del proyecto, puede generar utilidades adicionales al ser vendido a otras industrias, sobre todo para la fabricación de alimentos para otros animales como los cerdos.

La segunda área productiva será en donde se le dé el valor agregado al camarón. El personal estará especializado en el aliño y la apañadura del mismo para dejar listo el producto previo al empaque al vacío, cumpliendo con las normas sanitarias que el mercado objetivo exija.

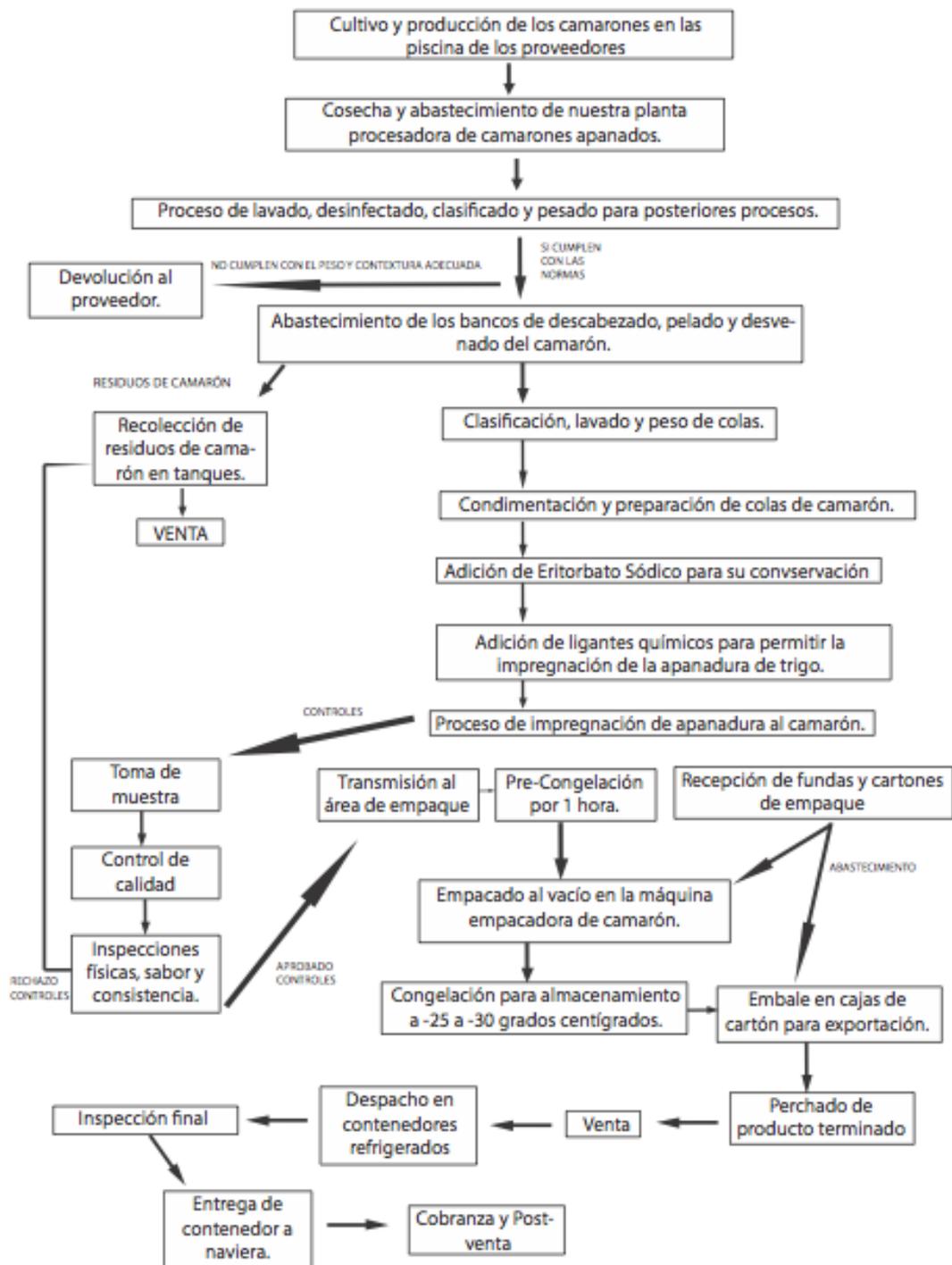
Finalmente pasa al proceso de empaque y embalaje, en la cual se procede a la congelación pre-empaque con temperaturas bajo 0, y a la congelación posterior dentro de los empaques al vacío en temperaturas de -25°C a -30°C. Así mismo, se procede al cubillaje y al proceso de embalaje a las

cajas de cartón de exportación y se almacena en cámaras de frío, para tener listo el producto para despacho y venta.

El proceso de despacho, venta, recepción, inspección y entrega de contenedores cargados, además como el servicio de post venta son procesos administrativos manejados por el Área de Logística y Área de Exportación y Negociación, la misma que se encargará del control que va a regir a lo largo de todo el proceso, con la finalidad de garantizar la calidad del producto y cumplir con las normas sanitarias internacionales previo a la exportación.

El flujo de procesos que se muestra en la Ilustración 17, establecerá los pasos de manera más detallada, en donde se observarán los momentos exactos en las que cada Área debe de intervenir, como por ejemplo la devolución, recolección, clasificado, embalaje, inspección y venta.

Ilustración 24: Flujo grama de procesos



Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

3.2. Capacidad de producción

Se considera tres enfoques para la realización de los cálculos de la producción, los que son: Capacidad Teórica, Capacidad Instalada y Capacidad Utilizada; los mismos que se calcularán para los departamentos que cumplen con la cadena de producción del producto como son: el Banco de Recepción, Clasificado, Pesado y Lavado, Banco de Pelado y Desvenado, Banco de Preparación y Maquina de Empaque.

Estos cálculos se los realiza para tener claro tres panoramas:

- El teórico se refiere a lo optimista, donde se labora los 365 días y 12 horas diarias, produciendo el tope máximo.
- Lo instalado se deriva de un análisis más estratégico donde no se laborarían los domingos, por lo tanto se toma 312 días de trabajo a 8 horas diarias, produciendo un monto medio. Este será la referencia para la capacidad que debe tener la compañía en la producción.
- La capacidad utilizada es la que servirá como referencia para la elaboración de presupuestos es un enfoque más realista, siguiendo las normativas del Ministerio de Relaciones Laborables donde se trabaja solo de lunes a viernes sin considerar fines de semana ni feriados dando un total de 252 días de trabajo a 8 horas diarias y produciendo a un monto mínimo.

3.2.1. Banco de camarones (recepción, clasificado, pesado y lavado)

CAPACIDAD TEÓRICA	
Días por año	365
Kg. Camarones procesados por banco/hora	5.000
Kg. Camarones procesado por banco/día (12h)	60.000
CAMARONES PROCESADOS POR AÑO	21.900.000 Kg.

Se toma como referencia que el año consta de 365 días, al tener una producción de 5.000 Kg por hora, las horas consideradas de trabajo serian

12, se estima un total de 60.000 Kg al día, obteniendo 21.900.000 Kg. Por año. Este análisis permite obtener el panorama tope que tendría la empresa si funciona los 365 días al año.

Trabajo de Lunes a Sábado.

CAPACIDAD INSTALADA	
Días por año	312
Kg. Camarones procesados por banco/hora	3.000
Kg. Camarones procesado por banco/día (8h)	24.000
CAMARONES PROCESADOS POR AÑO	7.488.000 Kg.
Ineficiencia (-10%)	748.800
CAMARONES PROCESADOS POR AÑO	6.739.200 Kg.

Se analiza un panorama más real que sería de lunes a sábados dando como resultado 312 días considerados por año, si trabajan 8 horas y por hora generar 3.000 Kg, se procesaría 7.488.000 Kg al año menos el margen de error identificado del 10%, se obtiene que por año la compañía estima 6.739.200 Kg; cantidad considerada para la creación de las instalaciones de la empresa.

Trabajo de Lunes a Viernes.

CAPACIDAD UTILIZADA	
Días por año	252
Kg. Camarones procesados por banco/hora	1.500
Kg. Camarones procesado por banco/día (8h)	12.000
CAMARONES PROCESADOS POR AÑO	3.024.000 Kg.
Ineficiencia (-10%)	302.400
CAMARONES PROCESADOS POR AÑO POR BANCO	2.721.600 Kg.
BANCOS DISPONIBLES	2
CAMARONES PROCESADOS POR AÑO	5.443.200 Kg.
TOTAL RESIDUOS EN KG.	544.320 Kg.

Para la realización de los cálculos presupuestarios, se considera el panorama donde la producción se divide en dos bancos, se reduce días y horas de trabajo, en el mismo solo se toma en cuenta de lunes a viernes sin contar fines de semana ni feriados, obteniendo 252 días de labores, produciendo 1.500 Kg por banco y por hora, al final del día laborando las 8

horas da un total de 12.000 Kg por día y al año será 3.024.000 Kg por banco, menos el margen de error del 10% que es 302.400 Kg en total por año y por banco sería 2.721.600 Kg, al considerar los dos bancos da q la compañía genera por año 5.443.200 Kg.

3.2.2. Banco de pelado y desvenado

CAPACIDAD TEÓRICA	
Días por año	365
Kg. Camarones procesados por persona/hora	1.000
Kg. Camarones procesado por pers./día (12h)	12.000
CAMARONES PROCESADOS POR AÑO	4.380.000 Kg.

Teóricamente se considera el año consta de 365 días, al tener una producción de 1.000 Kg por hora y por persona, las horas consideradas de trabajo serán 12, se estima un total de 12.000 Kg al día, obteniendo 4.380.000 Kg por año. Este análisis permite obtener el panorama tope que tendría la empresa por cada uno de sus trabajadores.

Trabajo de Lunes a Sábado.

CAPACIDAD INSTALADA	
Días por año	312
Kg. Camarones procesados por persona/hora	800
Kg. Camarones procesado por pers./día (8h)	6.400
CAMARONES PROCESADOS POR AÑO	1.996.800 Kg.
Ineficiencia (-10%)	199.680
CAMARONES PROCESADOS POR AÑO	1.797.120 Kg.

Con respecto a un horario más real que sería de lunes a sábados es decir 312 días considerados por año, si trabajan 8 horas por persona generaría 6.400 Kg, se procesaría 1.996.800 Kg al año menos el margen de error identificado del 10%, se obtiene que por año la compañía estima 1.797.120 Kg; cantidad considerada para la creación de las metas de los trabajadores de la empresa.

Trabajo de Lunes a Viernes.

CAPACIDAD UTILIZADA	
Días por año	252
Kg. Camarones procesados por persona/hora	500
Kg. Camarones procesado por pers./día (8h)	4.000
CAMARONES PROCESADOS POR AÑO	1.008.000 Kg.
Ineficiencia (-10%)	100.800
CAMARONES PROCESADOS POR AÑO POR PERSONA EN BANCO	907.200 Kg.
PERSONAS POR BANCO DISPONIBLE	6
CAMARONES PROCESADOS POR AÑO	5.443.200 Kg.

Para la realización de los cálculos presupuestarios, se considera el panorama donde la producción se divide en dos bancos, se obtiene por persona y por hora un total de 500 Kg, al trabajar por 8 horas, se logra por día 4.000 Kg, procesando al año 1.008.000 kg, menos el margen de error del 10% que es 100.800 Kg, por lo que por año y por persona en banco sería 907.200 Kg, al tener seis personas en los dos bancos da q la compañía genera por año 5.443.200 Kg.

3.2.3. Banco de preparación

CAPACIDAD TEÓRICA	
Días por año	365
Kg. Camarones procesados por banco/hora	10.000
Kg. Camarones procesado por banco/día (12h)	120.000
CAMARONES PREPARADOS POR AÑO	43.800.000 Kg.

Se considera que el año consta de 365 días, para un análisis general para obtener la capacidad por banco y por año, detallando que se procesara por banco y por hora 10.000 Kg, el banco generara 120.000 Kg si se trabaja 12 horas, se estima un total de 43.800.000 Kg preparadas por año. Este análisis permite obtener el panorama tope que tendría la empresa por cada uno de sus bancos existentes.

Trabajo de Lunes a Sábado.

CAPACIDAD INSTALADA	
Días por año	312
Kg. Camarones procesados por banco/hora	8.000
Kg. Camarones procesado por banco/día (8h)	64.000
CAMARONES PROCESADOS POR AÑO	19.968.000 Kg.
Ineficiencia (-10%)	1.996.800
CAMARONES PREPARADOS POR AÑO	17.971.200 Kg.

Considerando un horario laboral de lunes a sábados es decir 312 días por año, si trabajan 8 horas por banco, generando por hora 8.000 Kg, se obtendrá por día 64.000 Kg, lo que nos da como resultado anual 19.968.000 Kg menos el margen de error identificado del 10%, se obtiene que por año la compañía estima procesar por los dos bancos 17.971.200 Kg.

Trabajo de Lunes a Viernes.

CAPACIDAD UTILIZADA	
Días por año	252
Kg. Camarones procesados por banco/hora	6.000
Kg. Camarones procesado por banco/día (8h)	48.000
CAMARONES PROCESADOS POR AÑO	12.096.000 Kg.
Ineficiencia (-10%)	1.209.600
CAMARONES PREPARADOS POR AÑO POR BANCO	10.886.400 Kg.
BANCOS DISPONIBLES	1
CAMARONES PREPARADOS POR AÑO POR BANCO	10.886.400 Kg.

Para la realización de los cálculos presupuestarios, se considera el panorama donde el proceso por bancos es inferior a la capacidad instalada, se consigue por banco y por hora un total de 6.000 Kg, al trabajar por 8 horas, se logra por día 48.000 Kg, procesando al año 12.096.000 kg, menos el margen de error del 10% que es 1.209.600 Kg, por lo que por año y por banco sería 10.886.400 Kg.

3.2.4. Máquina de empaque

CAPACIDAD TEÓRICA	
Días por año	365
Fundas 300gr. empacadas por maquina/hora	25.000
Fundas 300gr. empacadas por maquina/día (12h)	300.000
FUNDAS EMPACADAS POR AÑO	109.500.000 fundas

Con relación al empaque, los cálculos que se consideran para una percepción más amplia son que el año consta de 365 días, por máquina y por hora se generara 25.000 fundas, si se labora 12 horas se obtendrá 300.000 fundas por lo que se espera un total de 109.500.000 fundas empacadas por año. Este análisis permite obtener el panorama tope que tendría la empresa por cada máquina y por año.

Trabajo de Lunes a Sábado.

CAPACIDAD INSTALADA	
Días por año	312
Fundas 300gr. empacadas por maquina/hora	20.000
Fundas 300gr. empacadas por maquina/día (8h)	160.000
FUNDAS EMPACADAS POR AÑO	49.920.000 Fundas
Ineficiencia (-10%)	4.992.000
FUNDAS EMPACADAS POR AÑO	44.928.000 Fundas

Si se labora de lunes a sábados es decir 312 días por año, a 8 horas por máquina, generando por hora 20.000 fundas, se obtendrá por día 160.000 fundas, lo que nos da como resultado anual 49.920.000 fundas menos el margen de error identificado del 10%, se obtiene que por año la compañía estima realizar 44.928.000 fundas empacadas.

Trabajo de Lunes a Viernes.

CAPACIDAD UTILIZADA	
Días por año	252
Fundas 300gr. empacadas por maquina/hora	18.000
Fundas 300gr. empacadas por maquina/día (8h)	144.000
FUNDAS EMPACADAS POR AÑO	36.288.000 fundas
Ineficiencia (-10%)	3.628.800
FUNDAS EMPACADAS POR AÑO	32.659.200 fundas
KGS. Por funda	0,3
KGS. DE CAMARÓN EMPACADAS POR AÑO	9.797.760 Kgs.

Para los cálculos presupuestarios, se considera los días laborables de lunes a viernes sin contar fines de semana ni feriados, obteniendo 252 días de labores, produciendo 18.000 fundas por máquina y por hora, al final del día laborando las 8 horas da un total de 144.000 fundas por día y al año será 36.288.000 fundas por banco, menos el margen de error del 10% que es 3.628.800. En total por año las fundas empacas serán 32.659.200, al considerar que cada funda será empacada con 0.3 Kg, obtendremos 9.797.760 Kg empacados por año.

3.3.- Estimación de ventas

Se toma en consideración los cálculos mencionados en el punto 3.2 capacidad de producción para realizar una estimación de ventas más realista, por lo que el enfoque utilizado para los cálculos fue la Capacidad Utilizada de cada ítem según lo que se necesite.

Además se menciona el tipo de contenedor ideal para mantener la calidad en la exportación de productos congelados orgánicos, es el de 40" pies, denominado REEFER. Contenedor que viene incluido un sistema de congelación interna de entre -20° C y 20° C. En estos contenedores con dimensiones 40'x8' x 8'6", que da un volumen de aproximadamente 2700 pies cúbico y acepta un peso de hasta 24 TON (24,000 KGS), pueden transportar aproximadamente 2000 cajas de cartón con 10 fundas de 600

grs. O hasta 2000 cajas de 20 fundas de 300 grs. Por lo cual se ha estimado la capacidad de despachos como se muestra en Tabla 7 y 8.

Tabla 7: Capacidad de Despacho Empaque 300GR

CAPACIDAD DE DESPACHO 300GR		
PRODUCCIÓN ANUAL	5.443.200	Kgs.
PORCENTAJE DESTINADO A 300GR	60%	
CAPACIDAD PARA FUNDAS 300 GR	3.265.920	
CAPACIDAD POR FUNDA	0,3	Kgs.
Fundas de 300gr. Por caja de cartón	36	fundas
Cajas de cartón por contenedor 40" REEFER	2.000	Cartones
Kgs. De Camarón necesario para completar contenedor	21.600	Kgs.
Capacidad de despacho anual	151	
Capacidad de despacho mensual	13	
Capacidad de despacho semanal	3	
Capacidad de fundas por año	10.886.400	Fundas

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

Tabla 8: Capacidad de Despacho Empaque 600GR

CAPACIDAD DE DESPACHO 600 GR		
PRODUCCIÓN ANUAL	5.443.200	Kgs.
PORCENTAJE DESTINADO A 600GR	40%	
CAPACIDAD PARA FUNDAS 600 GR	2.177.280	
CAPACIDAD POR FUNDA	0,6	Kgs.
Fundas de 600gr. Por caja de cartón	18	fundas
Cajas de cartón por contenedor 40" REEFER	2.000	Cartones
Kgs. De Camarón necesario para completar contenedor	21.600	Kgs.
Capacidad de despacho anual	101	
Capacidad de despacho mensual	8	
Capacidad de despacho semanal	2	
Capacidad de fundas por año	3.628.800	fundas

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

Se puede observar que se ha destinado el 60% de la producción total de camarones a ser empacados en fundas de 300 grs. Dando una capacidad de 3 despachos de contenedor cargados. Por otra parte, el 40% restante ha sido destinado a ser empacados en fundas de 600 grs. Por lo que la capacidad ofrece 2 despachos semanales.

La capacidad estimada permite abastecer a algunos clientes en Chile, permitiendo así una estimación de ventas como se muestra en la Tabla 9.

Tabla 9: Ingresos por Ventas

PROYECTO CAMAROLISTO

INGRESOS POR VENTAS

EN DÓLARES

	1	2	3	4	5
UNIDADES					
PRODUCCIÓN DE FUNDAS DE 300 GR	10,886,400	11,104,128	11,437,252	11,780,370	12,369,389
PRODUCCIÓN DE FUNDAS DE 600 GR	3,628,800	3,701,376	3,812,417	3,926,790	4,123,130
PRECIO FOB					
PRECIO FOB FUNDAS DE 300 GR	\$ 2.22	\$ 2.26	\$ 2.30	\$ 2.34	\$ 2.38
PRECIO FOB FUNDAS DE 600 GR	\$ 4.35	\$ 4.43	\$ 4.51	\$ 4.59	\$ 4.67
INGRESO POR FUNDAS DE 300 GR	\$ 24,167,808.00	\$ 25,095,329.28	\$ 26,305,679.60	\$ 27,566,065.80	\$ 29,439,145.82
INGRESO POR FUNDAS DE 600 GR	\$ 15,785,280.00	\$ 16,397,095.68	\$ 17,194,000.67	\$ 18,023,966.10	\$ 19,255,017.10
TOTAL INGRESOS	\$ 39,953,088.00	\$ 41,492,424.96	\$ 43,499,680.27	\$ 45,590,031.90	\$ 48,694,162.92
VARIACIÓN		3.85%	4.84%	4.81%	6.81%

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

3.4.- Costos operativos

En la estimación de costos y gastos, se ha diseñado varias tablas en las que se ha determinado todos los costos directos e indirectos, así como también incluso aquellos que no son parte del negocio, pero por motivos operativos o administrativos son necesarios en el desenvolvimiento del negocio.

En la Tabla 10, se puede observar las estimación de costos variables directos para la producción de las fundas de 300 y 600 gr. de camarones apanados, en estas contamos materias primas, mano de obra directa y gastos indirectos de fabricación.

Tabla 10: Estimación de Costos Directos de Fabricación

	COSTO FUNDAS DE 300 GR		COSTO FUNDAS DE 600 GR	
	UNITARIO		UNITARIO	
MATERIALES	1,944		MATERIALES	3,894
MANO DE OBRA DIRECTA	0,056		MANO DE OBRA DIRECTA	0,028
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	0,022		GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	0,029
MATERIA PRIMA				
	UNIDAD	COSTO KGS.	COSTO/FUNDA	
CAMARONES 20-22 GR	0,3	\$ 6,40	\$ 1,920	
HARINA DE MAIZ	0,01	\$ 0,45	\$ 0,005	
PRESERVANTES ERITORBATO DE SODIO	0,001	\$ 3,70	\$ 0,004	
CONDIMENTOS	0,001	\$ 1,25	\$ 0,001	
LIGANTES DE ALIMENTOS	0,001	\$ 15,00	\$ 0,015	
MANO DE OBRA DIRECTA				
NÓMINA DE PRODUCCIÓN ANUAL	\$ 92.230,68			
CAMARONES PROCESADOS POR AÑO	5.443.200			
POR KGS. PRODUCIDO	\$ 0,01694			
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				
	CANTIDAD	COSTO	TOTAL	
EMPAQUES DE 300 GR	1	\$ 0,018	\$ 0,018	
EMPAQUES DE 600 GR	1	\$ 0,025	\$ 0,025	
CARTONES DE EMPAQUE	0,028	\$ 0,150	\$ 0,004	

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

De esta tabla, se puede obtener la estimación total de los costos de producción como se muestra en la Tabla 11.

Tabla 11: Estimación total de costos de producción

COSTOS Y GASTOS					
EN DÓLARES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UNIDADES					
PRODUCCIÓN DE FUNDAS DE 300 GR	10.886.400	11.104.128	11.437.252	11.780.370	12.369.389
PRODUCCIÓN DE FUNDAS DE 600 GR	3.628.800	3.701.376	3.812.417	3.926.790	4.123.130
COSTO					
COSTO VARIABLE FUNDAS DE 300 GR	\$ 2,02	\$ 2,06	\$ 2,10	\$ 2,14	\$ 2,18
COSTO VARIABLE FUNDAS DE 600 GR	\$ 3,95	\$ 4,03	\$ 4,11	\$ 4,19	\$ 4,27
TOTAL COSTO FUNDAS DE 300 GR	\$ 1.990.528,00	\$ 2.874.503,68	\$ 4.018.229,20	\$ 5.209.991,80	\$ 6.965.268,02
TOTAL COSTO FUNDAS DE 600 GR	\$ 4.333.760,00	\$ 4.916.545,28	\$ 5.669.033,87	\$ 6.453.250,10	\$ 7.605.765,10
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 6.324.288,00	\$37.791.048,96	\$39.687.263,07	\$41.663.241,90	\$44.571.033,12

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

Adicionalmente a la obtención del costo del producto, se ha diseñado un cuadro donde se podrá observar todos los rubros de gastos adicionales para el funcionamiento del proyecto. En estos rubros se ha hecho una estimación anual, de acuerdo a la experiencia e investigación de los competidores, obteniendo los siguientes resultados mostrado en la tabla 12.

Tabla 12: Estimación de Gastos Operativos

GASTOS OPERATIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salarios de Administración	\$ 100.979,60	\$ 103.039,58	\$ 105.141,59	\$ 107.286,48	\$ 109.475,12
Comisiones por ventas	\$ 588.409,92	\$ 611.837,45	\$ 643.917,27	\$ 677.371,28	\$ 726.083,16
Servicios Básicos	\$ 18.000,00	\$ 18.360,00	\$ 18.727,20	\$ 19.101,74	\$ 19.483,77
Impuestos	\$ 1.200,00	\$ 1.224,00	\$ 1.248,48	\$ 1.273,45	\$ 1.298,92
Cuadrillas	\$ 14.400,00	\$ 14.688,00	\$ 14.981,76	\$ 15.281,40	\$ 15.587,03
Internet	\$ 960,00	\$ 979,20	\$ 998,78	\$ 1.018,76	\$ 1.039,14
Telefonía Celular	\$ 1.800,00	\$ 1.836,00	\$ 1.872,72	\$ 1.910,17	\$ 1.948,37
Mantenimiento de Local	\$ 5.640,00	\$ 5.752,80	\$ 5.867,86	\$ 5.985,22	\$ 6.104,92
Mantenimiento de Maquinas	\$ 10.000,00	\$ 10.200,00	\$ 10.404,00	\$ 10.612,08	\$ 10.824,32
Guardianía	\$ 5.040,00	\$ 5.140,80	\$ 5.243,62	\$ 5.348,49	\$ 5.455,46
Publicidad	\$ 57.600,00	\$ 58.752,00	\$ 59.927,04	\$ 61.125,58	\$ 62.348,09
Suministros de oficina	\$ 927,00	\$ 945,54	\$ 964,45	\$ 983,74	\$ 1.003,41
Movilización	\$ 12.000,00	\$ 12.240,00	\$ 12.484,80	\$ 12.734,50	\$12.989,19
Seguros	\$ 18.000,00	\$ 18.360,00	\$ 18.727,20	\$ 19.101,74	\$19.483,77
TOTAL GASTOS	\$ 834.956,52	\$ 863.355,37	\$ 900.506,77	\$ 939.134,63	\$993.124,67
TOTAL COSTOS MAS GASTOS	\$37.159.244,52	\$38.654.404,33	\$40.587.769,84	\$42.602.376,53	\$45.564.157,79
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$36.407.783,65	\$22.960.839,22	\$24.108.279,88	\$25.303.905,26	\$27.064.580,49
TOTAL COSTOS FIJOS	\$751.460,87	\$15.693.565,11	\$16.479.489,96	\$17.298.471,27	\$18.499.577,30
TOTAL COSTOS	\$37.159.244,52	\$38.654.404,33	\$40.587.769,84	\$42.602.376,53	\$45.564.157,79

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

3.5.- Inversiones del proyecto

La adquisición de maquinarias, equipos de administración, bienes muebles e inmuebles, así como la obtención de capital de trabajo que solvete las necesidades de 3 meses, representa una gran cantidad de dinero.

Tabla 13: Inversiones del proyecto

No.	DESCRIPCION	CANTIDAD	% DEPRECIACION	U/M	PRECIO UNITARIO	TOTAL	PART%
1	TERRENOS	1.000		\$/M2	\$ 85,00	\$ 85.000,00	21%
2	EDIFICIOS	1	5	UNIDAD	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	29%
3	INSTALACIONES	1	10	UNIDAD	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	6%
4	MUEBLES Y ENSERES						0%

	ESCRITORIOS GERENCIALES	1	10	UNIDAD	\$ 300,00	\$ 300,00	
	ESCRITORIOS ASISTENTES	3	10	UNIDAD	\$ 150,00	\$ 450,00	
	SILLAS GERENCIA	1	10	UNIDAD	\$ 125,00	\$ 125,00	
	SILLAS ASISTENTES	3	10	UNIDAD	\$ 60,00	\$ 180,00	
	CUADROS (DECORACIÓN)	3	10	UNIDAD	\$ 100,00	\$ 300,00	
5	MAQUINARIAS Y EQUIPOS DE OFICINA						0%
	AIRES ACONDICIONADOS	2	10	UNIDAD	\$ 400,00	\$ 800,00	
	NEVERA	1	10	UNIDAD	\$ 300,00	\$ 300,00	
	DISPENSADOR DE AGUA	1	10	UNIDAD	\$ 200,00	\$ 200,00	
	FAX	1	10	UNIDAD	\$ 100,00	\$ 100,00	
	TELEFONOS	3	10	UNIDAD	\$ 60,00	\$ 180,00	
6	MAQUINARIAS Y EQUIPOS DE PRODUCCIÓN						24%
	MAQUINA CLASIFICADORA DE CAMARONES	1	10	UNIDAD	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	
	BANCO DE PELADO Y DESVENADO	2	10	UNIDAD	\$ 6.500,00	\$ 13.000,00	
	BANCO DE PREPARACIÓN	1	10	UNIDAD	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	
	MAQUINA DE EMPAQUE AL VACIO	1	10	UNIDAD	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00	
	MÁQUINA DE CONGELACIÓN	1	10	UNIDAD	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	
	TANQUES DE RESIDUOS	20	10	UNIDAD	\$ 150,00	\$ 3.000,00	
7	EQUIPOS DE COMPUTACION						2%
	LAPTOPS	4	33	UNIDAD	\$ 1.500,00	\$ 6.000,00	
	IMPRESORA MULTIFUNCIÓN/SCANNER	1	33	UNIDAD	\$ 350,00	\$ 350,00	
	SERVIDORES	1	33	UNIDAD	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	
8	VEHICULOS						
	CAMIONES	2	20	UNIDAD	\$ 35.000,00	\$ 70.000,00	17%
	TOTAL					\$ 407.285,00	100%

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

La adquisición de estos equipos está debidamente estudiada y analizada para cumplir con las exigencias de calidad, y la eficiencia de los procesos.

Adicionalmente se ha diseñado un calendario de futuras inversiones, para realizar una proyección más adecuada. En vista de que los equipos se deprecian y que se espera aumentar la producción en algunos, es necesario tener contemplado un presupuesto para nuevas inversiones. Tabla 14.

Tabla 14: Calendario de inversiones
PROYECTO CAMAROLISTO
CALENDARIO DE INVERSIONES DE CAPITAL
EN DOLARES

DESCRIPCION	AÑO 0-1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TERRENOS	\$ 85.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5.000,00
EDIFICIOS	\$ 120.000,00	\$ -	\$ 12.000,00	\$ -	\$ 10.000,00
INSTALACIONES	\$ 25.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
MUEBLES Y	\$ 1.355,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00

ENSERES					
MAQUINARIAS Y EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1.580,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS DE PRODUCCIÓN	\$ 96.000,00	\$ 3.000,00	\$ 10.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 8.350,00	\$ -	\$ 1.000,00	\$ 5.000,00	\$ -
VEHICULOS	\$ 70.000,00	\$ -	\$ 350.000,00	\$ -	\$ -
TOTAL INVERSIONES	\$ 407.285,00	\$ 6.100,00	\$ 376.100,00	\$ 11.100,00	\$ 21.100,00

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

Finalmente, se ha estimado los valores de gastos pre-operativos, en donde se incluye el capital de trabajo necesario para los costos y gastos de 3 meses. Se ha definido este tiempo debido a que los créditos internacionales generalmente varían entre 45 a 60 días, después de fecha de la Carta de Porte (B/L). Por lo tanto, para no entrar en iliquidez, se ha contemplado un capital de trabajo bastante fuerte como se muestra en la tabla 15.

Tabla 15: Gastos pre-operativos

PROYECTO CAMAROLISTO
GASTOS PREOPERATIVOS
EN DOLARES

No.	DESCRIPCION	CANTIDAD	U/M	PRECIO UNITARIO	TOTAL	PART %
1	CONSTITUCION DE CIA	1	UNIDAD	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	0%
2	ADECUACIONES	1	UNIDAD	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	0%
3	PERMISOS, PATENTES, GASTO LEGAL	1	UNIDAD	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	0%
4	CAPITAL DE TRABAJO	3	UNIDAD	\$775.356,86	\$2.326.070,58	100%
					\$2.334.670,58	100%

Elaboración: (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

3.6.- Depreciaciones

Se ha diseñado la depreciación de acuerdo al tiempo. Si ciertamente, las maquinarias son activos que para efectos contables se deprecia por su uso o producción, para efectos de proyecciones, se ha utilizado al tiempo como variable para depreciar a estos activos, y se muestra en la tabla 16.

Tabla 16: Depreciación

PROYECTO CAMAROLISTO
 TABLA DE DEPRECIACION
 EN DOLARES

	AÑO 0-1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DEPRECIACIÓN ANUAL EDIFICIOS	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.600,00	\$ 6.600,00	\$ 7.100,00
DEPRECIACIÓN ANUAL INSTALACIONES	\$ 2.500,00	\$ 2.700,00	\$ 2.900,00	\$ 3.100,00	\$ 3.300,00
DEPRECIACIÓN ANUAL MUEBLES Y ENSERES	\$ 135,50	\$ 185,50	\$ 235,50	\$ 285,50	\$ 335,50
DEPREC. ANUAL MAQUINARIA Y EQUIPOS DE OFICINA	\$ 158,00	\$ 218,00	\$ 278,00	\$ 338,00	\$ 398,00
DEPREC. ANUAL MAQUINARIA Y EQUIPOS DE PRODUCCIÓN	\$ 19.200,00	\$ 19.800,00	\$ 21.800,00	\$ 22.400,00	\$ 23.000,00
DEPRECIACIÓN ANUAL EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 2.783,33	\$ 2.783,33	\$ 3.116,67	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
DEPRECIACIÓN ANUAL VEHÍCULOS	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00	\$ 130.666,67	\$ 130.666,67	\$130.666,67
TOTAL DEPRECIACION	\$ 44.776,83	\$ 45.686,83	\$ 165.596,83	\$ 165.390,17	\$166.800,17
TOTAL DEPRECIACION ACUMULADA	\$ 44.776,83	\$ 90.463,67	\$ 256.060,50	\$ 421.450,67	\$588.250,83
ACTIVOS FIJOS	\$ 407.285,00	\$ 413.385,00	\$ 789.485,00	\$ 800.585,00	\$821.685,00
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	\$ (44.776,83)	\$ (90.463,67)	\$(256.060,50)	\$(421.450,67)	\$(588.250,83)
TOTAL ACTIVOS FIJOS NETOS	\$ 362.508,17	\$ 322.921,33	\$ 533.424,50	\$ 379.134,33	\$233.434,17

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

Los gastos pre-operativos serán amortizados de la siguiente manera. Ver Tabla 17.

Tabla 17: Amortización de gastos pre-operativos

PROYECTO CAMAROLISTO
 TABLA DE AMORTIZACION DE GASTOS PREOPERATIVOS
 EN DOLARES

	AÑO 0-1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS PREOPERATIVOS	\$466.934,12	\$466.934,12	\$466.934,12	\$466.934,12	\$466.934,12
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	\$466.934,12	\$466.934,12	\$466.934,12	\$466.934,12	\$466.934,12
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS ACUM.	\$466.934,12	\$933.868,23	\$1.400.802,35	\$1.867.736,46	\$2.334.670,58
GASTOS PREOPERATIVOS	\$2.334.670,58	\$2.334.670,58	\$2.334.670,58	\$2.334.670,58	\$2.334.670,58
(-) AMORTIZACION	\$(466.934,12)	\$(933.868,23)	\$(1.400.802,35)	\$(1.867.736,46)	\$(2.334.670,58)

ACUMULADA					
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	\$1.867.736,46	\$1.400.802,35	\$933.868,23	\$466.934,12	\$ -

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

3.7.- Financiamiento

La construcción de capital para el desarrollo del proyecto se llevará a cabo de manera mixta, por aporte de los accionistas y socios, y por medio de financiamiento bancario con la tasa de interés activa efectiva vigente que es del 12.70%. El 15% del financiamiento del proyecto que representa al USD 411,293.34 será aportado por los accionistas y socios del proyecto. Ver tabla 18.

Tabla 18: Financiamiento

PROYECTO CAMAROLISTO			
FINANCIAMIENTO EN DOLARES			
MONTO:	\$ 2.741.955,58		
BANCOS	\$ 2.330.662,24	85%	
APORTE ACCIONISTA	\$ 411.293,34	15%	
MONTO A FINANCIAR:	\$ 2.330.662,24		
TASA DE INTERES:	12,70%		
PLAZO:	5	AÑOS	
PERIODO PAGO CAPITAL:	TRIMESTRAL		
PERIODO PAGO INTERES:	TRIMESTRAL		
NUMERO CUPONES:	20		
DIVIDENDO:	\$159.202,70		

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

Por otra parte, el 85% restante, que representa un valor de USD 2,330,662.24 será realizada por medio de un préstamo bancario o venta de Títulos Valor, el mismo será cancelado al plazo de 5 años, con periodo de capitalización y pago de intereses trimestrales. Es decir, pagando 20 dividendos en el plazo de USD 159,202.70. Ver Tabla 19.

Tabla 19: Amortización de la Deuda Financiada

CUPON	INTERES	CAPITAL	DIVIDENDO	SALDO POR AMORTIZAR
0				\$ 2.330.662,24
1	\$ 73.998,53	\$ 85.204,18	\$ 159.202,70	\$ 2.245.458,07
2	\$ 71.293,29	\$ 87.909,41	\$ 159.202,70	\$ 2.157.548,66
3	\$ 68.502,17	\$ 90.700,53	\$ 159.202,70	\$ 2.066.848,12
4	\$ 65.622,43	\$ 93.580,28	\$ 159.202,70	\$ 1.973.267,85
5	\$ 62.651,25	\$ 96.551,45	\$ 159.202,70	\$ 1.876.716,40
6	\$ 59.585,75	\$ 99.616,96	\$ 159.202,70	\$ 1.777.099,44
7	\$ 56.422,91	\$ 102.779,80	\$ 159.202,70	\$ 1.674.319,64
8	\$ 53.159,65	\$ 106.043,05	\$ 159.202,70	\$ 1.568.276,59
9	\$ 49.792,78	\$ 109.409,92	\$ 159.202,70	\$ 1.458.866,67
10	\$ 46.319,02	\$ 112.883,69	\$ 159.202,70	\$ 1.345.982,98
11	\$ 42.734,96	\$ 116.467,74	\$ 159.202,70	\$ 1.229.515,23
12	\$ 39.037,11	\$ 120.165,59	\$ 159.202,70	\$ 1.109.349,64
13	\$ 35.221,85	\$ 123.980,85	\$ 159.202,70	\$ 985.368,79
14	\$ 31.285,46	\$ 127.917,24	\$ 159.202,70	\$ 857.451,54
15	\$ 27.224,09	\$ 131.978,62	\$ 159.202,70	\$ 725.472,93
16	\$ 23.033,77	\$ 136.168,94	\$ 159.202,70	\$ 589.303,99
17	\$ 18.710,40	\$ 140.492,30	\$ 159.202,70	\$ 448.811,69
18	\$ 14.249,77	\$ 144.952,93	\$ 159.202,70	\$ 303.858,75
19	\$ 9.647,52	\$ 149.555,19	\$ 159.202,70	\$ 154.303,57
20	\$ 4.899,14	\$ 154.303,57	\$ 159.202,70	\$ (0,00)
	\$ 853.391,83			

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

CAPÍTULO IV

EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

4.1. Estado de Resultados Proyectado

A continuación, se mostrará en rubros contables mediante un estado de resultados, como se estima que la compañía se va a comportar en el lapso de cinco años. Indica que las utilidades brutas serán de \$3.628.800,00 en año uno, decrece a \$2.779.845,82 en año cinco pero sin deuda alguna. Se muestra unas ventas totales de \$39.953.088,00 en año uno, aumentando progresivamente a \$48.694.162,92. Finalmente, luego de realizar los respectivos cálculos de ingresos vs egresos, al año cinco se muestra una ganancia neta de \$220.671,38.

Tabla 20: Estado de Resultados

PROYECTO CAMAROLISTO							
ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO							
EN DÓLARES							
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
41	INGRESOS	-	39.953.088,00	41.432.424,96	43.439.680,27	45.530.031,90	48.694.162,92
4101	VENTA DE PRODUCTOS	0	39.953.088,00	41.432.424,96	43.439.680,27	45.530.031,90	48.694.162,92
51	COSTO DE VENTAS Y PRODUCCIÓN	-	36.324.288,00	38.231.048,96	40.387.263,01	42.633.207,33	45.314.317,10
			0,00	0,00	0,00	0,00	(0,00)
5101	MATERIALES UTILIZADOS O PRODUCTOS VENDIDOS		35.246.534,40	36.369.657,73	38.998.465,03	41.170.630,76	44.375.114,84
510106	(-) COMPRAS NETAS LOCALES DE MATERIA	0	35.246.534,40	36.369.657,73	38.998.465,03	41.170.630,76	44.375.114,84
5102	(+) MANO DE OBRA DIRECTA		754.790,40	880.327,43	925.865,36	969.668,96	1.006.119,52
510201	SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES		754.790,40	880.927,43	925.865,36	969.668,96	1.006.119,52
5104	(+) OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		322.963,20	440.463,74	462.932,68	492.848,27	533.082,74
510407	SUMINISTROS MATERIALES Y REPUESTOS		322.963,20	440.463,74	462.932,68	492.848,27	533.082,74
42	GANANCIA BRUTA	-	3.628.800,00	3.201.376,00	3.112.417,20	2.956.823,91	2.779.845,82
52	GASTOS	419.293,34	2.346.322,16	2.361.670,63	2.468.355,76	2.436.082,07	2.559.174,44
5201	GASTOS DE VENTA	-	833.756,52	862.131,37	899.258,29	937.861,18	991.825,75
520101	SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS		74.400,00	75.917,76	77.466,48	79.046,80	80.659,35
520102	APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (incluido fondo de reserva)		15.233,60	15.550,48	15.867,72	16.191,42	16.521,72
520103	BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES		11.340,00	11.571,34	11.807,39	12.048,26	12.294,05
520105	HONORARIOS, COMISIONES Y DIETAS A PERSONAS NATURALES		602.809,92	626.525,45	658.839,03	692.652,68	741.670,19
520106	REMUNERACIONES A OTROS TRABAJADORES AUTÓNOMOS		5.040,00	5.140,80	5.243,62	5.348,43	5.455,46
520108	MANTENIMIENTO Y REPARACIONES		15.640,00	15.952,80	16.271,86	16.597,30	16.929,24
520111	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD		57.600,00	58.152,00	59.327,04	61.025,56	62.948,03
520114	SEGUROS Y REASEGUROS (primas y coacciones)		18.000,00	18.360,00	18.727,20	19.101,74	19.493,77
520115	TRANSPORTE		12.000,00	12.240,00	12.484,80	12.734,50	12.989,19
520116	AGUA, ENERGÍA, LUZ, Y TELECOMUNICACIONES		20.760,00	21.175,20	21.598,70	22.030,67	22.471,28
520127	OTROS GASTOS		927,00	945,54	964,45	983,74	1.003,41
5202	GASTOS ADMINISTRATIVOS	419.293,34	1.233.743,22	1.267.719,77	1.391.213,61	1.441.455,72	1.519.841,87
520220	IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y OTROS	419.293,34	722.038,27	755.038,81	758.682,66	809.131,44	886.107,59
520221	DEPRECIACIONES-AMORTIZACIONES:	0	511.710,95	512.620,96	632.530,95	632.324,29	633.734,28
5203	GASTOS FINANCIEROS	-	279.416,42	231.819,56	177.883,87	116.765,16	47.506,83
520301	INTERESES	-	279.416,42	231.819,56	177.883,87	116.765,16	47.506,83
60	GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES E IMPUESTO A LA RENTA DE OPERACIONES CONTINUADAS	(419.293,34)	1.281.877,84	839.705,31	644.061,44	460.741,84	220.671,38
62	GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE IMPUESTOS	(419.293,34)	1.281.877,84	839.705,31	644.061,44	460.741,84	220.671,38
64	GANANCIA (PÉRDIDA) DE OPERACIONES CONTINUADAS	(419.293,34)	1.281.877,84	839.705,31	644.061,44	460.741,84	220.671,38
82	RESULTADO INTEGRAL TOTAL DEL AÑO	(419.293,34)	1.281.877,84	839.705,31	644.061,44	460.741,84	220.671,38

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

4.2. Flujo de Caja Proyectado (Simulación Montecarlo)

Se realizó dos flujos de caja, uno para cada presentación, respetando los porcentajes otorgados de la producción total para cada uno, los mismo que son 60% y 40% para fundas de 300gr y 600gr respectivamente.

Los flujos permiten analizar de manera sintetizada con las variables consideradas para la simulación de Montecarlo, las situaciones en el lapso de los cinco años de la compañía, donde se puede observar la cantidad a producir, el costo variable y precio, los mismos que se estima sean crecientes de manera progresiva, dando como resultado una estabilidad económica con proyección a una gran rentabilidad del negocio.

Tabla 21: Flujo de Efectivo según Simulación Montecarlo por cada presentación.

PRESENTACION 300GR						
Cantidad		10.886.400	11.104.128	11.437.252	11.780.370	12.369.389
Precio		\$ 2,22	\$ 2,26	\$ 2,30	\$ 2,34	\$ 2,38
Costo Variable		\$ 2,02	\$ 2,06	\$ 2,10	\$ 2,14	\$ 2,18
AÑO	0	1	2	3	4	5
Ingresos						
Operacionales		24167808,00	25095329,28	26305679,60	27566065,80	29439145,82
Venta Activo				43172,43		
Costo Variable		21990528,00	22874503,68	24018229,20	25209991,80	26965268,02
Costos Fijos		500253,91	517278,82	539554,97	562716,71	595095,45
Depreciación		307026,57	307572,57	379518,57	379394,57	380240,57
Valor Libro				422691,00		
Utilidad		1369999,52	1395974,20	988858,29	1413962,72	1498541,78
Impuesto (36,25%)		433222,96	453059,29	455209,60	485478,86	531664,56
Utilidad Neta		936776,56	942914,92	533648,69	928483,86	966877,23
Depreciación		307026,57	307572,57	379518,57	379394,57	380240,57
Valor Libro				422691,00		
Inversión Fija	-1645173,348					
Capital de Trabajo	-4800					4800
Valor de Desecho						81334,2
Flujo	-1649973,35	1243803,13	1250487,49	913167,26	1307878,43	1433251,99
VAN	\$ 2.966.204,29	Tasa Descuento	22,33%	TIR	67,87%	

PRESENTACION 600GR

Cantidad		3.628.800	3.701.376	3.812.417	3.926.790	4.123.130
Precio		\$ 4,35	\$ 4,43	\$ 4,51	\$ 4,59	\$ 4,67
Costo Variable		\$ 3,95	\$ 4,03	\$ 4,11	\$ 4,19	\$ 4,27
AÑO	0	1	2	3	4	5
Ingresos						
Operacionales		15785280,00	16397095,68	17194000,67	18023966,10	19255017,10
Venta Activo				28781,62		
Costo Variable		14333760,00	14916545,28	15669033,87	16453250,10	17605765,10
Costos Fijos		333502,61	344852,55	359703,32	375144,47	396730,30
Depreciación		204684,38	205048,38	253012,38	252929,71	253493,71
Valor Libro				281794,00		
Utilidad		913333,01	930649,47	659238,73	942641,81	999027,99
Impuesto (36,25%)		288815,31	302039,52	303473,06	323652,58	354443,04
Utilidad Neta		624517,70	628609,95	355765,66	618989,24	644584,95
Depreciación		204684,38	205048,38	253012,38	252929,71	253493,71
Valor Libro				281794,00		
Inversión Fija	-1096782,232					
Capital de Trabajo	-3200					3200
Valor de Desecho						54222,8
Flujo	-1099982,23	829202,08	833658,33	608778,04	871918,95	955501,46
VAN	\$1.977.469,50	Tasa de Descuento	22,33%		67,87%	

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

4.3. Balance General Proyectado

El Balance General muestra contablemente los activos, los mismos que suman \$3.674.439,03 en año uno, los pasivos que corresponden a \$2.392.561,19 y la diferencia entre estos, genera un patrimonio neto de \$1.281.877,84 en año uno vs el incremento que presenta en el año cinco que es de \$3.447.057,80 siendo una situación favorable para el proyecto.

Tabla 22: Balance General

BALANCE GENERAL PROYECTADO							
EN DÓLARES							
		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	ACTIVO	2.749.955,58	3.674.439,03	4.109.153,08	4.294.287,57	4.234.983,76	3.866.351,14
101	ACTIVO CORRIENTE	2.749.955,58	1.444.194,39	2.385.429,40	2.826.994,84	3.388.915,31	3.632.916,97
10101	EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO	2.749.955,58	1.444.194,39	2.385.429,40	2.826.994,84	3.388.915,31	3.632.916,97
1010101	CAJA-BANCO	2.749.955,58	1.016.822,39	1.429.462,08	1.131.739,02	1.524.133,92	1.581.657,44
1010102	Inventaria	-	427.371,40	955.967,32	1.695.255,81	1.864.781,39	2.051.259,53
102	ACTIVO NO CORRIENTE	-	2.230.244,63	1.723.723,68	1.467.292,73	846.068,45	233.434,17
10201	PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	-	362.508,17	322.921,33	533.424,50	379.134,33	233.434,17
1020101	TERRENOS	-	85.000,00	85.000,00	85.000,00	85.000,00	90.000,00
1020102	EDIFICIOS	-	120.000,00	120.000,00	132.000,00	132.000,00	142.000,00
1020104	INSTALACIONES	-	25.000,00	27.000,00	29.000,00	31.000,00	33.000,00
1020105	MUEBLES Y ENSERES	-	1.355,00	1.855,00	2.355,00	2.855,00	3.355,00
1020106	MAQUINARIA Y EQUIPO	-	1.580,00	2.180,00	2.780,00	3.380,00	3.980,00
1020108	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	-	8.350,00	8.350,00	9.350,00	14.350,00	14.350,00
1020109	VEHÍCULOS, EQUIPOS DE TRANSPORTE Y EQUIPO CAMINERO	-	70.000,00	70.000,00	420.000,00	420.000,00	420.000,00
1020110	OTROS PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	-	96.000,00	99.000,00	109.000,00	112.000,00	115.000,00
1020112	(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	-	(44.776,83)	(90.463,67)	(256.060,50)	(421.450,67)	(588.250,83)
10207	OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES	-	1.867.736,46	1.400.802,35	933.868,23	466.934,12	-
1020706	OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES	-	1.867.736,46	1.400.802,35	933.868,23	466.934,12	-
102070601	GASTOS PREOPERATIVOS	-	2.334.670,58	2.334.670,58	2.334.670,58	2.334.670,58	2.334.670,58
102070699	(-) AMORTIZACIÓN ACUMULADA	-	(466.934,12)	(933.868,23)	(1.400.802,35)	(1.867.736,46)	(2.334.670,58)
2	PASIVO	2.749.955,58	2.392.561,19	1.987.569,93	1.528.642,98	1.008.597,33	419.293,34
202	PASIVO NO CORRIENTE	2.749.955,58	2.392.561,19	1.987.569,93	1.528.642,98	1.008.597,33	419.293,34
20203	OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES	2.749.955,58	2.392.561,19	1.987.569,93	1.528.642,98	1.008.597,33	419.293,34
2020301	LOCALES	2.749.955,58	2.392.561,19	1.987.569,93	1.528.642,98	1.008.597,33	419.293,34
3	PATRIMONIO NETO	(0,00)	1.281.877,84	2.121.583,15	2.765.644,58	3.226.386,43	3.447.057,80
301	CAPITAL	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00
30101	CAPITAL SUSCRITO O ASIGNADO	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00
302	APORTES DE SOCIOS O ACCIONISTAS PARA FUTURA	411.293,34	411.293,34	411.293,34	411.293,34	411.293,34	411.293,34
306	RESULTADOS ACUMULADOS	-	(419.293,34)	862.584,50	1.702.289,81	2.346.351,25	2.807.093,09
30601	GANANCIAS ACUMULADAS	-	(419.293,34)	862.584,50	1.702.289,81	2.346.351,25	2.807.093,09
3060101	Ganancia Acumulada	-	(419.293,34)	862.584,50	1.702.289,81	2.346.351,25	2.807.093,09
307	RESULTADOS DEL EJERCICIO	(419.293,34)	1.281.877,84	839.705,31	644.061,44	460.741,84	220.671,38
30701	GANANCIA NETA DEL PERIODO	(419.293,34)	1.281.877,84	839.705,31	644.061,44	460.741,84	220.671,38
3070101	Ganancia del Ejercicio Actual	-419.293,34	1.281.877,84	839.705,31	644.061,44	460.741,84	220.671,38
	PASIVOS + PATRIMONIO	2.749.955,58	3.674.439,03	4.109.153,07	4.294.287,56	4.234.983,76	3.866.351,14

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

CAPÍTULO V

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

5.1. Análisis TIR – VAN

Como es de conocimiento empresarial es muy importante realizar un análisis sobre la viabilidad y rentabilidad de un proyecto, por lo tanto se eligió las cuantificaciones del Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno para obtener un panorama sin mucho detalle. Ver Tabla 23.

Tabla 23: TIR-VAN

INDICADORES FINANCIEROS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA		\$	\$	\$	\$	\$
		2.073.005,21	2.084.145,82	1.521.945,30	2.179.797,38	2.388.753,46
VALOR ACTUAL	\$4.943.673,79					
INVERSION	-\$					
	2.741.955,58					
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	\$					
	2.201.718,21					
TASA INTERNA DE RETORNO TIR	67,87%					
TASA DE DESCUENTO	22,33%					
PERIODO DE RECUPERACION	Año 2					
FLUJO	-\$	\$	\$	\$	\$	\$
	2.749.955,58	2.073.005,21	2.084.145,82	1.521.945,30	2.179.797,38	2.388.753,46
FLUJO ACUMULADO	-\$	-\$	\$	\$	\$	\$
	2.749.955,58	676.950,37	1.407.195,45	2.929.140,75	5.108.938,13	7.497.691,59

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

Según los cálculos realizados, en base al flujo de caja ya expuesto, generando un valor actual de USD\$ 4.943.673,79 menos una inversión de USD\$ 2,741,955.58 nos da que el VAN es de USD\$ 2.201.718,21, el mismo que refleja una tasa de retorno de 67.87%, con un periodo de recuperación

de 2 años aproximadamente, finalizando en que es un proyecto viable, ya que a un periodo de cinco años la inversión retorna y genera utilidad neta.

5.2. Análisis TMAR y Comparación con el TIR

Tabla 24 Calculo del TMAR y Comparación con el TIR

TMAR	22,33%	0,2232755
i (inflación del ecuador últimos años)	3,23%	0,0323
F (mayor tasa de interés registrada por los bancos como pago por depósitos a plazo)	18,50%	0,185
<u>TIR vs TMAR</u>	<u>67,87%</u>	<u>22,33%</u>

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

Adicional para estar seguros de que los bancos iban aceptar realizar una inversión a este tipo de negocio, se consideró el cálculo del TMAR para luego ser comparado con el TIR; la misma que resulto favorable ya que se presenta un TMAR del 22.33% siendo este inferior al TIR que es el 67.87%, asegurando una aceptación comercial.

5.3. Análisis de indicadores financieros

5.3.1 Liquidez y Solvencia

Tabla 25: Ratios Liquidez y Solvencia

liquidez y solvencia	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital de trabajo	\$ (956.444,85)	\$ 878.008,49	\$ 2.468.674,46	\$ 4.512.854,03	\$ 6.683.815,46
coeficiente de liquidez	0,52	1,56	3,23	\$ 8,66	0

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gomez)

La situación que muestra los análisis de Liquidez y Solvencia, son relativamente favorables, ya que en el plazo de retorno planteado se cumple lo esperado, presenta un capital de trabajo en contra de USD\$956.444,85, valor que al finalizar los cinco años llega a quintuplicar el monto,

presentando un coeficiente de liquidez del 0.52 centavos, es decir que por cada dólar de obligación vigente tiene un respaldo de cincuenta y dos centavos situación que mejora en el periodo de cinco años, concluyendo que al finalizar el plazo del financiamiento adquirido genera una liquidez en aumento, es decir por cada dólar de obligación, la empresa tendrá USD\$8.66.

5.3.2. Endeudamiento

Tabla 26: Ratios Endeudamiento

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Endeudamiento sobre activos totales	60.77	37.61	21.99	9.91	0
Concentración de Endeudamiento	1.61	0.74	0.36	0.14	0

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

Según los Indicadores de Endeudamiento el nivel de participación de los acreedores sobre mis activos totales, situación levemente riesgosa, ya que sobrepasa un nivel medio pero aceptable, considerando que es una empresa proyecto, además posee un endeudamiento alto con los acreedores que sobre pasa el patrimonio debido a que se adquirió una deuda de titulación para financiar el proyecto, deuda amortizada a 5 años, por lo cual para el quinto año la deuda queda en 0

5.3.3. Actividad

Tabla 27: Ratios Actividad

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rotación de Activos operaciones	17.11	17.77	18.63	19.53	20.86
Rotación de Activos Fijos	98.10	100.37	55.10	56.95	59.26
Rotación de Activo Total	\$ 12.30	\$ 9.95	\$ 8.62	\$ 7.66	\$ 7.04
Rotación de Capital de Trabajo	\$ (41.77)	\$ 47.26	\$ 17.62	\$ 10.10	\$ 7.29

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

Al momento de analizar la Actividad de la Empresa, se encontró que genera una creciente en sus activos operacionales concluyendo que ofrece buena rentabilidad y una buena utilidad; que todos los activos brutos son relativamente nuevos; que la empresa por cada dólar invertido en activo fijo, venderá al primer año \$12.30 y adicional muestra que al primer año no tendrá capital respaldado pero a partir de los siguientes años maneja un respaldo estable.

5.3.4. Rentabilidad

Tabla 28: Ratios Rentabilidad

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rentabilidad del Patrimonio	76%	44%	31%	25%	21%
Margen Operacional de Rentabilidad	7%	7%	7%	7%	6%
Gastos Pre-operativos y Ventas	6%	6%	5%	5%	5%
Margen Bruto de Utilidad	9%	45%	45%	44%	44%
Margen Neto de Utilidad	3%	3%	3%	3%	3%

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

Empresa si genera Rentabilidad del Patrimonio, los primeros 3 años presenta una utilidad operacional del 7% la misma que en los siguientes se mantiene, variando solo el último año en una decreciente de 1%. Adicional la compañía muestra una decreciente en los gastos pre-operativos, esta situación se da debido a que es nueva, un incremento del 45% en la utilidad bruta después del segundo año de implementación, además genera una leve utilidad neta que va del 3% en año uno, manteniéndose en el 3% en el año cinco. Resultado muy favorable para ser una Empresa Proyecto.

5.4. Análisis de Escenarios Pesimistas

Tabla 29: Escenarios pesimistas TIR vs VAN vs TMAR

	VALORES DEL PROYECTO	VARIACION CANTIDAD (reducción del 15%)	VARIACION PRECIO (disminución del 4%)	VARIACION COSTO (incremento del 5%)
TIR	67,87%	44,52%	-17,64%	-45,70%
VAN	\$4943673,79	\$3326439,56	\$52107,66	\$-631705,80
TMAR	22,33%	22,33%	22,33%	22,33%

Elaboración: Autores (Daniel Salcedo y Karina Gómez)

En base a las tres variables que intervienen en la simulación de Montecarlo y con un TMAR constante, se elabora un cuadro con variaciones en reducción del 15% en la cantidad de producción que genera un TIR del 44.52%, un VAN de \$3.326.439,56 dando como resultado una disminución de ganancia total pero con aun posibilidades de generar un nuevo producto; con la disminución del 4% en el precio venta a los importadores se obtiene como resultado un TIR de -17,64% y un VAN de \$52107.66 señalando una total negativa con respecto a la aceptación del producto y aclarando que el proyecto debe cuidar mucho los descuentos futuros que desee hacer; finalmente el incremento del 5% en los costos de elaboración del producto resultando un TIR del -45.70% y un VAN de \$ -631.705,80 panorama totalmente negativo, rubros que lograrían que los inversionistas no deseen seguir con el proyecto.

Conclusiones

Después del estudio de factibilidad realizado, incluyendo estudios de mercados cualitativos y cuantitativos, y análisis de proyecciones financieras, se ha podido llegar a la conclusión de que el producto que tiene la innovación de promocionar camarones con valor agregado, ya que se lo ofrece pelado, desvenado, aliñado y apanado listo para freír con empaque al vacío, para que el mismo sea más fresco y sin perseverantes.

Luego de analizar los indicadores financieros, se obtuvo que el proyecto sería rentable, determinando el valor a venta para los importadores chilenos en el primer año es de \$2.22 para las fundas de 300gr y \$4.35 para las fundas de 600gr, llegando al año 5 con PVP de \$2.38 y \$4.67 respectivamente, generando ganancia bruta al primer año de \$3,628,800.00, situación factible para el plazo de 5 años, con un retorno de la inversión en el 2do año de operaciones. Con respecto a la comparación TMAR vs TIR, 22.33% y 67.87% respectivamente, genera una aceptación comercial por ser el TIR mayor al TMAR.

El mercado chileno se muestra muy interesado en los camarones de 18-20 y 20-22 gr siendo una de las especificaciones a seguir para la elaboración del producto, gusta de importar camarón ecuatoriano ya que lo consideran de excelente calidad y es el de su preferencia.

En Chile disponen de muy poco tiempo para la preparación de alimentos, por lo cual representa un mercado atractivo para los productos que requieren poco o nulo tiempo de preparación, como lo son los alimentos listos para cocinas y servir, concluyendo mediante encuestas que el producto tendrá gran aceptación en el mercado.

El desarrollo de la economía chilena ha propiciado y abierto campo, a gran variedad de productos y consumidores dispuestos a pagarlo con gran poder

adquisitivo, por lo cual, el consumo de camarones ya no representa el lujo de pocos, sino un alimento de primera necesidad y consumo.

La introducción de este producto tendrá éxito, no solo por cuanto el valor agregado se refiere, sino por la calidad del camarón ecuatoriano y su excelente reputación en el mercado chileno, por lo cual los más grandes supermercados, distribuidores y mayoristas, tienen siempre entre su abanico de productos, camarones ecuatorianos congelados.

Recomendaciones

Llevar a cabo el proyecto, cuidando los estándares de calidad internacionales, así como el empaque y el embalaje de los mismos. Se requerirá obtener en el Ministerio de Salud de Chile, los permisos sanitarios correspondientes para la importación de este producto, y por el cual debe llevar marcado en el etiquetado del mismo.

Se recomienda a largo plazo la adquisición de piscinas de producción camaronera, con la finalidad de obtener toda la línea de producción, disminuyendo costos, aumentando la rentabilidad, mejorando la productividad y la calidad de las mismas.

A mediano plazo, con el éxito del mismo, se recomienda expandirse a nuevos mercado consumidores de camarón, de preferencia dentro de países americanos o europeos.

BIBLIOGRAFÍA

- AmericaEconomia.com. (26 de Enero de 2011). *América Economía*. Recuperado el 08 de Diciembre de 2012, de <http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/chile-cuatro-cadenas-de-supermercados-concentran-el-88-de-las-ventas-del-sector>
- Américaeconomía.com. (02 de Febrero de 2011). *americaeconomia*. Recuperado el 20 de Enero de 2014, de <http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/chilenos-consumieron-casi-siete-mil-toneladas-de-camaron-ecuatoriano-en-los-ulti>
- AquaHoy. (16 de Febrero de 2008). *aquahoy*. Recuperado el 13 de Febrero de 2013, de <http://www.aquahoy.com/component/content/article/156-uncategorised/3606-ecuador-la-crisis-de-la-mancha-blanca>
- BancoCentral. (2013). *bcentral.cl*. Recuperado el 20 de Enero de 2014, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/06/PROEC_PPM2013_CAMARONES_FRANCI A.pdf
- Chile, A. (Abril de 2014). *Aduana*. Recuperado el 15 de Mayo de 2014, de <http://www.aduana.cl/importaciones/aduana/2007-04-16/165920.html>
- Chile, A. G. (2012). *ASACH*. Recuperado el 03 de Febrero de 2013, de <http://www.asach.com/>
- CNA, C. N. (01 de Julio de 2010). *CNA-Ecuador*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2012, de http://www.cna-ecuador.com/index.php?option=com_content&view=article&id=144%3A01072010-en-chile-importaciones-de-camaron-ecuatoriano-aumentaron-un-5&catid=47%3Anoticiasinternacionales&Itemid=70&lang=es
- DonCamaron. (2012). *doncamaron*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2013, de <http://www.doncamaron.cl/empresa.htm>
- ElUniverso. (5 de Julio de 2005). *El Universo*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2012, de

<http://www.eluniverso.com/2005/07/05/0001/9/760DF483953B4660B554E8CD88CB4400.html>

ElUniverso. (08 de Octubre de 2012). *El Universo*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2012, de <http://eluniverso.com/2012/10/08/1/1356/problemas-sanitarios-vietnam-compra-8741-mas-camaron-ecuador.html>

ElUniverso. (12 de Marzo de 2014). *El Universo*. Recuperado el 10 de Junio de 2014, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/03/12/nota/2343566/ecuador-exporto-297-mas-camaron>

EmpagranS.A. (2013). *empagran*. Recuperado el 15 de Mayo de 2014, de <http://www.empagran.com/quienes-somos.html>

Maldonado, M. (03 de Julio de 2012). *Saber Sin Fin*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2012, de <http://www.sabersinfin.com/articulos-2/ciencia-y-tecnologia/3460-la-vida-de-los-camarones.html>

Millan, M. (02 de Agosto de 2012). *Piscicultura10*. Recuperado el 20 de Enero de 2014, de <http://piscicultura10.blogspot.com/>

ProEcuador. (2013). *proecuador*. Recuperado el 15 de Mayo de 2014, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/06/PROEC_PPM2013_CAMARONES_FRANCI A.pdf

ProEcuador. (2014). *proecuador*. Recuperado el 10 de Junio de 2014, de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/fishing-and-aquaculture/>

Roa, T. (10 de Marzo de 2014). *ElEconomistaAmerica*. Recuperado el 10 de Junio de 2014, de <http://www.eleconomistaamerica.com/economia-eAm-chile/noticias/5607437/03/14/Chile-dispara-su-atractivo-inversor-por-la-devaluacion-del-peso.html#.Kku8dQ6lV4phkhZ>

Sánchez, A. (Julio de 2010). *CYD CONACYT*. Recuperado el 15 de Mayo de 2014, de http://www.cyd.conacyt.gob.mx/244/Articulos/Virus_gran_amenaza/VirusCamaron2.html

SUBPESCA, S. d. (s.f.). *Subsecretaría de Pesca y Acuicultura*. Recuperado el 20 de Enero de 2014, de <http://www.subpesca.cl/orientacion/604/w3-article-80537.html>

TRADEMAP. (2012). *trademap*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2013, de <http://www.trademap.org/Bilateral.aspx?nvpm=1|152||218||160520||6|1|1|1|1||1|1|>

Uquillas, C. A. (2008). *EUMED*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2012, de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2008/au.htm>

Zapata, J. C. (2013). *intecap*. Recuperado el 15 de Mayo de 2014, de www.intecap.edu.gt/oml/images/noticias/feb2014/negocios.pdf

GLOSARIO

Peneidos (penaeidae): son una familia de crustáceos que incluye varias especies de importancia económica, como el langostino tigre, el camarón patiblanco, el camarón blanco del Atlántico, la gamba blanca y el camarón de la India. Estos langostinos y camarones son objetivo de la pesca comercial y también son producto de la acuicultura en ambientes marinos y en agua dulce.

Pereiópodos: Son las estructuras anatómicas pares, formadas por elementos articulados entre sí, que se insertan en ciertas partes del cuerpo de los crustáceos.

Pleópodos birrámeos: Son las estructuras anatómicas pares, formadas por elementos articulados entre sí, que se insertan en ciertas partes del cuerpo de los crustáceos provistos de dos ejes característica de los acuáticos, constan de dos partes que sirven como punto de unión con el cuerpo.

Maxilípedos: Son las estructuras anatómicas pares, formadas por elementos articulados entre sí que actúan como piezas bucales adicionales.

Artemia: Es un género de los crustáceos con branquias, habitan en aguas salobres, son capaces de evitar a la mayoría de depredadores potenciales, como los peces.

Nimaviridae: Es una familia de virus que comprende solo un genero, que afecta a los camarones produciendo el síndrome de la mancha blanca.

Bicatenario: Es un virus en el que el material genético está compuesto por ADN de doble cadena, son los virus ADN más diversos y frecuentes que corresponden al Grupo I de la clasificación Baltimore.

Nucleocápside: se refiere al material genético envuelto en su estructura proteica formada por una serie de monómeros.

ANEXOS

CÓMO OBTENER EL CERTIFICADO DE DESTINACIÓN ADUANERA (CDA),

¿Qué pasos hay que dar para obtener autorización para ingresos de alimentos al país?

Luego de efectuar los trámites aduaneros correspondientes, el usuario debe realizar los procedimientos de internación de alimentos ante la Autoridad Sanitaria Regional correspondiente a la jurisdicción de la Aduana para obtener el Certificado de Destinación Aduanera CDA y del domicilio de la bodega, para obtener la autorización de uso y disposición.

¿Qué es un certificado de destinación aduanera (CDA)?

Es una Resolución emitida por la SEREMI de Salud, correspondiente al lugar en que se encuentra ubicada la Aduana por la cual ingresaron los productos, la que autoriza el retiro y transporte de las mercaderías, desde los recintos aduaneros a la bodega o depósito autorizado donde serán almacenados los productos . Dicho Certificado de Destinación Aduanera debe indicar la dirección de la bodega debidamente autorizada, ruta y condiciones de traslado de las mercaderías.

“Este certificado (CDA) no faculta al propietario para trasladar a ningún lugar que no sea la bodega destino, cambiar, usar o consumir los alimentos que en ella se indiquen. “

Una vez concluida la tramitación del certificado de destinación aduanera y los retirados productos de los recintos primarios de Aduanas, el importador asumirá las siguientes obligaciones y responsabilidades:

- a. Trasladar los productos alimenticios a la bodega indicada en el CDA, a través de la ruta y las condiciones de transporte señaladas en la misma certificación. Según el Art.68 del Reglamento Sanitario de los Alimentos D.S. 977/96, indica que los vehículos que transporten alimentos perecibles que requieran frío para su conservación, deberán contar con Autorización Sanitaria para ese fin.
- b. Mantener los productos en dicha bodega, absteniéndose de usarlos, consumirlos, venderlos, cederlos o disponer de ellos a ningún título, antes de obtener la autorización de uso y disposición de la

SEREMI de Salud de la Región donde se encuentra la bodega de destino.

c. Requerir la autorización de uso y disposición de la SEREMI de Salud de la Región donde se encuentra la bodega de destino, acompañando a su solicitud copia del CDA. El incumplimiento de las condiciones anteriores serán sancionadas por la Autoridad Sanitaria, previa instrucción del sumario sanitario correspondiente, en conformidad a lo establecido en el libro X (diez) del Código Sanitario (D.F.L. 725/67).

¿Cómo se solicita el CDA?

El Certificado de Destinación Aduanera debe ser solicitado en la SEREMI de Salud coincidente con la jurisdicción de la oficina de Aduana por la cual hace Ingreso el o los productos, mediante el formulario para tales efectos. En la SEREMI de Salud R.M. existen dos vías para realizar este tipo de procedimientos: *Trámite en Línea. *Trámite Manual Cualesquiera que sean las vías para obtener el CDA en la Región Metropolitana, la Autoridad Sanitaria solicita los siguientes documentos: *Factura del producto. -Copia de Resolución Sanitaria de la bodega destino autorizada. -Guía Aérea.

¿Cómo se realiza el trámite en línea?

Para ingresar al Sistema de Trámite en Línea, deberá conectarse a Internet e ingresar la siguiente dirección ww.asrm.cl Una vez dentro de la página principal deberá seleccionar la opción TRAMITE EN LINEA. Completar los datos de la Solicitud de Certificado de Destinación Aduanera (CDA) que se encuentra dentro de la opción Comercio Exterior y seleccione el tipo de CDA de alimentos. Posteriormente hecho el ingreso de todos los datos de la solicitud el sistema entregará un comprobante para realizar el pago.

¿Cómo se realiza el trámite manual?

Para realizar el trámite de obtención del CDA, debe concurrir a una de las siguientes oficinas, en los siguientes Horarios de Lunes a Jueves 9:00 a 13:30 hrs. y los Viernes de 9:00 a 13:00 hrs.

Oficina Central Avenida Bulnes # 194, Santiago Oficina de Melipilla Plaza de Armas # 550, Melipilla Oficina de Talagante Esmeralda # 1177, Talagante Oficina de San Bernardo Freire # 493, San Bernardo Oficina de Chacabuco Av.General San Martín #243–253, Colina Oficina de Cordillera Concha y Toro #469, Puente Alto En esta oficinas deberá solicitar y completar el formulario de Solicitud de Certificado de Destinación Aduanera (CDA) correspondiente al producto a importar además de pagar el respectivo arancel.

¿En qué consiste la Autorización de Uso y Disposición?

Consiste en una Resolución emitida por la SEREMI de Salud, correspondiente a la jurisdicción donde se encuentra ubicada la bodega que almacena las mercaderías, instrumento en virtud del cual se autoriza o rechaza al importador el uso, venta, consumo, cesión y disposición de los productos importados. Previo a tal autorización la Secretaría Regional Ministerial de Salud R.M., inspeccionará y/o someterá a análisis de laboratorio dichos productos para comprobar que cumplan con la normativa sanitaria vigente

¿Cómo se obtiene la Autorización de Uso y Consumo?

En la SEREMI de Salud R.M. existen dos vías para realizar este tipo de procedimientos: *Tramite en Línea. *Trámite Manual. Cualesquiera que sean las vías para obtener la Autorización de Uso y disposición de productos importados de alimentos en la Región requerirá la siguiente documentación: -Certificado de Destinación Aduanera. -Copia de Factura de Compra -Copia de Resolución Sanitaria de la Bodega o Depósito autorizado *Certificado Sanitario del país de origen del producto válido para cada partida de importación o, Certificado de libre venta de los productos.

*Ficha Técnica emitida por el fabricante del producto en español, para los productos importados por primera vez al país o con cambio de formulación respecto a los importados previamente. *-Rótulo o proyecto de rotulación con el formato que permita dar cumplimiento a lo dispuesto en el Reglamento Sanitario de los Alimentos (Decreto 9 Minsal). 77/96

Sin perjuicio de lo anterior, y para resolver mejor, la Autoridad Sanitaria está facultada para solicitar mayores antecedentes respecto a un producto.

¿Cómo se obtiene la autorización de uso y disposición por trámite en línea?

Para ingresar al Sistema de Trámite en Línea, deberá conectarse a Internet e ingresar la siguiente dirección www.asrm.cl Una vez dentro de la página principal deberá seleccionar la opción TRAMITE EN LINEA. Completar los datos de la Solicitud de Uso y Disposición de productos importados que se encuentra dentro de la opción Comercio Exterior. Posteriormente hecho el ingreso de todos los datos de la solicitud el sistema entregará un comprobante para realizar el pago.

¿Cómo se obtiene la autorización de uso y disposición por trámite manual?

Para realizar el trámite Solicitud de Autorización de Uso y disposición de productos importados de alimentos, debe concurrir a la siguiente oficina, en los siguientes Horarios de Lunes a Jueves 9:00 a 13:30 hrs. y los Viernes de 9:00 a 13:00 hrs.

Oficina Central Avenida Bulnes # 194, Santiago En esta oficina deberá solicitar y completar el formulario Solicitud de Autorización de Uso y disposición de productos importados de alimentos, además de pagar el respectivo arancel.

¿En qué consiste la autorización para rotular en origen (Resolución genérica)?

Conforme a lo estipulado en el artículo 107 letra m) del Reglamento Sanitario de los Alimentos (D.S. 977/96 del Minsal), los alimentos de importación habitual, y cuya autorización de uso y consumo sea otorgada por el mismo Servicio de Salud, podrán ser rotulados en el país de origen con el número y fecha de una resolución de autorización de uso y consumo anterior elegida para este propósito. A solicitud del interesado, expresada mediante carta al Secretario Regional Ministerial de Salud R.M., la Autoridad Sanitaria podrá emitir, si los antecedentes así lo ameritan, una resolución que autorice para rotular en origen y que sirva como referencia para importaciones posteriores. Sin embargo, cada partidas de importación

deberá ser autorizada de acuerdo a los procedimientos descritos precedentemente.

¿Cuál es el procedimiento para obtener una solicitud para rotular en origen?

Para obtener esta autorización el importador deberá cumplir con los siguientes requisitos: *Carta solicitud enviada por el interesado: en esta carta dirigida a la Seremi de Salud debe especificar: tipo del producto, tipo de envases (papel, tarro o vidrio), cantidades envasadas (kilos, litros, granulado, etc), que empresa lo elabora, quien lo envasa, quien lo distribuye, marca del producto, país de origen. *Copia de la Resolución de Autorización de Uso y Consumo del alimento que se quiere adoptar como referencia. *Etiquetas, envases o proyecto de rotulo de los productos con el formato que permita dar cumplimiento a la normativa nacional. *certificado de calidad química y microbiológica (según corresponda). *certificado de análisis del país de origen. *certificado sanitario o libre venta del país de origen. *ficha técnica de o los productos. Nota: Se debe ingresar esta carta con todos los antecedentes en oficina de partes.

¿Cuál es procedimiento para reingresar o reimportar alimentos?

Los alimentos que reingresen al país, cualquiera sea su causal de rechazo en el país destino deben dar cumplimiento a lo establecido en los procedimientos de Certificado de Destinación Aduanera (CDA) y Autorización de Uso y Disposición de productos además acreditar la causal de rechazo mediante un certificado emitido por o la autoridad competente o documento técnico comercial. La totalidad de las partidas correspondientes a los alimentos reingresados serán sometidas al trámite con inspección con toma de muestra.

¿Qué debo hacer en el caso de que los productos se atribuyan o poseen fines terapéuticos y se anuncie como alimento?

Deberán contar con una resolución de régimen de control a aplicar emitido por el Instituto de Salud Pública, solicitud que debe ingresar interesado en el mencionado instituto, ubicado en Marathon 1.000 Ñuñoa.

¿Cuál es el procedimiento para liberar de aduana alimentos para uso personal?

El procedimiento de ingreso de alimentos para uso personal o muestra sin valor comercial para ensayos de laboratorio, cuando aduana retiene el producto, consiste en solicitar un visado de la guía aérea o documento de retención de productos alimenticios, los cuales serán evaluados dependiendo de que cumplan con su composición como alimentos, de su finalidad, la clasificación de los productos y la cantidad de Kg., en este último caso, la mercancía no podrá superar los 20 Kg. de alimentos terminados, o 250 g. para el caso de aditivos o materias primas. La VISACION de cargas aéreas se debe obtener en la Oficina de Atención al Usuario, de esta Seremi de Salud, ubicada en Paseo Bulnes 194 1° Piso, Modulo de Alimentos. Para ello debe adjuntar la Guía Aérea o retención de Aduana, factura que indique la naturaleza del producto y otro documento que pudiese requerir el profesional para mejor resolver, tal como fichas técnicas, certificados sanitarios y/o certificados de libre venta y otros y cancelar el arancel correspondiente.

Manual de Funciones

JUNTA DE ACCIONISTAS

La junta de accionistas, está conformada por aquellos que son poseedores de acciones en la empresa, inicialmente son 2 personas que esta detallado anteriormente. De esta Junta de Accionistas, se elige un presidente, del cual su función general va a ser, dar el informe a los accionista sobre los resultados de la compañía, éxitos, posibles fracasos, requerimientos de inyección de capital, reparto de utilidades, entre otras funciones propias de esta junta.

El presidente de la Junta de Accionistas, tiene poder superior al Gerente General (que también será el Representante Legal).

GERENTE GENERAL

PERFIL REQUERIDO

EDUCACIÓN: Se necesitan estudios de tercer nivel en administración, sobre todo conocimientos de gerencia estratégica, comercio exterior y finanzas.

EXPERIENCIA: 5 años de experiencia en trabajos relacionados en áreas similares, preferentemente en la exportación de productos acuícolas.

DESCRIPCIÓN DEL CARGO.-

RESPONSABILIDADES:

- Revisar los movimientos de la empresa
- Manejar proveedores y pedidos.
- Controlar al personal, y supervisar su rendimiento.
- Revisar las Facturas emitidas por los departamentos para su pago.
- Aprobar los pagos y facturación de manera dual. (Jefe de Departamento y Gerente General).
- Manejo de capital.
- Aprobar y supervisar las ventas realizadas.
- Mantener al día la documentación en cuanto a permisos.
- Llevar reportes de producción y ventas.

COMPETENCIAS REQUERIDAS:

- Liderazgo y manejo de equipos.
- Investigación de mercado.
- Manejo de clientes y proveedores con empatía.
- Comprensión y uso eficiente de las herramientas tecnológicas y sistemas de información.
- Manejo de herramientas estadísticas para llevar a cabo informes.

El gerente general es el representante legal de la compañía, es el responsable de cumplir con los objetivos de la empresa y procurar que en corto plazo el negocio sea rentable por medio de una gerencia de puertas abiertas, además de manejar el personal.

JEFE DE PRODUCCION

PERFIL REQUERIMIENTO

EDUCACIÓN: Se necesitan estudios de tercer nivel en acuicultura, agronomía, o similares, con conocimientos sobre la producción de camarón, su trato y embalaje cumpliendo los requisitos sanitarios y de calidad internacional.

EXPERIENCIA: 2 años de experiencia en trabajos relacionados en áreas similares, preferentemente en empresas de empaque y distribución de alimentos congelados

DESCRIPCIÓN DEL CARGO.-

- Controlar y dirigir el proceso de producción.
- Elaborar informes de producción.
- Innovar en los procesos de producción.
- Controlar la calidad, los procesos, y desarrollar un informe mensual de este departamento y su eficiencia.
- Elaborar inventario de insumos.
- Emitir pedidos para abastecimiento interno.

COMPETENCIAS REQUERIDAS:

- Pro actividad
- Trabajo en equipo
- Eficiencia
- Análisis

El jefe de producción, será el encargado de revisar toda la parte productiva de la empresa, revisar que los procesos se desarrollen conforme a lo establecido, que el personal esté tomando todas las medidas higiénicas y de salubridad necesarias, para que los productos finales, se entreguen en excelente presentación y calidad. También se encargará de innovar en los procesos, implementar nuevas herramientas y realizar informes de productividad.

JEFE DE LOGÍSTICA

PERFIL REQUERIDO

EDUCACIÓN: Se necesitan estudios de tercer nivel en negocios, comercio exterior, administración de empresas o afines, con conocimientos de tratamiento de productos perecederos, su embalaje, estivaje y distribución.

EXPERIENCIA: 2 años de experiencia en trabajos relacionados en áreas similares, preferentemente en empresas de empaque y distribución de alimentos congelados al exterior.

DESCRIPCIÓN DEL CARGO.-

- Controlar y dirigir el proceso de logística (abastecimiento, empaque y distribución).
- Elaborar informes de distribución.
- Innovar en los procesos logísticos.
- Coordinar la entrada, carga y entrega de contenedores refrigerados.
- Controlar la calidad, los procesos, y desarrollar un informe mensual de este departamento y su eficiencia.
- Manejo de proveedores y compras.

COMPETENCIAS REQUERIDAS:

- Pro actividad
- Liderazgo

- Trabajo en equipo
- Eficiencia
- Análisis
- Tener visión estratégica

El jefe de logística, será el encargado de llevar a cabo el proceso de compras de insumos, abastecimiento de materia prima (camarones), empaque final en cajas de cartón, manejo de proveedores y coordinar los embarques para exportación. Así mismo también tendrá que realizar informes sobre el tiempo de carga del contenedor, la temperatura recomendada para el tránsito del contenedor de puerto a puerto, para que llegue en excelentes condiciones alimenticias.

JEFE DE EXPORTACION Y NEGOCIACIÓN

PERFIL REQUERIDO

EDUCACIÓN: Se necesitan estudios de tercer nivel en comercio y finanzas internacionales así como también en negocios, comercio exterior, o afines, con conocimientos en aduanas, trato con extranjeros e inglés fluido.

EXPERIENCIA: Mínimo 3 años de experiencia en trabajos relacionados en áreas similares, preferentemente en empresas de exportación y negociación de alimentos congelados al exterior.

DESCRIPCIÓN DEL CARGO.-

- Controlar y dirigir el proceso de exportación (Documentación de aduanas estén completos y lleguen a su destino a tiempo).
- Generar las facturas según Incoterms negociados con los importadores para el cobro de los productos vendidos.
- Elaborar informes de exportación.
- Innovar en las negociaciones con los clientes chilenos.

- Coordinar con el área de producción y logística que los contenedores refrigerados estén listos para la exportación según la negociación con los importadores.

COMPETENCIAS REQUERIDAS:

- Pro actividad
- Liderazgo
- Trabajo en equipo
- Eficiencia
- Análisis
- Tener visión estratégica

El jefe de exportación y negociación, será el encargado de llevar a cabo el proceso del envío del producto final al mercado chileno, coordinando con el área de producción y logística que el producto final este bajo los niveles de calidad requeridos para el consumidor, logrando una exportación exitosa. Así mismo también tendrá que realizar informes sobre el tiempo de llegada de los productos a su destino.

DEPARTAMENTO LEGAL

PERFIL.-

EDUCACIÓN: Se necesita, al menos, título de tercer nivel en derecho, leyes; obteniendo el título de abogado de los tribunales del Ecuador, y estar inscrito en el Colegio de Abogados.

EXPERIENCIA: 5 años de experiencia manejando asuntos legales en pequeñas y/o medianas empresas

DESCRIPCIÓN DEL CARGO.-

- Llevar a cabo los procesos legales de la empresa, entre ellas permisos, trámites sanitarios, y querellas por posibles denuncias, sean de estos de índole laboral o reclamos sobre nuestro producto final.
- Realizar las gestiones de denuncias, en caso de cuentas incobrables o incumplimiento de proveedores.
- Llevar en orden los trámites del seguro social: planillas aportes, sobretiempos, sueldos extras.
- Realizar los trámites municipales, Cuerpo de Bomberos, Ministerio de Relaciones Laborales.

COMPETENCIAS REQUERIDAS:

- Facilidad de palabra.
- Eficacia y eficiencia.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Manejar contactos en varias instituciones.
- Tener amplia experiencia en el tema legal.

El contrato realizado con el abogado será independiente, y pagado como servicios prestados, más no se lo afiliará como empleado en relación de dependencia, ya que este cargo, para este rubro de negocios no amerita un abogado en planta.

CONTABILIDAD

PERFIL.-

EDUCACIÓN: Al menos tener el título de Contador Público Autorizado, estar afiliado al Colegio de Contadores, y poder firmar balances. Conocimientos de las normas NIIF, contabilidad computarizada, manejo de sistema de información. Amplio conocimiento de la parte tributaria, declaraciones y formularios del SRI.

EXPERIENCIA: 2 años de experiencia manejando asuntos contables en pequeñas y/o medianas empresas.

DESCRIPCIÓN DEL CARGO.-

- Mantener al día la contabilidad de la empresa, asientos diarios, conciliaciones bancarias, cuentas por cobrar y por pagar, inventarios y estados financieros.
- Hacer las respectivas declaraciones tributarias y trámites del SRI

COMPETENCIAS REQUERIDAS:

- Pro actividad.
- Eficacia y eficiencia.
- Orden.
- Análisis de estados financiero.
- Trabajo bajo presión.

El contador, no trabajará en relación de dependencia, se lo subcontratará para que lleve los trámites contables y tributarios, cuando estos deban de realizarse.

COMISIONISTAS

PERFIL.-

EDUCACIÓN: Al menos tener el título de Bachiller en Administración, Comercio, o afines.

EXPERIENCIA: 5 años de experiencia manejando ventas, post-venta y manejo de cartera de cliente y coordinación de despachos.

DESCRIPCIÓN DEL CARGO.-

- Atender la cartera de clientes.
- Tomar pedidos.
- Hacer seguimiento a los despachos.
- Coordinar las fechas de embarque.

COMPETENCIAS REQUERIDAS:

- Pro actividad.
- Eficacia y eficiencia.
- Liderazgo.
- Facilidad de palabra y comunicación.
- Residencia en Chile.

El vendedor comisionista, realizará las ventas dentro del mercado chileno, al mercado objetivo que serán supermercados e importadores de productos acuícolas. Es necesario que resida en Chile, y que viaje por lo menos una vez cada dos meses, o 6 veces al año, a Ecuador, para reuniones con la Junta de Accionistas y Representante Legal. Este tampoco trabajará en relación de dependencia, sino será un comisionista, que ganará un porcentaje de comisión y se le dará la libertad de establecer un sobreprecio si es que está en su alcance para aumentar sus ganancias.

Logo



Funda de 600gr

Informacion Nutricional

Camaron Organico Ecuatoriano

Contiene 33 camarones (600gr/21oz)

Grasas Totales 11gr	17%
Grasas Saturadas 2gr	9%
Grasas Trans 0gr	
Colesterol 55mg	18%
Sodio 540mg	22%
Carbohidratos Totales 2	7%
Fibra 1gr	3%
Azucares 1gr	
Proteinas 10gr	

Vitamina A 0%	Vitamina C 0%
Calcio 2%	Hierro 8%

Funda de 300gr

Informacion Nutricional

Camaron Organico Ecuatoriano

Contiene 16 camarones (300gr/10oz)

Grasas Totales 11gr	17%
Grasas Saturadas 2gr	9%
Grasas Trans 0gr	
Colesterol 55mg	18%
Sodio 540mg	22%
Carbohidratos Totales 2	7%
Fibra 1gr	3%
Azucares 1gr	
Proteinas 10gr	

Vitamina A 0%	Vitamina C 0%
Calcio 2%	Hierro 8%

Maquina Empacadora al vacio.



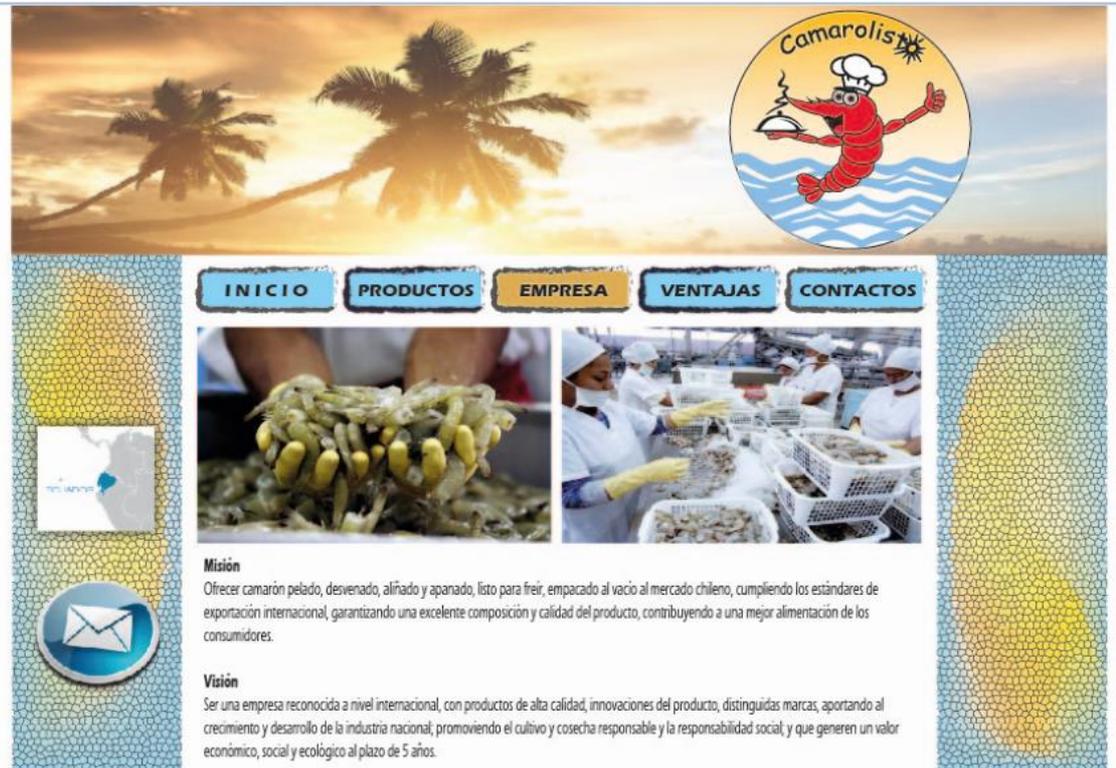
Proceso de Descabezado, Pelado y Clasificacion.



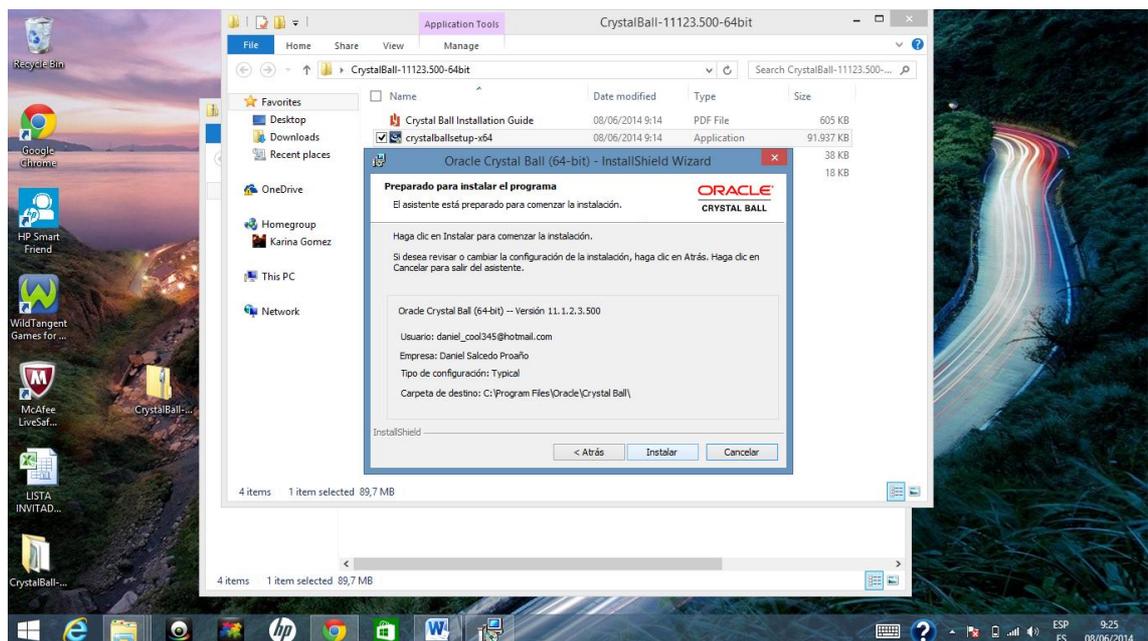
Proceso de Desvenado



Inicio Pagina Web



Descarga de Cristal Ball



Encuestas a importadores/distribuidores de camarón ecuatoriano.

1.- ¿Usted actualmente importa o ha importado en algún momento

SI	<input checked="" type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

2.- Si la pregunta anterior respondió SI, ¿Cómo considera la calidad del

Muy Buena	<input checked="" type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Deficiente	<input type="checkbox"/>
Muy Deficiente	<input type="checkbox"/>

3.- ¿Importaría camarón desde Ecuador con valores agregados?

SI	<input checked="" type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

4.- ¿Cree usted que al mercado chileno le llamaría la atención consumir

SI	<input checked="" type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>
TALVEZ	<input type="checkbox"/>

5.- ¿Por cuál medio de comunicación resultaría más atractivo llamar la

E-mail	<input type="checkbox"/>
Material POP (volantes)	<input type="checkbox"/>
Vallas Publicitarias	<input checked="" type="checkbox"/>
Activaciones de MKT BTL	<input type="checkbox"/>
Publicaciones WEB	<input type="checkbox"/>
Publicaciones en Revistas	<input type="checkbox"/>
Spots Televisivos	<input type="checkbox"/>

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar como valor unitario FOB por las

3.00 y 5.00	<input checked="" type="checkbox"/>
4.50 y 7.50	<input type="checkbox"/>
6.00 y 10.00	<input type="checkbox"/>

7.- ¿Cuál sería el metodo de pago mas conveniente para usted?

Transferencia Bancaria	<input checked="" type="checkbox"/>
Deposito en cuenta Chilena	<input type="checkbox"/>
Deposito en cuenta Ecuatoriana	<input type="checkbox"/>
Cash Management	<input type="checkbox"/>
Efectivo	<input type="checkbox"/>

8.- ¿Cuál sería el tiempo de credito que usted preferiria para realizar los

50% a los 15 dias y el otro 50% a los 30 dias siguientes	<input checked="" type="checkbox"/>
50% a los 20 dias y el otro 50% a los 45 dias siguientes	<input type="checkbox"/>
50% a los 30 dias y el otro 50% a los 60 dias siguientes	<input type="checkbox"/>

**Encuestas a importadores/distribuidores de camarón
ecuatoriano.**

1.- ¿Usted actualmente importa o ha importado en algún momento

SI	X
NO	

2.- Si la pregunta anterior respondió SI, ¿Cómo considera la calidad del

Muy Buena	X
Buena	
Regular	
Deficiente	
Muy Deficiente	

3.- ¿Importaría camarón desde Ecuador con valores agregados?

SI	X
NO	

4.- ¿Cree usted que al mercado chileno le llamaría la atención consumir

SI	X
NO	
TALVEZ	

5.- ¿Por cuál medio de comunicación resultaría más atractivo llamar la

E-mail	
Material POP (volantes)	
Vallas Publicitarias	
Activaciones de MKT BTL	
Publicaciones WEB	
Publicaciones en Revistas	
Spots Televisivos	X

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar como valor unitario FOB por las

3.00 y 5.00	X
4.50 y 7.50	
6.00 y 10.00	

7.- ¿Cuál sería el metodo de pago mas conveniente para usted?

Transferencia Bancaria	X
Deposito en cuenta Chilena	
Deposito en cuenta Ecuatoriana	
Cash Management	
Efectivo	

8.- ¿Cuál sería el tiempo de credito que usted preferiria para realizar los

50% a los 15 dias y el otro 50% a los 30 dias siguientes	X
50% a los 20 dias y el otro 50% a los 45 dias siguientes	
50% a los 30 dias y el otro 50% a los 60 dias siguientes	

Encuestas a importadores/distribuidores de camarón ecuatoriano.

1.- ¿Usted actualmente importa o ha importado en algún momento

SI	X
NO	

2.- Si la pregunta anterior respondió SI, ¿Cómo considera la calidad del

Muy Buena	X
Buena	
Regular	
Deficiente	
Muy Deficiente	

3.- ¿Importaría camarón desde Ecuador con valores agregados?

SI	X
NO	

4.- ¿Cree usted que al mercado chileno le llamaría la atención consumir

SI	X
NO	
TALVEZ	

5.- ¿Por cuál medio de comunicación resultaría más atractivo llamar la

E-mail	
Material POP (volantes)	X
Vallas Publicitarias	
Activaciones de MKT BTL	
Publicaciones WEB	
Publicaciones en Revistas	
Spots Televisivos	

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar como valor unitario FOB por las

3.00 y 5.00	X
4.50 y 7.50	
6.00 y 10.00	

7.- ¿Cuál sería el metodo de pago mas conveniente para usted?

Transferencia Bancaria	
Deposito en cuenta Chilena	X
Deposito en cuenta Ecuatoriana	
Cash Management	
Efectivo	

8.- ¿Cuál sería el tiempo de credito que usted preferiria para realizar los

50% a los 15 dias y el otro 50% a los 30 dias siguientes	
50% a los 20 dias y el otro 50% a los 45 dias siguientes	X
50% a los 30 dias y el otro 50% a los 60 dias siguientes	

Encuestas a importadores/distribuidores de camarón ecuatoriano.

1.- ¿Usted actualmente importa o ha importado en algún momento

SI	X
NO	

2.- Si la pregunta anterior respondió SI, ¿Cómo considera la calidad del

Muy Buena	
Buena	X
Regular	
Deficiente	
Muy Deficiente	

3.- ¿Importaría camarón desde Ecuador con valores agregados?

SI	X
NO	

4.- ¿Cree usted que al mercado chileno le llamaría la atención consumir

SI	
NO	
TALVEZ	X

5.- ¿Por cuál medio de comunicación resultaría más atractivo llamar la

E-mail	
Material POP (volantes)	
Vallas Publicitarias	
Activaciones de MKT BTL	X
Publicaciones WEB	
Publicaciones en Revistas	
Spots Televisivos	

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar como valor unitario FOB por las

3.00 y 5.00	
4.50 y 7.50	
6.00 y 10.00	X

7.- ¿Cuál sería el metodo de pago mas conveniente para usted?

Transferencia Bancaria	
Deposito en cuenta Chilena	
Deposito en cuenta Ecuatoriana	
Cash Management	X
Efectivo	

8.- ¿Cuál sería el tiempo de credito que usted preferiria para realizar los

50% a los 15 dias y el otro 50% a los 30 dias siguientes	
50% a los 20 dias y el otro 50% a los 45 dias siguientes	
50% a los 30 dias y el otro 50% a los 60 dias siguientes	X

Encuestas a importadores/distribuidores de camarón ecuatoriano.

1.- ¿Usted actualmente importa o ha importado en algún momento

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input checked="" type="checkbox"/>

2.- Si la pregunta anterior respondió SI, ¿Cómo considera la calidad del

Muy Buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Deficiente	<input type="checkbox"/>
Muy Deficiente	<input type="checkbox"/>

3.- ¿Importaría camarón desde Ecuador con valores agregados?

SI	<input checked="" type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

4.- ¿Cree usted que al mercado chileno le llamaría la atención consumir

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>
TALVEZ	<input checked="" type="checkbox"/>

5.- ¿Por cuál medio de comunicación resultaría más atractivo llamar la

E-mail	<input type="checkbox"/>
Material POP (volantes)	<input type="checkbox"/>
Vallas Publicitarias	<input type="checkbox"/>
Activaciones de MKT BTL	<input checked="" type="checkbox"/>
Publicaciones WEB	<input type="checkbox"/>
Publicaciones en Revistas	<input type="checkbox"/>
Spots Televisivos	<input type="checkbox"/>

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar como valor unitario FOB por las

3.00 y 5.00	<input checked="" type="checkbox"/>
4.50 y 7.50	<input type="checkbox"/>
6.00 y 10.00	<input type="checkbox"/>

7.- ¿Cuál sería el metodo de pago mas conveniente para usted?

Transferencia Bancaria	<input type="checkbox"/>
Deposito en cuenta Chilena	<input type="checkbox"/>
Deposito en cuenta Ecuatoriana	<input checked="" type="checkbox"/>
Cash Management	<input type="checkbox"/>
Efectivo	<input type="checkbox"/>

8.- ¿Cuál sería el tiempo de credito que usted preferiria para realizar los

50% a los 15 dias y el otro 50% a los 30 dias siguientes	<input type="checkbox"/>
50% a los 20 dias y el otro 50% a los 45 dias siguientes	<input checked="" type="checkbox"/>
50% a los 30 dias y el otro 50% a los 60 dias siguientes	<input type="checkbox"/>

**Encuestas a importadores/distribuidores de camarón
ecuatoriano.**

1.- ¿Usted actualmente importa o ha importado en algún momento

SI	X
NO	

2.- Si la pregunta anterior respondió SI, ¿Cómo considera la calidad del

Muy Buena	
Buena	
Regular	X
Deficiente	
Muy Deficiente	

3.- ¿Importaría camarón desde Ecuador con valores agregados?

SI	
NO	X

4.- ¿Cree usted que al mercado chileno le llamaría la atención consumir

SI	
NO	X
TALVEZ	

5.- ¿Por cuál medio de comunicación resultaría más atractivo llamar la

E-mail	X
Material POP (volantes)	
Vallas Publicitarias	
Activaciones de MKT BTL	
Publicaciones WEB	
Publicaciones en Revistas	
Spots Televisivos	

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar como valor unitario FOB por las

3.00 y 5.00	X
4.50 y 7.50	
6.00 y 10.00	

7.- ¿Cuál sería el metodo de pago mas conveniente para usted?

Transferencia Bancaria	
Deposito en cuenta Chilena	X
Deposito en cuenta Ecuatoriana	
Cash Management	
Efectivo	

8.- ¿Cuál sería el tiempo de credito que usted preferiria para realizar los

50% a los 15 dias y el otro 50% a los 30 dias siguientes	
50% a los 20 dias y el otro 50% a los 45 dias siguientes	X
50% a los 30 dias y el otro 50% a los 60 dias siguientes	

Encuestas a importadores/distribuidores de camarón ecuatoriano.

1.- ¿Usted actualmente importa o ha importado en algún momento

SI	X
NO	

2.- Si la pregunta anterior respondió SI, ¿Cómo considera la calidad del

Muy Buena	
Buena	X
Regular	
Deficiente	
Muy Deficiente	

3.- ¿Importaría camarón desde Ecuador con valores agregados?

SI	
NO	X

4.- ¿Cree usted que al mercado chileno le llamaría la atención consumir

SI	
NO	X
TALVEZ	

5.- ¿Por cuál medio de comunicación resultaría más atractivo llamar la

E-mail	
Material POP (volantes)	
Vallas Publicitarias	
Activaciones de MKT BTL	
Publicaciones WEB	X
Publicaciones en Revistas	
Spots Televisivos	

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar como valor unitario FOB por las

3.00 y 5.00	
4.50 y 7.50	X
6.00 y 10.00	

7.- ¿Cuál sería el metodo de pago mas conveniente para usted?

Transferencia Bancaria	
Deposito en cuenta Chilena	X
Deposito en cuenta Ecuatoriana	
Cash Management	
Efectivo	

8.- ¿Cuál sería el tiempo de credito que usted preferiria para realizar los

50% a los 15 dias y el otro 50% a los 30 dias siguientes	
50% a los 20 dias y el otro 50% a los 45 dias siguientes	X
50% a los 30 dias y el otro 50% a los 60 dias siguientes	

**Encuestas a importadores/distribuidores de camarón
ecuatoriano.**

1.- ¿Usted actualmente importa o ha importado en algún momento

SI	X
NO	

2.- Si la pregunta anterior respondió SI, ¿Cómo considera la calidad del

Muy Buena	X
Buena	
Regular	
Deficiente	
Muy Deficiente	

3.- ¿Importaría camarón desde Ecuador con valores agregados?

SI	
NO	X

4.- ¿Cree usted que al mercado chileno le llamaría la atención consumir

SI	X
NO	
TALVEZ	

5.- ¿Por cuál medio de comunicación resultaría más atractivo llamar la

E-mail	
Material POP (volantes)	
Vallas Publicitarias	
Activaciones de MKT BTL	
Publicaciones WEB	X
Publicaciones en Revistas	
Spots Televisivos	

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar como valor unitario FOB por las

3.00 y 5.00	
4.50 y 7.50	X
6.00 y 10.00	

7.- ¿Cuál sería el metodo de pago mas conveniente para usted?

Transferencia Bancaria	X
Deposito en cuenta Chilena	
Deposito en cuenta Ecuatoriana	
Cash Management	
Efectivo	

8.- ¿Cuál sería el tiempo de credito que usted preferiria para realizar los

50% a los 15 dias y el otro 50% a los 30 dias siguientes	X
50% a los 20 dias y el otro 50% a los 45 dias siguientes	
50% a los 30 dias y el otro 50% a los 60 dias siguientes	

**Encuestas a importadores/distribuidores de camarón
ecuatoriano.**

1.- ¿Usted actualmente importa o ha importado en algún momento

SI	X
NO	

2.- Si la pregunta anterior respondió SI, ¿Cómo considera la calidad del

Muy Buena	X
Buena	
Regular	
Deficiente	
Muy Deficiente	

3.- ¿Importaría camarón desde Ecuador con valores agregados?

SI	X
NO	

4.- ¿Cree usted que al mercado chileno le llamaría la atención consumir

SI	X
NO	
TALVEZ	

5.- ¿Por cuál medio de comunicación resultaría más atractivo llamar la

E-mail	X
Material POP (volantes)	
Vallas Publicitarias	
Activaciones de MKT BTL	
Publicaciones WEB	
Publicaciones en Revistas	
Spots Televisivos	

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar como valor unitario FOB por las

3.00 y 5.00	X
4.50 y 7.50	
6.00 y 10.00	

7.- ¿Cuál sería el metodo de pago mas conveniente para usted?

Transferencia Bancaria	X
Deposito en cuenta Chilena	
Deposito en cuenta Ecuatoriana	
Cash Management	
Efectivo	

8.- ¿Cuál sería el tiempo de credito que usted preferiria para realizar los

50% a los 15 dias y el otro 50% a los 30 dias siguientes	X
50% a los 20 dias y el otro 50% a los 45 dias siguientes	
50% a los 30 dias y el otro 50% a los 60 dias siguientes	

**Encuestas a importadores/distribuidores de camarón
ecuatoriano.**

1.- ¿Usted actualmente importa o ha importado en algún momento

SI	X
NO	

2.- Si la pregunta anterior respondió SI, ¿Cómo considera la calidad del

Muy Buena	X
Buena	
Regular	
Deficiente	
Muy Deficiente	

3.- ¿Importaría camarón desde Ecuador con valores agregados?

SI	X
NO	

4.- ¿Cree usted que al mercado chileno le llamaría la atención consumir

SI	X
NO	
TALVEZ	

5.- ¿Por cuál medio de comunicación resultaría más atractivo llamar la

E-mail	
Material POP (volantes)	
Vallas Publicitarias	
Activaciones de MKT BTL	
Publicaciones WEB	X
Publicaciones en Revistas	
Spots Televisivos	

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar como valor unitario FOB por las

3.00 y 5.00	
4.50 y 7.50	X
6.00 y 10.00	

7.- ¿Cuál sería el metodo de pago mas conveniente para usted?

Transferencia Bancaria	X
Deposito en cuenta Chilena	
Deposito en cuenta Ecuatoriana	
Cash Management	
Efectivo	

8.- ¿Cuál sería el tiempo de credito que usted preferiria para realizar los

50% a los 15 dias y el otro 50% a los 30 dias siguientes	X
50% a los 20 dias y el otro 50% a los 45 dias siguientes	
50% a los 30 dias y el otro 50% a los 60 dias siguientes	