



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TEMA:

**Plan de Negocios para la Exportación de Pulpa
de Tomate de Árbol Ecuatoriano al Mercado Italiano**

AUTOR:

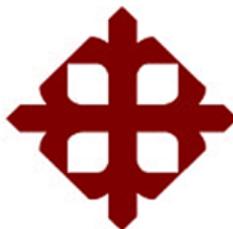
Amat Paz, Diana Kristel

**Componente práctico del examen complejo previo a la
obtención del título de:
INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

REVISOR (A)

Ing. Arias Arana, Wendy Vanessa Msc.

**Guayaquil, Ecuador
2018**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **Amat Paz, Diana Kristel** como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional**.

REVISOR (A)

f. _____
Ing. Arias Arana, Wendy Vanessa Msc.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____
Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth Mgs.

Guayaquil, al día 12 del mes de marzo del año 2018



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Amat Paz, Diana Kristel

DECLARO QUE:

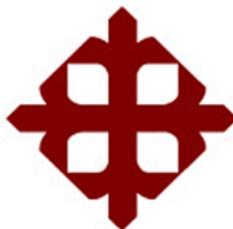
El componente práctico del examen complejo, Plan de Negocios para la Exportación de Pulpa de Tomate de Árbol Ecuatoriano al Mercado Italiano previo a la obtención del título de **Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, al día 12 del mes de marzo del año 2018

LA AUTORA

f. _____
Amat Paz, Diana Kristel



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

AUTORIZACIÓN

Yo, Amat Paz, Diana Kristel

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen complejo Plan de Negocios para la Exportación de Pulpa de Tomate de Árbol Ecuatoriano al Mercado Italiano**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, al día 12 del mes de marzo del año 2018

LA AUTORA:

f. _____
Amat Paz, Diana Kristel



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

REPORTE DE URKUND

The screenshot shows the URKUND web interface. The browser address bar displays a secure URL. The page header includes the URKUND logo and navigation tabs for 'Lista de fuentes' and 'Bloques'. The main content area is divided into two sections: document metadata on the left and a list of sources on the right.

Documento	AMAT_PAZ_DIANA_KRISTEL_AVANCE.docx (D35841201)
Presentado	2018-02-22 12:52 (-05:00)
Presentado por	diana-amat@hotmail.com
Recibido	wendy.arias.ucsg@analysis.urkund.com
Mensaje	TESINA DIANA AMAT Mostrar el mensaje completo

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	http://www.mific.gob.ni/Portals/0/Documentos%20C...
	http://udoagricola.orgfree.com/V9N2UDOAg/V9N2Mez...
	http://www.prochile.gob.cl/wp-content/files_mf/1412...
	https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=qGUOpei...

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS CARRERA
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

TEMA:

Plan de Negocios para la Exportación de Pulpa de Tomate de Árbol
Ecuatoriano al Mercado Italiano

AUTOR: Amat Paz, Diana Kristel

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios porque sin Él esto no hubiese sido posible, Le agradezco a mis padres por ser mi inspiración, mi pilar fundamental, por creer en mí y hoy haberme ayudado a cumplir uno de mis sueños, este es mi primer peldaño en mi carrera profesional que con mucho esfuerzo y dedicación lo hemos obtenido, esto es por y para usted.

Y un agradecimiento muy especial a mi familia, hermanos, sus esposas y a ti amor que llegaste a mi vida un 1 de Abril del 2016

Diana Kristel Amat Paz

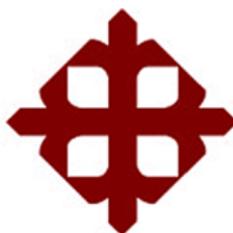
DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de titulación universitaria a mi papi, persona que me llena de amor, buenos valores, perseverancia y sabiduría. Puso en mí todo lo necesario para construir con responsabilidad este que es el inicio de mi futuro laboral.

A mi mami, que es un ejemplo de mujer, inteligente, trabajadora, humilde y enaltecida ante Dios, gracias por ser mi refugio en los momentos difíciles, sin ustedes esto no podría ser posible.

A mi tutora Wendy Arias, que tuvo a bien guiarme y apoyarme para la realización del trabajo de titulación.

Diana Kristel Amat Paz



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

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____
Ing. NANCY IVONNE WONG LABORDE PhD
DECANA DE LA FACULTAD

f. _____
Ing. GABRIELA ELIZABETH HURTADO CEVALLOS Mgs.
DIRECTORA DE CARRERA

f. _____
Ing. CYNTHIA LIZBETH ROMÁN BERMEO Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA

f. _____
Ing. WENDY VANESSA ARIAS ARANA
REVISORA



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

CALIFICACIÓN

DIANA KRISTEL AMAT PAZ

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN	II
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	III
AUTORIZACIÓN.....	IV
REPORTE DE URKUND	V
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA.....	VII
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN.....	VIII
CALIFICACIÓN.....	IX
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XV
RESUMEN	XVI
ABSTRACT.....	XVII
RÉSUMÉ	XVIII
INTRODUCCIÓN.....	2
Antecedentes	2
Planteamiento del Problema	5
Justificación	6
Objetivos	7
Objetivo General.....	7
Objetivos Específicos.....	7
Hipótesis de la Investigación	7
Marco Teórico	8
Teorías sobre el Comercio Internacional.....	8
Teoría Clásica de la Ventaja Absoluta.....	8
Teoría de la Ventaja Comparativa	8
Modelo de Heckscher-Ohlin.....	9
Las 5 fuerzas de Porter.....	10
La amenaza ante nuevos competidores	12
La amenaza de ingresos por productos secundarios o sustitutos	13
El poder de la negociación con los clientes	13
El poder de la negociación de los diferentes proveedores.....	14
Identificación de los competidores	14
Ventajas y Desventajas del Comercio Internacional	15
Marco Conceptual.....	15
Productividad	15
Producción	16
Exportación.....	16

Producto Nostálgico	16
Marco Legal	16
Entidades Afines a la Exportación.....	16
Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).....	16
Ministerio de Industrias y Productividad.....	17
Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP)	18
Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC)	18
Servicio de Rentas Internas (SRI).....	19
Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD)	20
Registro del Exportador	20
Proceso de Exportación	20
Agente de Aduana	22
Autorización de Ingreso y Salida de Vehículos	23
Factura Proforma	23
Lista de Empaque	24
Factura Comercial.....	24
Documento de Transporte	25
Incoterms	25
Tipos de Pago	26
Acuerdo Comercial entre la UE y Ecuador	27
Metodología	28
Tipo de Investigación	29
Población	30
Muestra	30
Técnica de Recogida de Datos	30
CAPITULO I - ANÁLISIS DEL ENTORNO	32
Análisis del Entorno Político.....	33
Análisis del Entorno Económico.....	33
Análisis del Entorno Social.....	34
Análisis del Entorno Tecnológico	34
Las 5 Fuerzas de Porter en el Negocio.....	34
Identificación de los competidores	34
La amenaza ante nuevos competidores	35
La amenaza de ingresos por productos secundarios o sustitutos	35
El poder de la negociación con los clientes	35
El poder de la negociación de los diferentes proveedores.....	35

CAPITULO II - PULPAS DE FRUTAS	36
Pulpa de Fruta Congelada	36
Perfil del Consumidor Italiano	36
Perfil del Mercado Italiano para la Pulpa Congelada	37
Demanda	38
Inmigrantes Ecuatorianos en Italia.....	39
CAPITULO III - REQUISITOS PARA EXPORTAR	40
Requisitos del Producto en Italia.....	40
Requisitos:	40
CAPITULO IV - ESTRATEGIA DE ENTRADA A MERCADOS INTERNACIONALES	42
Estrategia de entrada a mercados internacionales	42
Marketing Mix.....	43
Producto	43
El Envase.....	43
Empaque	44
Partida Arancelaria.....	45
Ficha Técnica.....	45
Precio.....	46
Plaza.....	46
Punto de Venta	47
Promoción.....	48
CAPITULO V - VIABILIDAD ECONOMICA.....	49
Co-Packing	49
La Empresa Gráfica y de Empaque	49
Demanda de Italia pronosticada	50
Demanda pronostica de ecuatorianos en Milán	50
Inversión Inicial del proyecto.....	52
Costos de fabricación del producto proyectados	53
Gastos administrativos estimados	55
Ingresos por ventas y precio de la unidad proyectados	56
Capital de Trabajo.....	56
Punto de Equilibrio.....	58
Gastos Financieros del proyecto.....	59
Estado de Resultado Integral para 3 años proyectado	60
Estado de Situación Financiera para 3 años proyectado.....	61
Flujo de Caja Proyectado.....	62

Cálculo de la tasa del inversionista y del proyecto.....	63
TIR y VAN del Flujo de Caja proyectado del Proyecto	64
TIR y VAN del Flujo de Caja proyectado del Inversionista	65
Análisis de Sensibilidad del Negocio	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Importación Italiana de Pulpa de Fruta Congelada</i>	38
Tabla 2. <i>Partida Arancelaria de Pulpa de Tomate de Árbol</i>	45
Tabla 3. <i>Elementos de Comercialización</i>	47
Tabla 4. <i>Información del Proveedor</i>	47
Tabla 5. <i>Información de las Importaciones de Pulpa de Fruta en Italia y estadística de pronóstico.</i>	50
Tabla 6. <i>Información preliminar de la población italiana y medidas</i>	51
Tabla 7. <i>Demanda objetivo de ecuatorianos en Milán</i>	51
Tabla 8. <i>Activos Corrientes de Inversión Inicial</i>	52
Tabla 9. <i>Gastos Preoperacionales y resumen de Inversión Inicial</i>	52
Tabla 10. <i>Costos de material del producto</i>	54
Tabla 11. <i>CIF anuales de exportación y resumen de los costos del producto</i>	54
Tabla 12. <i>Presupuesto de los gastos para tres años.</i>	55
Tabla 13. <i>Resumen de los gastos administrativos y marketing - 3 años</i>	55
Tabla 14. <i>Estructuración del Precio en los 3 años</i>	56
Tabla 15. <i>Ciclo de Efectivo</i>	57
Tabla 16. <i>Capital de Trabajo pronosticado</i>	57
Tabla 17. <i>Punto de Equilibrio para los 3 años de estudio</i>	58
Tabla 18. <i>Información previa de la inversión y el préstamo</i>	59
Tabla 19. <i>Resumen del pago e intereses del préstamo</i>	59
Tabla 20. <i>Estado de Resultado Integral proyectado</i>	60
Tabla 21. <i>Estado de Situación Financiera Pronosticado</i>	61
Tabla 22. <i>Flujo de Caja proyectado para tres años</i>	62
Tabla 23. <i>Cálculo de la Tasa del Inversionista (CAPM)</i>	63
Tabla 24. <i>Cálculo del Rendimiento de Mercado en empresas italianas</i>	63
Tabla 25. <i>Cálculo de la Tasa del Proyecto (CPPK)</i>	63
Tabla 26. <i>Análisis del TIR y VAN en la Flujo de Caja del Proyecto</i>	64
Tabla 27. <i>Análisis del TIR y VAN en la Flujo de Caja del Inversionista</i>	65
Tabla 28. <i>Análisis de Sensibilidad Parte 1</i>	67
Tabla 29. <i>Análisis de sensibilidad Parte 2</i>	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Caracterización fisicoquímica del tomate de árbol.....	4
Figura 2. El tomate de Árbol Ecuatoriano	4
Figura 8. Fuerzas Competitivas.	12
Figura 3. Devolución de IVA a exportadores	19
Figura 4. Incoterms 2010	26
Figura 5. El proceso cuantitativo	29
Figura 7. Las fronteras trazadas	32
Figura 9. Estrategias alternativas de entrada a mercados	42
Figura 10. Pulpas de Fruta Congelada	44
Figura 11. Cartón Corrugado	44
Figura 12. Ficha Técnica del Tomate de Árbol.....	45

RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo crear un plan de negocios para estudiar la factibilidad de exportar pulpa de tomate de árbol al mercado italiano, para lo cual se requiere analizar el entorno del mercado italiano donde se describe las características de los consumidores de pulpas de frutas, es decir, sus gustos, preferencias y los principales puntos de venta donde especialmente se buscar distribuir el producto en tiendas de alimentación orgánicas y supermercados. La metodología empleada es un análisis cuantitativo para verificar si es rentable o no su exportación. Se investiga también los detalles para la exportación de la pulpa de fruta al mercado italiano donde además se analizan estrategias de ingresos a mercados internacionales para introducir la pulpa de tomate de árbol al mercado italiano. El producto se promocionará a través de redes sociales (Instagram y Facebook). Finalmente se analiza los costos de implementación del plan de negocios con un modelo de co-packing; para conocer la viabilidad del proyecto se aplica herramientas financieras como los estados financieros, el flujo de efectivo proyectado de tres años de estudio, el desarrollo de la tasa interna de retorno, el valor actual neto y la tasa mínima de retorno.

TOMATE DE ÀRBOL; PULPA; EXPORTAR; ESTRATEGIA; COPACKING;
ITALIA.

ABSTRACT

The objective of this project is to create a business plan to study the feasibility of exporting tomato pulp to the Italian market, for which it is necessary to analyze the Italian market environment, the characteristics of the possible consumers such as, their tastes, preferences and the main points of sale where they especially seek to distribute the product like in organic food stores and supermarkets. The methodology used is a quantitative analysis to verify if it is profitable or not. The details are also investigated for the export of the fruit pulp to the Italian market where a marketing strategy is also designed to introduce the tomato pulp into the Italian market. The product will be promoted on social networks such as Instagram and Facebook. Finally, the costs of implementing the business plan are analyzed with a co-packing model; to know the viability of the project, also financial tools are applied, such as the financial statements, the projected cash flow of three years of study, the development of the internal rate of return, the current net value and the minimum rate of return.

TAMARILLO; PULP; TO EXPORT; STRATEGY; COPACKING; ITALY.

RÉSUMÉ

Ce projet vise à créer un plan d'affaires pour étudier la faisabilité d'exporter la pulpe de tamarillo pour le marché italien, par le quel est nécessaire analyser l'environnement du marché italien comme les caractéristiques des consommateurs de pulpes de fruits, leurs goûts et les préférences. De la même manière investiguer les principaux points de vente où se cherche distribuer le produit comme les magasins et les supermarchés d'aliments biologiques. La méthodologie utilisée est une analyse quantitative pour vérifier si elle est rentable ou non l'exportation. Analyser les exigences pour l'exportation de pulpe de fruits au marché italien et aussi avoir une stratégie de marketing pour introduire la pulpe de tamarillo au marché italien, le produit est promu sur les réseaux sociaux comme Facebook et Instagram. Finalement, les coûts de mise en œuvre du business plan sont analysés avec un modèle de co-packing ; pour déterminer la faisabilité des instruments financiers du projet tels que les états financiers, les flux de trésorerie projetés trois années d'études, le développement du taux de rendement interne, la valeur actualisée nette et le taux de rendement minimal est appliqué.

TAMARILLO; PULP; EXPORTATION; STRATÉGIE; COPACKING; ITALIE

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

Ecuador siendo un país en vías de desarrollo, es considerado rico en recursos naturales, formando parte de los países cuya actividad principal es la exportación. Muchas empresas exportadoras ecuatorianas están minimizando sus riesgos a través de la diversificación de mercados buscando introducir sus productos en nuevos nichos (Lucas, Maggi, & Yagual, 2010).

El tomate de árbol (conocido también como tomatillo, tomate de palo, tomate cimarrón, tamarillo y contragallinazo pertenece a la familia de las solanáceas) es un fruto originario de América del Sur, donde sus principales plantaciones se encuentran en Ecuador, Perú y Colombia; pero sus cultivos se han extendido a países como Brasil, Nueva Zelanda, Kenia, Sudáfrica, India y Sri Lanka.

El tomate de árbol es una fruta con mucha versatilidad en cuanto a numerosas variaciones en cuanto su preparación. Además de comerse en fruta fresca, se puede consumir como jugo, licuado en agua o leche. Se puede convertir en helados, mermeladas, jarabes, variedades de dulces e incluso ají.

Esta fruta posee cualidades nutricionales, especialmente sus propiedades de reducción de colesterol, su alto contenido de fibra, β - Caroteno (provitaminas A), vitamina B6, vitamina C (ácido ascórbico), vitamina E, hierro, potasio, magnesio, fósforo con un contenido de nitrógeno y aminoácidos libres muy alto y su bajo nivel de calorías. Fortalece el sistema inmunológico y la visión, además de funcionar como antioxidante. Es además una buena fuente de pectina (Ojeda, 2016).

El Centro de Información e Inteligencia Comercial (CICO, 2009) detalló que el fruto, es una baya con largo pedúnculo de forma redondeada, piriforme, ovoide y/o apiculada, su tamaño mide alrededor de 8 a 10 cm de longitud y de 4 a 6 cm de diámetro, su peso varía entre 40 a 130 g, la corteza es gruesa y tiene una cutícula de sabor amargo, la cual debe ser eliminada al consumir el fruto.

La pulpa puede ser de color amarillo, anaranjado, tonos rojos y crema, pudiendo ser jugosos y de sabor agridulce. Presenta una gran cantidad de semillas (250) subescentes, cubiertas de un arilo gelatinoso de diferentes colores dependiendo de la variedad (CICO, 2009).

Existen variedades con frutos de piel lisa y brillante, el color varía entre los genotipos desde verde cuando inmaduro a amarillo, anaranjado, rojo y púrpura oscuro cuando madura. Los frutos se forman de 5 a 6 meses del trasplante y de 4 a 5 meses después maduran (Meza & Manzano, 2009).

También cuenta con usos medicinales sus hojas, previamente calentadas, se aplican en forma tópica contra la inflamación de amígdalas. Para la influenza, se consume el fruto fresco en ayunas, dado su alto nivel de contenido de ácido ascórbico. Además, tiene una propiedad atribuida como remedio de problemas hepáticos (Rondón, 2014).

Según Meza y Manzano (2009), el tomate de árbol tiene una composición rica en minerales y vitaminas que lo convierten en un producto saludable y beneficioso para la salud (p. 301).

La pulpa de tomate de árbol contiene una gran cantidad de minerales como fósforo calcio, magnesio, potasio y hierro, siendo la relación fosforo – calcio más alto dentro de lo adecuado. Es una gran fuente de fibra dietética que incluye almidón y proteínas resistentes (Meza & Manzano, 2009, p. 302). En nuestro país encontramos varias cualidades físicas del tomate de árbol, por ejemplo; tamaños y formas que comúnmente se ha ido transformando y desarrollando dentro del cultivo de la fruta, es decir, de forma natural.

Caracterización físico química del Tomate de Árbol

Parámetro

(reportado en peso fresco)

Brix (sólidos solubles)	10,51±1,20
pH	3,5
Acidez titulable (g/100ml)	0,20±0,00
Humedad	87,72±0,15
Proteínas	1,78±0,14
Grasa *	0,16
Carbohidratos disponibles **	5,36
Calorías (Kcal)	30
Fibra dietaria total	4,10±0,00
Fibra dietaria insoluble	2,21±0,22
Fibra dietaria soluble	1,89±0,08
Cenizas	0,88±0,11

Figura 1. Caracterización físicoquímica del tomate de árbol.

Fuente: Estudios de la composición física del tomate de árbol por Torres (2012) por parte de los datos expuestos en los Archivos Latino Americanos de Nutrición.



Figura 2. El tomate de Árbol Ecuatoriano

Fuente: Estudios de la composición física del tomate de árbol por Torres (2012) por parte de los datos expuestos en los Archivos Latino Americanos de Nutrición.

De acuerdo con Van Steen y Saurenbach (2007) en Ecuador se cultivan aproximadamente 5,888 hectáreas. Tungurahua es la provincia que más produce este fruto con un área de 2,862 hectáreas seguida de Imbabura con 883 hectáreas, sus cultivos se enfocan de acuerdo con la demanda del mercado externo, misma que tiene una creciente producción en los últimos años, la cuál ha sido exportada principalmente hacia Estados Unidos y Europa, mismo que exige conceptos de seguridad alimentaria, en el cumplimiento de las normas en residuos de pesticidas y en calidad física del producto.

La materialización de exportaciones de esta fruta se enfoca actualmente a los mercados de Estados Unidos y Europa como región comercial; España es uno de los principales países europeos destino del producto, debido a la creciente demanda de la fruta, conocida por sus características de alto valor nutricional y medicinal (Van Steen & Saurenbach, 2007).

Planteamiento del Problema

El plan de negocios para la exportación de la pulpa de tomate de árbol ecuatoriano hacia el mercado italiano nace del interés de exportar productos que tengan potencial para ser exportados aprovechando el éxodo de ecuatorianos hacia otros países. Este fruto tiene producción durante todo el año y es uno de los cultivos frutícolas más provechosos de nuestro país, lo cual fue determinado por el estudio del Plan de Comercialización de Pulpa de Tomate de Árbol al mercado español realizado por Coellar (2009) de la Universidad de Cuenca – Azuay.

El Ecuador tiene condiciones ambientales perfectas para la producción agrícola, dándole a este producto la calidad necesaria para ser competitivo en el exterior, de esta manera, generar en el consumidor la experiencia de un rico producto, con un servicio eficaz, dándole un valor agregado con el proceso de despulpar el fruto y ubicarlo en empaques para su correcta conservación, dando lugar a manejo de transporte interno, externo, carga y descarga.

Se puede determinar que el mercado italiano, según el perfil expuesto

que es un consumidor potencial de nuestro producto por factores que consideran esenciales dentro de su decisión de compra, como son los aspectos de un producto saludable, con un buen sabor, a precio competitivo y la presentación impecable estas son las principales cualidades que la comunidad italiana busca en un producto (Cárdenas, 2004).

En este caso la pulpa de tomate de árbol que se pretende exportar cubre todas esas necesidades. Debemos tomar en cuenta que los ecuatorianos inmigrantes no gozan de este fruto en Europa, con la exportación podríamos cubrir la necesidad y hacer de la pulpa de tomate de árbol un producto nostálgico para la demanda de nuestros hermanos ecuatorianos.

Justificación

El siguiente Plan de Negocios se enfoca en desarrollar de manera sostenida la exportación de la pulpa de tomate de árbol. Como principales productores de este bien se busca potenciar el consumo del tomate de árbol con un valor agregado como lo es el despulpado, dando lugar, al comercio exterior donde se toma provecho al convenio Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea.

Se busca introducir el producto a un mercado lleno de oportunidades, gracias a nuestros inmigrantes, a la cultura que adoptan los extranjeros de estos, al saber que los italianos hacen consumo de las pulpas de frutas y que el producto cumple con el perfil de consumo que los italianos buscan en la compra de un producto.

El tomate de árbol podría conocerse como una de nuestras riquezas nacionales, se busca demostrar que un producto de calidad y presencia puede trascender en el mercado europeo, superando todo el proceso que conlleva la exportación de este tipo de productos a países como Italia que muchas veces los registros fitosanitarios impiden el ingreso de estas mercancías.

Objetivos

Objetivo General

Crear un plan de negocios para estudiar la factibilidad de exportar pulpa de tomate de árbol al mercado italiano.

Objetivos Específicos

Realizar el análisis del entorno del mercado italiano.

Describir las características de los consumidores de pulpas de frutas.

Detallar los requerimientos para la exportación de la pulpa de fruta al mercado italiano.

Diseñar una estrategia de marketing para introducir la pulpa de tomate de árbol al mercado italiano.

Analizar los costos de implementación del plan de negocios con un modelo de co-packing.

Hipótesis de la Investigación

La exportación de la pulpa de tomate de árbol con altos estándares de calidad en producción permitirá una razonable acogida del producto en el mercado italiano.

Marco Teórico

Teorías sobre el Comercio Internacional

Para comprender de una manera más precisa qué es el comercio Internacional debemos plantear en base a qué surge esta necesidad, cuáles son sus principales teorías, las mismas que se han desarrollado a través de su evolución en el comercio internacional.

Teoría Clásica de la Ventaja Absoluta

La teoría de la ventaja absoluta planteada por Smith (1776) detalló la gran importancia que tiene el libre comercio para que las riquezas de las naciones aumenten, basándose en el ejemplo de que ninguna familia trataría de producir en casa un bien que implicara un costo mayor que comprarlo. Se puede definir que la ventaja absoluta, es la capacidad de producir un bien a un costo absolutamente menor medido en unidades de trabajo.

Smith (1776) explicó en su teoría de Ventaja Absoluta que el comercio internacional entre estos países es rentable ya que una ventaja absoluta implica necesariamente una especialización en aquel bien en el que se tenga mayor eficiencia, dando como resultado un aumento en la producción mundial de todos los bienes.

Teoría de la Ventaja Comparativa

La teoría de Ricardo (1817) llegó a refinar la teoría de Adam Smith y propone la teoría de Ventaja Comparativa, donde se indica que el mercado invertirá los recursos de la nación a los sectores con más fuerza productiva, donde la mano de obra es el factor de producción y solo se difiere en la productividad del trabajo. Los beneficios pueden darse de la siguiente forma:

Como método indirecto de producción, un país se puede dedicar a producir otro tipo de bien e intercambiarlo por el bien que necesite o que no pueda producir por la insuficiencia que tiene para hacerlo.

De esta manera se puede decir que si un bien se importa es porque esta producción indirecta requiere menos trabajo, que la producción directa.

El comercio puede ampliar las posibilidades de consumo de un país lo que implica, incremento en ganancias.

Según el modelo Ricardiano, un país gana con el comercio internacional, incluso si se tiene menor productividad que sus socios comerciales, como en el caso de Japón que antes no podía superar la productividad a diferencia de sus socios comerciales, debido a que no tenía los numerosos recursos naturales, pero eso no le impidió que obtenga ganancias por el comercio exterior, donde su factor clave fue tener el ingenio para producir y ahora ser considerado como potencia mundial a nivel comercial (Ricardo, 1817).

La teoría del comercio exterior de Ricardo era favorecer por competencias a los bajos salarios, los países aplican mucho esta teoría, donde exportan los productos en los que se desarrollan con mayor eficiencia a un menor costo e importan los bienes que tiene mayor nivel de costo en la fabricación nacional que en su importación (Ricardo, 1983).

Modelo de Heckscher-Ohlin

Este modelo indica que los países se especializan en la exportación de los bienes que requieren grandes cantidades de los factores de producción en los que son comparativamente más abundantes; y que tiende a importar aquellos bienes que utilizan factores de producción en los que son más escasos.

El modelo parte de la teoría de David Ricardo de la ventaja comparativa. Si el trabajo fuese el único factor de producción, como suponía el modelo Ricardiano, la ventaja comparativa podría surgir únicamente de las diferencias internacionales en la productividad del trabajo.

El modelo Heckscher-Ohlin nos indica que si un país tiene una abundancia relativa de un factor (trabajo o capital), tendrá una ventaja comparativa y competitiva en aquellos bienes que requieran una mayor cantidad de ese factor, es decir que los países tienden a exportar los bienes que son intensivos en los factores con que están abundantemente dotados (Sanso, Cuairan, & Sanz, 1989).

Salvatore (2004) señaló que la teoría Heckscher-Ohlin (H-O) usualmente se presenta en forma de dos teoremas:

Teorema H-O (que trata y predice el patrón de comercio).

Teorema de igualación en los precios de los factores que aborda el efecto del comercio internacional sobre los precios de los factores.

El teorema Heckscher-Ohlin (H-O) nos dice que una nación exportará la mercancía cuya producción requiera el uso intensivo del factor relativamente abundante y barato, e importará la mercancía cuya producción requiera de uso intensivo del factor relativamente escaso y caro, en otras palabras, la nación relativamente rica en trabajo exporta la mercancía relativamente intensiva en trabajo, e importa la mercancía relativamente intensiva en capital.

El teorema de igualación en los precios, Heckscher-Ohlin-Samuelson (H-O-S), nos dice que el comercio internacional permite la igualación en las remuneraciones relativas y absolutas a los factores iguales a través de las naciones, pero en realidad, la igualación de los precios de los factores, no se registra de manera efectiva por las diferencias de recursos, barreras arancelarias y diferenciación en tecnología (Cervantes, 2007).

Las 5 fuerzas de Porter

Gonzales, Espilco y Aragón (2003) mencionaron que el análisis de las 5 fuerzas de Porter es una herramienta de gestión que permite analizar e identificar el nivel de competencia de una industria o sector, para así desarrollar una estrategia de negocio aprovechando las oportunidades y las amenazas detectadas. Son esenciales para el desarrollo de nuevos negocios por medio del cual se pueden maximizar los recursos y superar a la competencia.

Una empresa consigue superar a sus rivales sólo si logra establecer una diferencia que pueda preservar. Desde tal manera, que pueda hacerse una distinción entre las ventajas competitivas operativas y las ventajas

competitivas estratégicas (Martínez & Milla, 2005).

Porter (2015) mencionó que para ganar una ventaja competitiva operativa en un mercado determinado significa desempeñar actividades similares de una mejor manera que los rivales. Esto puede significar: (a) ser mejor al ofrecer una mejor calidad o la misma calidad a un precio menor, (b) ser mejor al ofrecer un producto que reduce los costos del cliente, (c) ser mejor al ofrecer menor costo y mayor calidad al mismo tiempo, (d) ser más rápido en introducir los productos y servicios requeridos por los clientes, (e) estar más cerca del cliente y proporcionarle asistencia en el uso del producto (Martínez & Milla, 2005).

Por el contrario, García (2013) explicó que para obtener una ventaja competitiva estratégica tiene que ver con ser diferente a la competencia, es decir, elegir de forma deliberada, un conjunto de actividades diferentes a las de los rivales y desempeñar actividades similares, pero de una forma distinta, para entregar una mezcla de valores única

La noción de rivalidad extendida se basa en la idea de que una empresa pueda explotar una ventaja competitiva en su mercado no sólo dependiendo de los competidores directos que enfrenta, sino también del papel que juegan las fuerzas rivales, tales como los competidores potenciales, los productos sustitutos, los clientes y los proveedores (Porter, 2015).

Las dos primeras fuerzas constituyen una amenaza directa; las otras dos una amenaza indirecta, debido a su poder de negociación. Es el juego combinado de estas cinco fuerzas competitivas, descrito en la imagen 7, lo que determina el potencial de beneficio de un mercado-producto (Gonzales , Espilco, & Aragón, 2003).

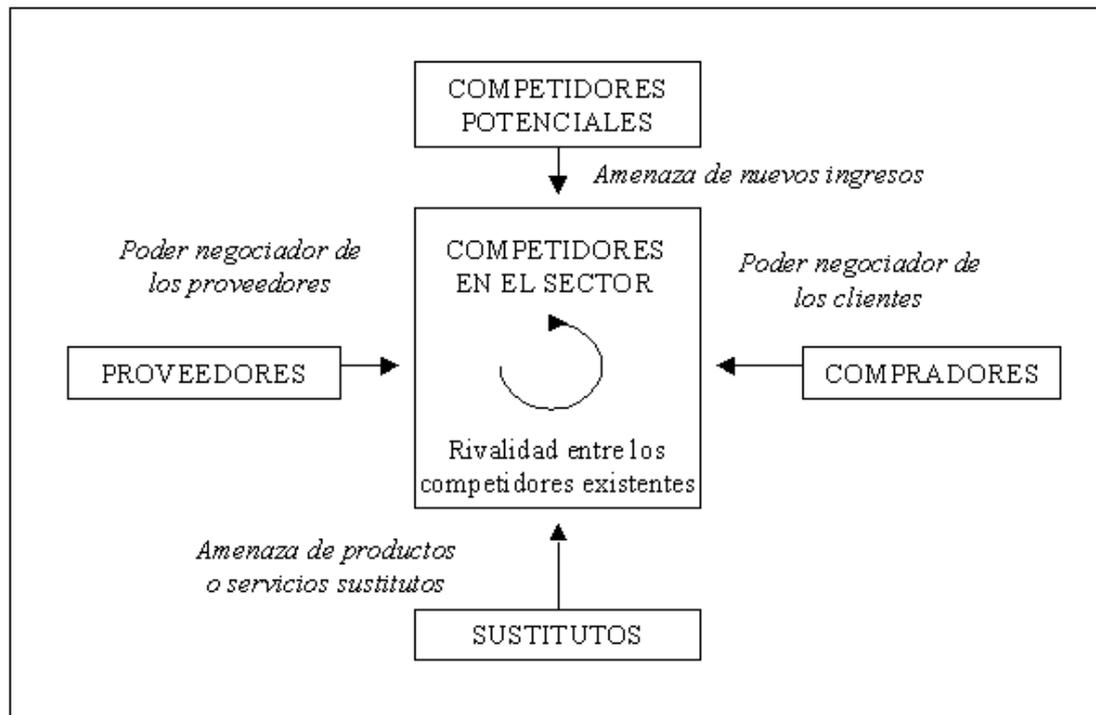


Figura 3. Fuerzas Competitivas.

Fuente: Las 5 Fuerzas de Porter (2015).

La amenaza ante nuevos competidores

Según Porter (1998) los competidores potenciales pueden identificarse como empresas externas al mercado-producto, lo cual podrían fácilmente superar las barreras de entrada o empresas para las cuales la entrada representaría una clara sinergia. Existen también empresas para las cuales la entrada es la conclusión lógica de su estrategia y clientes o proveedores que pueden proceder a una integración hacia el origen o hacia el consumidor.

La amenaza también depende de las barreras de entrada y de la fuerza de reacción de los competidores potenciales. Se denomina barreras de entrada a los factores como: (a) las economías de escala que fuerzan a los competidores a arrancar en gran escala, con el riesgo de incurrir en desventajas de los costos, (b) las protecciones legales obtenidas a través de patentes, (c) la diferenciación del producto e imagen de la marca que representa un alto grado de lealtad entre los clientes existentes y los recién

llegados, (c) los requisitos de capital que pueden ser considerables no sólo para financiar las instalaciones de producción, sino también elementos como las existencias, el crédito a clientes, los gastos de publicidad, (d) los costos de cambio, es decir, los costos reales o psicológicos que el cliente debe enfrentar para cambiar de un producto establecido a otro nuevo, (e) el acceso a los canales de distribución, en el que los distribuidores pueden ser reticentes a dar espacio a un nuevo producto; a veces, el nuevo competidor se ve forzado a crear un canal de distribución enteramente nuevo y (f) los efectos de experiencia y la ventaja de costos, mantenida por el productor establecido, que pueden ser muy sustanciales, especialmente en las industrias con fuerte intensidad de mano de obra (García, 2013).

La amenaza de ingresos por productos secundarios o sustitutos

Los productos sustitutos pueden desempeñar una misma función para el mismo grupo de clientes, pero se basan en diferentes tecnologías, los cuales constituyen una amenaza permanente, ya que la sustitución de un producto es constante.

Según Porter (2015) los precios de los productos sustitutos imponen un techo al precio que las empresas del mercado-producto pueden practicar. Cuanto más atractiva es la relación precio-rendimiento del producto sustituto, más fuerte será la limitación al aumento de precios de la industria.

El poder de la negociación con los clientes

Los clientes asumen un poder de negociación frente a sus proveedores. Pueden influir en la rentabilidad potencial de una empresa al forzarla a recortar los precios, demandar servicios más extensos o mejores facilidades de crédito o, incluso, posicionar a un competidor frente a otro (Porter, 1998). El grado de influencia depende de un cierto número de condiciones.

El poder de la negociación de los diferentes proveedores

Parra (2009) mencionó que los proveedores pueden ejercer un poder de negociación a través del aumento de precios al distribuir, reducir la calidad del producto o limitar las cantidades que venden a un determinado cliente. Los proveedores poderosos pueden, por lo tanto, dificultar la rentabilidad de una industria incapaz de recuperar los aumentos de costos en sus propios precios. Deras, Martínez y Salmerón (2013) explicó que las condiciones que aseguran un poder elevado a los proveedores son similares a aquellas que prevalecen en poder de los clientes.

De esta manera se tiene: (a) el proveedor se encuentra en una posición de monopolio, (b) el grupo proveedor está dominado por unas pocas empresas y está más concentrado que la industria a la cual le vende, (c) el proveedor no se enfrenta a productos susceptibles de sustituir los productos que proporciona, (d) el grupo proveedor representa un ingreso importante de la economía del comprador, (e) el grupo proveedor ha diferenciado sus productos o ha creado costos de transferencia elevados que convierten al cliente en cautivo, (f) el grupo proveedor constituye una amenaza real de integración hacia el consumidor.

Identificación de los competidores

Se puede identificar cuatro tipos de competidores. El primero son los competidores directos, que son las empresas que tienen un alto puntaje tanto en términos de necesidades de mercado como en plataforma tecnológica. Seguido de los competidores potenciales, representados por empresas con alto puntaje en términos de plataforma tecnológica pero que actualmente no satisfacen las mismas necesidades de mercado. En tercer lugar, los competidores sustitutos, que satisfacen las mismas necesidades de mercado que la empresa central, pero con distintos tipos de recursos y/o tecnologías. Finalmente, los competidores durmientes, que constituyen actualmente una amenaza baja, porque tanto sus mercados objetivos como sus tecnologías son diferentes.

Ventajas y Desventajas del Comercio Internacional

Ventajas:

- Innovación y abastecimiento de producto que carecen en el país.
- Suple necesidades
- Ayuda al desarrollo del país
- Impacto positivo entre países
- Inversión
- Plaza de Trabajo
- La producción del país dirigida a nuevos mercados
- Generación de nuevos conocimientos culturales
- Realización de negocios internacionales

Desventajas:

- Comercio ilegal, piratería.
- Elevación de los impuestos
- Mercancía deteriorada
- Menor interés en la producción nacional
- Mano de obra mal remunerada
- Explotación entre países

Marco Conceptual

Productividad

Quesnay (2017) economista francés pionero del pensamiento económico, afirmó que “la regla de conducta fundamental es conseguir la mayor satisfacción con el menor gasto o fatiga” (p. 113).

Marx (1975) se refirió al concepto de productividad en “El Capital” como “el grado social de productividad del trabajo se expresa en el volumen de la magnitud relativa de los medios de producción que un obrero, durante un tiempo dado y con la misma tensión de la fuerza de trabajo, transforma en producto” (p. 31).

Producción

Según Render y Heizer (2014) conceptualizaron de una manera sencilla que la producción es “la creación de bienes y servicios”.

Exportación

Según Daniels, Radebaugh y Sullivan (2007) se refirieron a la exportación en “Negocios Internacionales” como:

El medio más común del que se sirven las compañías para iniciar sus actividades internacionales. Es decir que las empresas que se introducen a la exportación lo hacen sobre todo para incrementar sus ingresos de ventas, para conseguir economías de escala en la producción y para que pueda diversificar sus sedes de ventas (p. 57).

Producto Nostálgico

Olmedo (citado de Cervantes, 2007) mencionó que los productos nostalgia son “mercancías y servicios con atributos y particularidades, de carácter autóctono, con un sentido de pertenencia nacional, vinculado a conceptos como raza, pueblo y a otras particularidades, peculiaridades religiosas y lingüísticas de un grupo social” (p. 5).

Marco Legal

Entidades Afines a la Exportación

Existen numerosas instituciones públicas y privadas que tienen actividades afines con la exportación, entre las principales encontramos las siguientes:

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE)

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE, 2005) es entidad pública encargada de controles y servicios aduaneros, tiene como objetivo la

facilitación del comercio internacional, tal como, la entrada y salida de mercancías, transportes, dirección en zonas aduaneras. El plan de negocios para la exportación de la pulpa del tomate de árbol al mercado italiano se manejará estrechamente con esta entidad, debido a que es la principal reguladora del comercio exterior en el Ecuador de acuerdo con la Ley Orgánica de Aduanas (SENAE, 2005) art. 57 del Tránsito Aduanero.

Ministerio de Industrias y Productividad

El Ministerio de Industria y Productividad (MIPRO, 2017) hace referencia a la entidad pública que presta servicios a la ciudadanía y tiene como objetivo:

Impulsar el desarrollo del sector productivo industrial y artesanal, a través de la formulación y ejecución de políticas públicas, planes, programas y proyectos especializados, que incentiven la inversión e innovación tecnológica para promover la producción de bienes y servicios con alto valor agregado y de calidad, en armonía con el medio ambiente, que genere empleo digno y permita su inserción en el mercado interno y externo. Y entre sus principales funciones de MIPRO (2017):

- (a) Generación de capacidades productivas
- (b) Calidad como eje de desarrollo productivo
- (c) Sustitución estratégica de importaciones
- (d) Fomento de la oferta exportable

El MIPRO nos facilita la realización de trámites correspondientes a:

- (a) Registros por actividad productiva
- (b) Certificaciones (Emisiones de Certificados de origen)
- (c) Designación de Organismos de Evaluación de la Conformidad
- (d) Emisión de Autorizaciones

(e) Licencias y Registros de Importación

(f) Registros de Exportación

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP)

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca es la institución rectora del multisectorial, encargada de regular, normar, facilitar, controlar, y evaluar la gestión de la producción agrícola, ganadera, acuícola y pesquera del país; impulsando acciones que permitan la expansión rural y propicien el crecimiento sostenible de la producción y productividad del sector generando al desarrollo de productores, principalmente representados por la agricultura familiar campesina, manteniendo el incentivo a las actividades productivas en general (MAGAP, 2017)

Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC)

El Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC, 2017) anteriormente conocido como COMEXI, entre sus principales objetivos se detallan los siguientes:

- Intensificar la eficiencia y efectividad en la formulación, articulación y ejecución de políticas y herramientas del sector de la producción, empleo y competitividad.
- Incrementar la acción de la inversión, nacional y extranjera en el país, para el desarrollo empresarial, a través de la coordinación con las entidades del sector.
- Acentuar la producción de los sectores priorizados dentro de las zonas de planificación.
- Aumentar el uso eficiente del presupuesto.
- Extender la eficiencia operacional.
- Ampliar el desarrollo del talento humano.

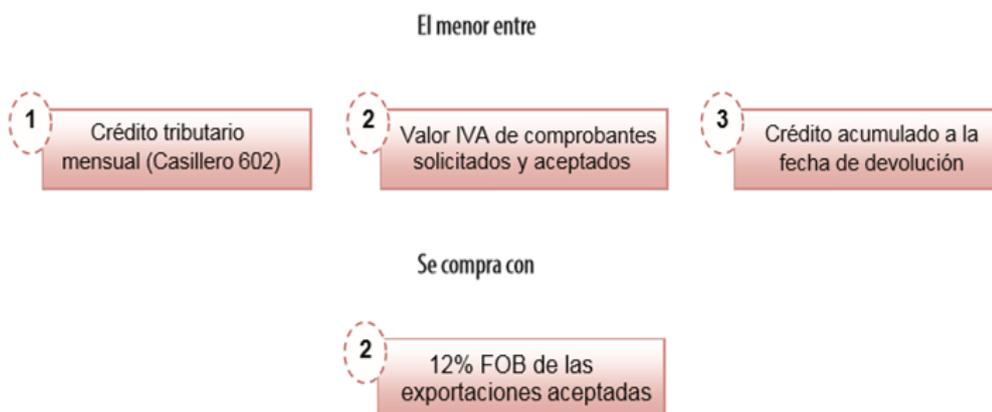
Servicio de Rentas Internas (SRI)

El Servicio de Rentas Internas (SRI, 2017) es una entidad técnica y autónoma que tiene como misión gestionar la política tributaria, en el marco de los principios constitucionales, asegurando la suficiencia recaudatoria destinada al fomento de la cohesión social. Tiene como responsabilidad recaudar los tributos internos establecidos por la Ley mediante normativas vigentes.

El SRI (2017) determinó el proceso de intervención dentro de las exportaciones es la retención y devolución del IVA, por ejemplo; en caso de los exportadores.

El exportador, está obligado a efectuar la retención del 100% del IVA para que las adquisiciones que realiza en el mes sean sustento de crédito tributario.

La devolución de IVA a exportadores está sujeta a 4 parámetros:



En caso de que el menor entre 1, 2, 3, sea mayor que el valor 4 se genera un saldo a devolver en futuras exportaciones. (Es decir que se recuperará en futuros trámites)

Figura 4. Devolución de IVA a exportadores

Fuente: Guía Rápida Proceso Devolución de IVA Exportadores (SRI, 2017)

Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD)

Es la entidad encargada de mantener y mejorar el estatus sanitario de los productos agropecuarios del país, con el objetivo de precautelar la inocuidad de la producción primaria, contribuir a alcanzar la soberanía alimentaria, mejorar los flujos comerciales y apoyar el cambio de la matriz productiva del país (AGROCALIDAD, 2017).

Registro del Exportador

Para el registro de exportación se requiere gestionar el Ruc (SENAE, 2017), una vez realizado, se deberá:

1er Paso

Obtener el Certificado Digital para generar la firma electrónica y autenticación, que es entregado por las siguientes instituciones:

- Banco Central del Ecuador
- Security Data

2do Paso

El exportador debe de registrarse en el portal de ECUAPASS, donde podrá:

- Actualizar base de datos
- Crear usuario y contraseña
- Aceptar las políticas de uso
- Registrar firma electrónica

Proceso de Exportación

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a

cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante (SENAE, 2017).

Los datos que se consignarán en la DAE son:

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

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

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Una vez aceptada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE), la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- Aforo Automático
- Aforo Documental
- Aforo Físico Intrusivo

Cuando la DAE tenga canal de Aforo Automático, en la autorización de salida, es decir la aprobación para el embarque de la mercancía, será de forma automática, al momento del ingreso de la carga a los depósitos o zonas primarias (SENAE, 2013).

Cuando la DAE tenga canal de Aforo Documental, se le asignará un funcionario a cargo del trámite al momento del ingreso de la carga al depósito temporal se procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada, continuamente se realizará el cierre si no existiesen eventualidades. Es necesario tener en cuenta que, en caso de existir alguna novedad en el trámite, este será registrado mediante notificación electrónica. Una vez cerrada la DAE se transformará su estado a salida autorizada y la carga se podrá embarcar (SENAE, 2013).

Cuando la DAE tenga como canal el Aforo Físico Intrusivo, se procede como lo detallado en el Aforo Documental, pero adicionalmente se realiza una inspección física de la carga verificando la documentación digitalizada y electrónica enviada en la DAE (SENAE, 2017).

Agente de Aduana

Según la SENAE (2017) en el Art. 227 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión definió jurídico autorizado por la Dirección del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, con licencia que le permite gestionar de manera frecuente y por su cuenta, la entrega de mercaderías, teniendo que firmar la declaración aduanera en los casos que el reglamento lo exija. Dicha licencia tendrá un plazo de duración de 5 años, la cual puede ser renovada por el mismo plazo.

El agente de aduana es una pieza fundamental en la tramitación de documentos de exportación, debido a, su experiencia en el ámbito.

En base a la SENAE (2005) de la Ley Orgánica de Aduanas en el art. 43 de Obligatoriedad y Plazo donde el propietario, consignatario o consignante, en su caso, personalmente o a través de un agente de aduana, presentará en el formulario correspondiente, la declaración de las mercancías provenientes del extranjero o con destino a él, en la que solicitará el régimen aduanero al que se someterán.

El declarante es personal y pecuniariamente responsable por la exactitud de los datos consignados en la declaración. En el caso de personas jurídicas, la responsabilidad recae en la persona de su representante legal.

- En las importaciones, la declaración se presentará en la aduana de destino, desde siete días antes, hasta quince días hábiles siguientes a la llegada de las mercancías.
- En las exportaciones, la declaración se presentará en la aduana de salida, desde siete días antes hasta quince días hábiles siguientes al ingreso de las mercancías a la zona primaria aduanera.
- En la importación y en la exportación a consumo, la declaración comprenderá la autoliquidación de los impuestos correspondientes.
- El Gerente Distrital podrá autorizar el desaduanamiento directo de las mercancías en los casos previstos en el reglamento y previo cumplimiento de los requisitos establecidos en el mismo.”

Autorización de Ingreso y Salida de Vehículos

En el portal web de Operadores Portuarios de Carga del Ecuador (NAPORTEC, 2017) se señaló que la Autorización de Ingreso y Salida de Vehículos (AISV) es un documento de control, el cuál registra el ingreso y salida de vehículos, tanto para las navieras como para las bodegas temporales de aduanas. Para realizar este documento es obligatorio tener los datos del transportista y del contenedor donde se encuentre la carga, y llenar el todo documento de la forma correcta. Para las exportaciones lo genera la Naviera, para que pueda ingresar el contenedor en una bodega temporal.

Factura Proforma

Es un documento donde se plasma la oferta detallada de venta e información expedido por el exportador en el que se detallan las condiciones en las que el mismo estaría dispuesto a vender una mercancía. Justificación del contrato comercial (Lucas, Maggi, & Yagual, 2010).

Según La Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España la factura proforma debe de contener:

- Fecha, nombres y razones comerciales de vendedor y comprador
- Denominación precisa y cantidad de mercancía
- Precio unitario y cantidad de mercancía
- Forma y condiciones de pago
- Tipo de embalaje
- Términos de entrega de la mercancía (hace referencia a los términos internacionales de negociación publicados por la Cámara de Comercio Internacional)
- No es necesario que estén firmadas.

Estos datos serán los que posteriormente se consignen en la factura comercial una vez confirmado el pedido por parte del comprador.

Lista de Empaque

Documento que describe la mercancía (bulto declarado) que se encuentra embarcado, colocando números a las cajas de acuerdo al contenido del mismo.

Factura Comercial

La factura comercial es el documento base que influye en la exportación para indicar de donde proviene, características, posesión de las mercancías que van a ser exportadas (SRI, 2015).

Debe de contener:

Todos los datos relativos al envío:

- Descripción: especificación de la mercadería, marcas, número de bultos, pesos netos y total, cantidad de pedido, precios, condiciones de venta, lugar de embarque y de llegada, tipo de Incoterm.

En varios países como Italia, se indica la partida arancelaria de cada ítem de la mercadería que entra a su país, el importador al momento de enviar las indicaciones de embarque deberá dar dicha información al embarcador.

Cuando se exporta se crea una factura comercial provisional calificada por el SRI, para el trámite interno de la DAE, después otra factura comercial, pero de carácter determinante después de lo que realmente se halla embarcado, para ser destinado al importador y poder hacer autentico el cobro de la exportación.

Documento de Transporte

“Bill of Lading”, documento de transporte emitido por la agencia de carga o naviera autorizada es emitido electrónicamente por el sistema de ECUAPASS, contiene:

- Características cuantitativas de la mercancía
- Nombres y direcciones de consignatario y consignante
- Puerto de origen y destino
- Valores emitidos por el servicio de transporte internacional.

Este documento es de mucha importancia tiene una relación directa entre la agencia de carga o naviera con la SENA E.

Incoterms

Las reglas sobre el uso de términos nacionales e internacionales Incoterms 2010 de la Cámara de Comercio Internacional, facilitan el proceso de las negociaciones globales, los mismos precisan obligaciones y derechos del comprador y vendedor, detallan las tareas, costos y riesgos que involucra la entrega de mercancía de la empresa vendedora a la compradora.

Incoterms 2010											
	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
EXW Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FCA Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FAS Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FOB Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CPT Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CFR Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CFR Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CFR Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAT Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DDP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI

■ Vendedor ■ Comprador ■ Vendedor / Comprador

Figura 5. Incoterms 2010

Fuente: Senae (2017)

Tipos de Pago

Existen 4 formas de pago con las que se puede negociar con el comprador extranjero o importador (SENAE, 2013), los cuáles se detallan a continuación como:

- **Pago Anticipado:** Se da cuando el pago de la importación debe de realizarse con anterioridad al embarque de la mercancía y después se procede al despacho.
- **Cobranzas**
 - Directa (importador y exportador)
 - Mediante un representante, toda la documentación será a través de dicho representante del exportador en la ciudad o país del importador
 - Por banco con carta de crédito irrevocable y confirmada.
- **Carta de Crédito Irrevocable y Confirmada:** El pago debe hacerse mediante el compromiso del importador, a través de su banco (emisor)

y un banco en el país del exportador (banco corresponsal). La misma que cuenta con la confirmación del banco pudiéndose hacer efectivas cuando se cumplan con las condiciones expuestas en la misma.

- **A consignación:** Las condiciones de pago se estipulan en función de las cantidades realmente vendidas en el país de destino.

Acuerdo Comercial entre la UE y Ecuador

Van Steen y Saurenbach (2007) explicaron que el acuerdo comercial entre la Unión Europea y Ecuador es un tratado firmado de forma bilateral para romper las barreras comerciales, para el ingreso de mercancías con un recorte de impuestos, entre los países miembros que la UE incluye, tal es el caso de Italia y viceversa.

El acuerdo se firmó el 11 de noviembre de 2016 y entró en vigor el 1 de enero de 2017 y consiste en una reducción impositiva gradual (La mayoría de los productos tendrán un periodo de desgravación de entre 5 y 10 años con aranceles de base de 5, 20 y 30%.) hasta la tarifa del 0 por ciento entre los dos (Van Steen & Saurenbach, 2007, p. 14).

Para los negocios con la UE hay que considerar que:

- La Unión Europea está compuesta por 28 países y existen 24 lenguas oficiales.
- Los niveles de vida, los hábitos de consumo y las culturas son muy diferentes entre los países de la Unión Europea.
- Es el bloque comercial más grande en el mundo: el monto total de comercio es US\$18.451 trillones.
- Europa tiene un bloque de 510 millones de consumidores.
- Hay un crecimiento de los hogares de una y dos personas. Algunos se les conocen como DINK, que se caracterizan por no tener hijos y contar con dos salarios. Por lo general, estas personas están interesadas en conocer nuevos productos y están dispuestas a pagar más.

- Cada vez hay más residentes no europeos que quieren encontrar en Europa los productos que antes consumían en su país de origen.

Metodología

Sabino (1992) definió a la investigación de tipo descriptiva como:

La investigación que trabaja sobre los hechos y sus características primordiales es mostrar una interpretación correcta, su preocupación primordial está en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener los datos que caracterizan a la realidad estudiada (p. 51).

Descriptivo no experimental

Según (Sampieri, 2010) la investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

Este trabajo describe el perfil del consumidor italiano ante las pulpas de frutas congeladas. No busca modificar patrones de consumo pre establecidos sino ofrecer oportunidades a los consumidores de probar un producto nuevo.

Longitudinal

Según (Sampieri, 2010) define que la investigación longitudinal recolecta datos a través del tiempo en puntos o periodos específicos, para hacer inferencias respecto al cambio, sus determinantes y consecuencias.

Esta investigación es de corte longitudinal porque se han revisado importaciones de pulpas de frutas de Italia del 2012 al 2014 para realizar proyecciones y determinar la demanda futura.

El libro de Metodología de la Investigación se refirió a los procesos cuantitativos bajo diferentes fases como se lo muestra en la siguiente imagen:

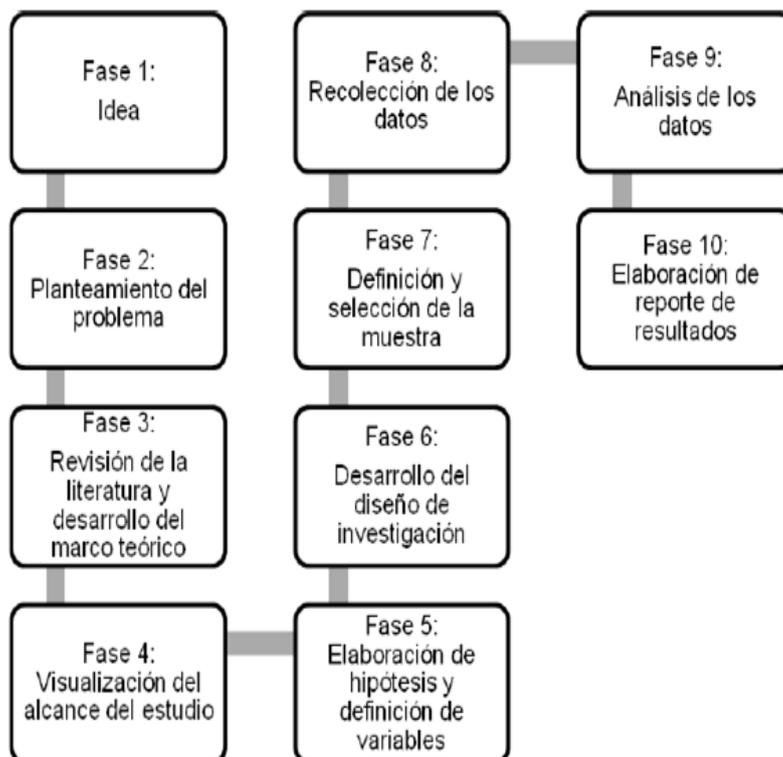


Figura 6. El proceso cuantitativo.

Fuente: Metodología de la Investigación (Hernández, Fernández, & Baptista, 2009)

Tipo de Investigación

La investigación que se va a realizar será de tipo descriptiva con un paradigma cuantitativo que analizará la data secundaria e histórica y a su vez, describirá hechos fácticos sucedidos en los últimos cinco años.

Población

La población infinita se considera como “aquella en la que se desconoce el total de elementos que la conforman, por cuanto no existe un registro documental de éstos debido a que su elaboración sería prácticamente imposible” (Arias, 2012, p. 82).

En el estudio se desconoce el grupo y características definidas a quien dirigir la pulpa de fruta de tomate de árbol, podemos determinar patrones de consumo a los cuáles determinamos que serán los principales consumidores.

Muestra

- En el presente plan de negocios, no se puede determinar muestra por la limitante de datos porque el mercado objetivo es Italia.
- No se llevará a cabo encuestas dirigidas al consumidor principal, es decir, el mercado italiano.
- Se delimita el plan de negocios según los patrones de consumo, otorgados por estudios secundarios
- Se recogerá datos secundarios con el acceso a internet y se estudiará estadísticas de censos en Italia donde determinará el número de inmigrantes ecuatorianos en Italia en las principales ciudades, donde podremos acertar que serán nuestros principales consumidores.
- Análisis de principales lugares que los italianos frecuentan para realizar sus compras de víveres.

Técnica de Recogida de Datos

- Información estadística de datos de la importación de pulpas de frutas en Italia de los últimos 3 años.
- Información secundaria de pulpa de frutas exportadas por otros países, con información relevante del mercado italiano y el consumo de pulpas de frutas congeladas

- Datos de censos en la ciudad de Milán donde alberga a más de 62000 ecuatorianos.
- El análisis de los datos de carácter financiero se realizará con la Herramienta de Excel.

CAPITULO I - ANÁLISIS DEL ENTORNO

El análisis del entorno involucra los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ambientales (PESTA) que conforman parte del marketing estratégico, puesto que es un instrumento importante para la administración de empresas, debido a que ayuda a sustentar un análisis del entorno mediante factores externos.



Figura 7. Las fronteras trazadas

Fuente: Ficha País Italia” por Oficina de Información Diplomática, 2017

Idioma: Lengua Oficial Italiano

Moneda: Euro

Religión: No hay religión oficial, la gran mayoría de población es católica.

Capital: Roma

Principales Ciudades: Milán (1.345.851 hab.); Nápoles (974.074hab.); Turín (890.529 hab.); Palermo (674.435 hab.); Génova (586.655 hab.).

Análisis del Entorno Político

La Oficina Informática Diplomática (2017) determinó que la política italiana tiene lugar en un marco de república parlamentaria, democrática y de un sistema multipartidista; el sistema italiano se basa en la ley romana; esto significa que el gobierno italiano está dividido en la Cámara de Diputados, con 630 miembros y el Senado de la República con 315, miembros. Actualmente el presidente del consejo Paolo Gentiloni, presidente del Consejo de Ministros desde el 2017.

Análisis del Entorno Económico

El diario Español (2018) indicó que la economía de Italia creció en 2017 un 1,4 %, lo que supone el crecimiento más alto desde 2010, según las cifras provisionales publicadas por el Instituto de Estadísticas (ISTAT).

Catanzaro y Timpanaro (2012) señalaron que la economía italiana se basa, en los servicios y en la industria. La industria italiana tiene una economía diversificada, dividida en dos partes, un norte industrial desarrollado, dominada e impulsada por empresas privadas, y por otra parte en la agricultura un poco menos desarrollada y subsidiada. La economía italiana está impulsada por muchas empresas familiares pequeñas y medianas; así como por bienes de consumo de alta calidad.

El Fondo Monetario Internacional (FMI, 2017) y el Banco Mundial (BIRF, 2018) mencionaron que los indicadores económicos de Italia del 2017 se mantuvieron en:

PIB: 1.636.372 (millones €; Precios Corrientes, 2015)

Tasa crecimiento PIB en términos reales: +0,7% (2015), 1,0 (3T 2016)

Tasa de inflación: 0,1 (2015)

Tasa de paro: 11,9 % (2015)

Balanza c/c: 26.650 (millones de euros) (Banca d'Italia, 2015)

Superávit/Déficit del sector público (% PIB): -2,6% (2015)

Deuda pública (%PIB): 132,6 % (Banca de Italia, 2015)

Análisis del Entorno Social

El portal oficial de Datos Macro (2016) explicó que la sociedad italiana se basa en una cultura fuerte, la familia es el centro de la estructura social, esto también dado a la religión católica. La población de Italia es de 60.665.551 habitantes, el crecimiento de la población es del 34%.

Análisis del Entorno Tecnológico

La Revista Élite Diseño España (2017) mencionó que la tecnología en Italia juega un papel muy importante que genera un gran impacto en los negocios. Los dispositivos tecnológicos y la innovación digital están demostrando ser impulsores empresariales cada vez más importantes, los negocios tienden a mantenerse al día con la tecnología y su rápido movimiento para evolucionar y lograr la máxima eficiencia, además de actualizar sus servicios. Italia se encuentra proporcionando servicios como puntos wifi para uso público.

Las 5 Fuerzas de Porter en el Negocio

Identificación de los competidores

En el presente plan de negocios las empresas ecuatorianas procesadoras de pulpa de frutas representan en este proyecto una gran competencia puesto que cuentan con la experiencia, fábrica, maquinaria, mano de obra, etc. Es común que se presenten cambios en los precios, grandes campañas publicitarias y promociones, pero ventajosamente con ORTOFRUTTA, el distribuidor italiano se ha logrado afianzar vínculos los cuales mantienen fidelidad hacia la marca.

La amenaza ante nuevos competidores

La amenaza de nuevos competidores es alta, existen muchas procesadoras de pulpas no solo en Ecuador sino también en el resto del mundo, en este caso la distinción entre los demás competidores es que la base de la pulpa, es el tomate de árbol, un producto no producido en Europa y actualmente con el acuerdo comercial entre Ecuador y la UE, institución donde Italia es miembro, ha abolido restricciones para la exportación hacia el país.

La amenaza de ingresos por productos secundarios o sustitutos

Los productos sustitutos por considerar son: jugos, refrescos, té y gaseosas. Pero el interés del consumidor italiano es cada vez más consumir productos que aporten beneficios en su salud, tal como lo son las pulpas de frutas.

El poder de la negociación con los clientes

Lo importante en este punto, es informarles más que nada a los inmigrantes ecuatorianos que ya se encuentra la pulpa de fruta de tomate de árbol en Italia, con precio accesible y buena calidad con propiedades naturales saludables.

El poder de la negociación de los diferentes proveedores

Es necesario mantener una relación estrecha con la empresa Co-Packer PALFRUT, la empresa gráfica POLIGRÁFICA que proporciona cartones y las fundas con la marca y los transportistas. Ellos en conjunto permiten que el producto llegue a destino final.

CAPITULO II - PULPAS DE FRUTAS

Pulpa de Fruta Congelada

El Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC, 2017) determinó que la Pulpa de Fruta Congelada se obtiene seleccionando cualquier variedad de fruta en su punto óptimo de maduración, se separa la cáscara y las semillas de la parte comestible de la fruta. Su condición es óptima porque no contiene conservantes, ni colorantes, cuidando todo su sabor, color y aroma. Su conservación es por congelación, lo que ayuda a la disponibilidad del producto durante todo el año, gracias a su conservación se prolonga el tiempo para su consumo.

En el portal de Pro Ecuador (2015) se determinó que en Europa el consumo de pulpa de fruta está enfocado principalmente a un mercado intermedio, es decir, restaurantes, panaderías, empresas productoras de alimentos y bebidas naturales e industrializadas que usan la pulpa como ingrediente en el proceso de elaboración de su producto final. La pulpa de fruta es de fácil uso y sirve para diferentes productos.

Perfil del Consumidor Italiano

El comportamiento del consumidor italiano empezó a variar debido a la enérgica reducción de su poder adquisitivo como consecuencia de la crisis del 2009. En Italia, existe un cambio en el modo de elegir los productos al comprar. En vez de optar inmediatamente por los productos de marca, el consumidor empezó a buscar los productos más convenientes, que ofrecieran precios más económicos y que incluyeran ofertas, siempre poniendo atención a la calidad de lo que están comprando, pero buscando una relación calidad-precio que se adecua al nuevo escenario al que se enfrenta (MIFIC, 2017, p. 9).

La Oficina Comercial de Chile en Milán Pro Chile (2014) explicó que la crisis ha transformado al consumidor italiano en un profesional de la compra, de acuerdo con un estudio hecho por IRI (Instituto para la Reconstrucción Industrial) el año 2013 sobre el comportamiento del consumidor se determinó que los italianos redujeron en un 0,6% el presupuesto semanal para las compras, y además a la hora de comprar el 33% se fija en el precio del producto, un 43% en las ofertas semanales brindados por los supermercados para realizar una lista de compra.

La tendencia de los italianos en sus compras está dada por las visitas al menos de tres lugares de venta de alimentos y realizan compras mínimo dos veces por semana, y que, además, han disminuido la compra de productos de precios altos como la carne (MIFIC, 2017). A pesar de estos cambios de comportamiento, los consumidores italianos son los que están más dispuestos a pagar un precio superior por productos innovadores dentro de la Unión Europea (un 34% vs la media de 29%).

Perfil del Mercado Italiano para la Pulpa Congelada

El consumidor italiano se define por ser muy exigente en cuanto a la calidad y presentación en los productos alimenticios. La gastronomía italiana, rica en variedad de sabores y detallista en la elaboración de los platos sin caer en la complejidad, se caracteriza por estar muy arraizada en las familias y por una fuerte simpatía de los consumidores a los productos “Made in Italy” fundamentado en la confianza existente en cuanto a la calidad y procedencia de los productos (Pro Chile, 2014).

Sin embargo, esto no impide que productos provenientes del exterior puedan entrar a participar en el mercado, por el contrario, esto permite la penetración de productos que ofrezcan un valor agregado y demuestren atributos necesarios apegados a los altos estándares, existiendo un reconocimiento y aprecio por sus cualidades (Catanzaro & Timpanaro, 2012).

Italia es otro de los mercados de importancia para la exportación de pulpa de frutas tropicales congelada, al igual que otros países europeos como Alemania y Reino Unido, Italia sigue la tendencia de consumo de productos considerados como saludables, es por esto que los jugos o concentrados de frutas naturales (sin altos contenidos de preservantes) han tenido un rápido crecimiento en una estimado del 9% anual (MIFIC, 2017).

Este crecimiento en el consumo de productos saludables se espera que continúe en el mercado italiano, esto abre una gran oportunidad para la entrada de las frutas exóticas que contienen alto valor nutritivo con grandes beneficios para la salud (Pro Chile, 2014).

Oferta y Demanda

Tabla 1. Importación Italiana de Pulpa de Fruta Congelada

Código del producto	Descripción del producto	CIF/TN	2012	2013	2014
81190	Otras frutas congeladas	US\$ CIF	\$ 66.891,00	\$ 66.559,00	\$ 72.352,00
		Volumen (TN)	23608	24356	27769
81110	Fresas (frutillas) congeladas	US\$ CIF	\$ 20.019,00	\$ 24.947,00	\$ 23.673,00
		Volumen (TN)	13174	11005	11961
81120	Frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesas y grosellas, congeladas	US\$ CIF	\$ 21.755,00	\$ 19.548,00	\$ 20.675,00
		Volumen (TN)	10005	11205	9932

Fuente: Importación Italiana de Pulpa de Fruta Congelada (MIFIC, 2017)

Demanda

Según el MIFIC (2017) se indicó que en el 2014 Italia importó 49,662 toneladas métricas de pulpa de fruta congelada correspondiente a \$116 millones, la pulpa de fruta año a año ha tenido un incremento en las importaciones de Italia con un 10%.

Inmigrantes Ecuatorianos en Italia

La Cancillería del Ecuador (2014) explicó que el proceso migratorio de ciudadanos de Ecuador hacia Italia se denomina inmigrantes, Los Ecuatorianos son el segundo grupo más grande de extranjeros provenientes de Latinoamérica en Italia, después de los peruanos. Son también el tercer mayor conjunto de ecuatorianos fuera del país situado en Italia. Detrás de las comunidades de ecuatorianos en España y Estados Unidos.

Cárdenas (2004) mencionó que Italia acoge alrededor de 130.000 ecuatorianos que residen principalmente en Milán con 62.000 inmigrantes originarios de Ecuador, en esta ciudad se encuentran más de la quinta parte de ecuatorianos en este país. También se destacan las comunidades de ecuatorianos en las ciudades de Génova, Roma y Nápoles.

Existe un nutrido grupo de ecuatorianos no reconocidos como migrantes por poseer descendencia italiana, es decir son personas naturales nacidas en territorio ecuatoriano con antepasados italianos, a los cuales en Italia son considerados repatriados y no constan en las estadísticas de migración .

CAPITULO III - REQUISITOS PARA EXPORTAR

Requisitos del Producto en Italia

La importación de productos congelados de origen vegetal a Italia está reglada por la Directiva 89/109/CEE aceptada en Italia mediante la ley de 1992 (Pro Ecuador, 2015). Los alimentos congelados pueden ser importados solo si son producidos con normas equivalentes a las que hay en la CEE y en fábricas aprobadas por la Dirección General de la Sanidad Pública, Veterinaria, de Alimentos y Nutrición.

Requisitos:

- Instancia de la empresa interesada en caso de pedido individual, o instancia de la Embajada en caso de pedidos múltiples, La solicitud se debe presentar en idioma italiano, la documentación en idioma original acompañada de traducción legal.
- Legislación vigente, en el caso de existir, en el país de procedencia sobre la producción, procesamiento, conservación y transporte de los alimentos congelados.
- Declaración emitida por las competentes Autoridades del país de origen, que certifique, que los alimentos congelados exportados a Italia son productos conformes a los principios contenidos en la Directiva 89/108/CEE, es decir:
- Con el empleo de materia prima salubre. – Con tecnología de congelación equivalente a la prevista por la Directiva 89/108/CEE En establecimientos reconocidos como idóneos por las competentes autoridades locales,
- Con el empleo de personal sometido a los necesarios controles sanitarios.

La certificación ISO 22000 permitirá que una organización demuestre su capacidad para controlar los peligros de seguridad alimentaria, con el fin de proporcionar de forma coherente productos finales seguros que cumplen tanto con requisitos acordados con el cliente y los de los reglamentos de seguridad alimentaria (MIFIC, 2017).

CAPITULO IV - ESTRATEGIA DE ENTRADA A MERCADOS INTERNACIONALES

Estrategia de entrada a mercados internacionales

La internacionalización es de mucha importancia y necesidad para el crecimiento y desarrollo económico de una compañía que busca su expansión territorial en nuevos mercados donde el porcentaje de riesgo es muy elevado y el nivel de incertidumbre es grande. Sin embargo, existen diferentes estímulos que motivan este incentivo entre ellos: aprovechar oportunidades comerciales y ventajas de localización, seguir al cliente, actuar como proveedores y competir en una industria globalizada (Montalvo, 2015).

Cateora, Gilly y Graham (2009) definieron que “una compañía puede seleccionar entre cuatro modos distintos de entrada a los mercados extranjeros: exportación, acuerdos contractuales, alianzas estratégicas e inversión extranjera directa” (p. 326). Peris, Rueda y Benito (2012) señalaron que “hay tres decisiones básicas que una empresa, de frente a su expansión extranjera, debe tomar: el mercado, el momento de hacerlo y en qué escala” (p. 4).



Figura 8. Estrategias alternativas de entrada a mercados.

Fuente: Libro de Estrategias de Marketing Internacional de Cateora, Gilly y Graham (2009)

Entre las estrategias se detalla a la exportación tanto directa o indirecta que es el primer mecanismo que las empresas ponen en práctica para lograr la internacionalización debido a que su nivel de riesgo es mínimo. Otra opción son los acuerdos contractuales que se realizan a través de licencias o franquicias donde la transferencia de conocimiento sobresale en lugar de capital (Peris, Rueda, & Benito, 2012). Del mismo modo las alianzas estratégicas (joint-venture o consorcios) son muy usadas entre dos o varias compañías que se unen para lograr un objetivo común, finalmente la inversión extranjera directa (Cateora, Gilly, & Graham, 2009).

Marketing Mix

Producto

La Pulpa de Fruta Congelada del Tomate de Árbol se obtiene cuando el fruto se encuentra en su estado óptimo de maduración, se separa la cascara y las semillas de la parte comestible de la fruta. Su conservación es por congelación, lo que ayuda a la disponibilidad del producto durante todo el año.

El Envase

Las pulpas de frutas son líquidas, pero en el período de congelación el producto obtiene mayor dureza para lo cual se ha tomado como envase una funda plástica gruesa que permite contener adecuadamente el producto aun cuando está congelado y su peso es de 500g.

Las medidas de las fundas sin el producto son de 14 cm de ancho por 24 cm de largo, al momento de contener el producto congelado las medidas se reducen en un ancho de 12,5 cm y 22 cm de largo con un espesor de 3,5 cm que adquiere cuando se llena del producto.



Figura 9. Pulpas de Fruta Congelada
Elaborado por: Autora

Empaque

Las bolsas de plástico al contener el producto congelado van dentro de una caja de cartón corrugado reforzado y fabricado con una capa interior de cera para evitar que la humedad del producto dañe la caja.

Las medidas de la caja son: 70 cm de largo por 46 cm de ancho y 22 cm de alto, con la capacidad de llevar 50 fundas de 500 g por producto, esto no da un total de peso de 25 kg por caja facilitando su manipulación.



Figura 10. Cartón Corrugado
Elaborado por: Autora

Partida Arancelaria

Tabla 2. Partida Arancelaria de Pulpa de Tomate de Árbol

TOMATE DE ÁRBOL FRESCO	
SECCIÓN: II	PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
CAPITULO:8	FRUTAS Y FRUTOS COMESTIBLES; CORTEZAS DE AGRIOS (CÍTRICOS), MELONES O SANDÍAS
DESCRIPCIÓN DE LA PARTIDA ARANCELARIA	FRUTAS QUE TUVIERON PROCESO PRODUCTIVO (CONGELADOS)
0811	FRUTAS CON ADICIÓN DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE
SUBPARTIDA 0811.90	LOS DEMÁS
DESCRIPCIÓN SUBPARTIDA 0811.90.99.00	LAS FRUTAS Y DEMÁS FRUTOS COCIDOS EN AGUA O VAPOR ANTES DE LA CONGELACIÓN PERMANECEN CLASIFICADOS EN ESTA PARTIDA.

Elaborado por: Autora

Ficha Técnica

Ficha Técnica	
Apariencia:	Uniforme, libre de materiales extraños, admitiéndose una separación de fases y la presencia mínima de trozos, partículas oscuras propias de la fruta.
Color:	Intenso y homogéneo, semejante al de la fruta de la cual se ha extraído el producto, presentando un ligero cambio de color.
Aroma:	Característico e intenso de fruta madura y sana. Libre de olores extraños.
Sabor:	Característico e intenso de fruta madura y sana. Libre de cualquier sabor extraño, amargo, astringente o fermentado.
Consistencia:	Debe sentirse en la boca fluida y homogénea, sin espuma ni partículas extrañas
Vida Útil:	Un año en condiciones de congelación, sin interrupción de la cadena de frío
Empaque y Presentación:	Bolsas de polietileno y/o garrafas plásticas según la línea de producto.
Manejo y Transporte:	Los productos se empaacan en cajas de cartón El producto debe manejarse a menos 18 grados centígrados siempre conservando la cadena de frío.

Figura 11. Ficha Técnica del Tomate de Árbol

Fuente: Archivos Latino Americanos de Nutrición, 2015

Precio

La determinación del precio depende de los costos de producción que se invierten en un producto y la rentabilidad esperada.

- El costo del Co-Packer PALFRUT por el producto terminado, es decir la pulpa de fruta congelada y empaquetada es de \$1.20 por unidad de 500gr.
- Los costos de impresión de etiqueta más el código QR por parte de POLIGRÁFICA es de \$0.07 por unidad, la funda tiene un costo de \$0.03 y el cartón también proporcionada por la empresa gráfica tiene un valor de \$0.15
- Adicional el costo de exportación con el método FOB por unidad es de \$ 0.11 y por caja es de \$5.65.
- El costo unitario por maquilar el producto es de \$1.41, agregando a este, los gastos administrativos, operacionales y rentabilidad determinan que el precio de venta al distribuidor será de \$3.25
- El precio de la pulpa de fruta en Italia es alrededor de € 4,00 por 500 Kg. de fruta congelada.

Plaza

Se distribuirá el producto desde la fase interna, es decir, Ecuador donde POLPA DI FRUTTA S.A. coloca en 20 cajas, 50 fundas por caja de la pulpa de fruta congelada, donde después será embaladas para el transporte interno y manipulación dispuestas en 7 filas de 4 cajas, lo que da un peso de 700 kg por pallet. Donde llegará al puerto y se colocará en el contenedor, el cual no se abrirá hasta que llegue a Italia por vía marítima, para lo cual se lleva un adecuado control de temperatura.

La segunda fase está en el país de destino y es en el almacén del puerto donde se depositará la mercancía y el contenedor se conecta a una línea eléctrica para continuar el sistema de refrigeración, hasta este momento ha terminado la responsabilidad del envío del producto, pero se debe tomar

en cuenta que un correcto control desde el inicio determina la correcta preservación del producto hasta la llegada en bodegas del importador.

Tabla 3. Elementos de Comercialización

ELEMENTOS DE COMERCIALIZACIÓN	
NOMBRE DEL PRODUCTO	PULPA DE TOMATE DE ARBOL
COMPRADOR	ORTOFRUTTA
VENDEDOR	POLPA DI FRUTTA SA
VIA DE TRANSPORTE	MARITIMO
MONEDA	DÓLARES
PRECIO DE VENTA	3.25
CANTIDAD PARA EXPORTAR	UN CONTENEDOR SEMESTRAL 3000 CAJAS ANUALES
PAIS	ITALIA
PUERTO	PUERTO DE GENOVA
INCOTERM	FOB
FORMA DE PAGO	CARTA DE CRÉDITO
PARTIDA ARANCELARIA	0811.90.99.00

Elaborado por: Autora

Punto de Venta

El comprador de la pulpa de fruta enviada es un distribuidor, se analizará que el lugar de entrega del producto sería el puerto de destino.

Tabla 4. Información del Proveedor

ORTOFRUTTA
PARCO INDUSTRIAL
CENTRAL MARKET SHOP 10
ITALY
Tel: 030 731329
<https://www.fapanniortofrutta.com>

Elaborado por: Autora



Promoción

Ofrece al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo, lo que se vierte en un incremento en las ventas.

La manera en la que se dará a conocer el producto se halla en su propia presentación, la cual se localiza impreso el logo del producto y el código QR donde se encuentra incluido la información del producto, por ejemplo, las propiedades nutritivas, los usos beneficiosos del producto, de donde proviene.

Mediante publicaciones en Facebook, Instagram y la página web podrán encontrar los italianos información completa del producto en español e italiano y los contactos de los distribuidores en Italia para la pulpa de fruta congelada de tomate de árbol ecuatoriano.

CAPITULO V - VIABILIDAD ECONOMICA

Co-Packing

En el presente proyecto se eligió el método de negocio al Co-Packing. Se trata de subcontratar a empresas expertas para empaquetar sus productos. Es lo que se conoce como el “co-packing o contract manufacturing”: el proceso de externalización del servicio de embalaje de un artículo.

Uno de los motivos principales por el cual las compañías deciden contratar un co-packer o un experto manipulador a terceros es porque no disponen de la infraestructura, conocimientos o maquinaria específica para realizar este tipo de tareas.

Los co-packers tienen la experiencia, los recursos y el personal necesario para desarrollar la correcta manipulación de los productos lo que, para el fabricante, significa una mayor administración de costes, un aumento de visibilidad del artículo y sobre todo flexibilidad.

La Empresa Co-Packer

La empresa con la cual me he contactado es PALFRUT una empresa agroindustrial especializada en la elaboración de pulpas naturales de frutas. Desde su fundación en el año 2001, PALFRUT se ha caracterizado por ofrecer a sus clientes productos saludables, elaborados bajo estrictas normas de calidad tanto en el procesamiento como en las materias primas, maquinaria y en mano de obra.

La Empresa Gráfica y de Empaque

POLIGRÁFICA con 32 años de trayectoria cuenta con altos estándares de impresión y venta de empaques de todo tipo. En esta ocasión impresión del Logo en las Fundas de las pulpas de fruta, con los respectivos certificados entregados por PALFRUT, para el ingreso del producto al mercado italiano.

Demanda de Italia pronosticada

Para establecer la demanda se partió de la información de la Importación Italiana de Pulpa de Fruta Congelada de los años 2012 a 2014; la cual se pronosticó mediante regresión lineal para los posteriores años.

Tabla 5. *Información de las Importaciones de Pulpa de Fruta en Italia y estadística de pronóstico.*

Importaciones de Pulpa de Fruta en Italia		
Año	Importaciones TN del Sector	Tasa de Variabilidad
2012	46.787,00	
2013	46.566,00	-0,47%
2014	49.662,00	6,65%
2015	50.546,67	1,78%
2016	51.984,17	2,84%
2017	53.421,67	2,77%
2018	54.859,17	2,69%
2019	56.646,67	3,26%
2020	58.384,17	3,07%
2021	60.371,67	3,40%
Estadística del Modelo		
Modelo:	$y = 1437,5x + 44797$	
R²:	69,27%	

Elaborado por: Autora

En la Tabla 5 se tiene información real de los tres primeros años, posteriormente mediante regresión lineal se obtuvo los datos de pronósticos para los periodos del 2015 al 2021. El modelo de regresión lineal utilizado es $y = 1437,5x + 44797$ donde la variable dependiente son las importaciones en toneladas de pulpas de fruta y el factor de estudio independiente es el tiempo. Este modelo tiene un R al cuadrado de 69,27% lo cual indica que existe un buen nivel de correlación entre las dos variables, debido a que es superior al 50%, siendo de esta manera un modelo de pronóstico robusto.

Demanda pronostica de ecuatorianos en Milán

Para pronosticar la demanda del mercado objetivo que va a comprar nuestro producto de pulpa de fruta de tomate de árbol partió de la información expuesta en la Tabla 6, mediante la cual Italia tiene una población promedio

de 60,5 millones de ciudadanos; mientras que la población de Milán es de 1,3 millones de habitantes y de esta población el 0,10% forma parte de los ecuatorianos resididos en Milán y de estos habitantes ecuatorianos se pretende llegar al 5%. Además, se tiene la transformación de las medidas de toneladas a kilogramos y a gramos que contiene cada unidad.

Tabla 6. *Información preliminar de la población italiana y medidas*

Análisis Demanda	Población	Índice Porcentual
Población de Italia	60.665.551,00	100%
Población de Milán	1.345.852,00	2,22%
Población de Ecu-Milán	62.000,00	0,10%
Población Objetivo Ecu-Milán		5,00%

Tabla de Medidas			
Tonelada	1	1.000,00	Kilogramos
Kilogramos	1	1.000,00	Gramos
Unidad Pulpa	1	50	Gramos
Gramos	500	0,50	Kilogramos

Elaborado por: Autora

Tabla 7. *Demanda objetivo de ecuatorianos en Milán*

Año	TN Pulpa Italia	Importaciones de Pulpa de Fruta en Italia			Cajas
		Pulpa Ecu-Milán Kg	Ecu-Milán Objetivo Kg	Und Demanda Objetivo	
2012	46.787,00	47.816,17	2.390,81	4.781,62	95,63
2013	46.566,00	47.590,30	2.379,52	4.759,03	95,18
2014	49.662,00	50.754,41	2.537,72	5.075,44	101,51
2015	50.546,67	51.658,53	2.582,93	5.165,85	103,32
2016	51.984,17	53.127,65	2.656,38	5.312,77	106,26
2017	53.421,67	54.596,77	2.729,84	5.459,68	109,19
2018	54.859,17	56.065,89	2.803,29	5.606,59	112,13
2019	56.646,67	57.892,71	2.894,64	5.789,27	115,79
2020	58.384,17	59.668,43	2.983,42	5.966,84	119,34
2021	60.371,67	61.699,65	3.084,98	6.169,97	123,40

Elaborado por: Autora

La presente Tabla 7 detalla la demanda objetivo de la población ecuatoriana que reside en Milán, para obtener estos valores se hizo la transformación kilogramos y posteriormente se toma el 5% de esta y se convierte a las

unidades. De esta manera se obtiene las unidades de la demanda objetivo que equivale al 5% promedio de la población de ecuatorianos en Milán.

Inversión Inicial del proyecto

La Tabla 8 representa que el negocio solo requiere \$2676,80 en muebles y enseres con una depreciación anual de \$276,00. En equipos de oficina se tiene \$974,40 y con una anualidad en depreciación de \$194,88. Para el año se requiere de \$58,8, en equipos de cómputo tiene \$1792,00 y una depreciación de \$448,00 en el año.

Tabla 8. *Activos Corrientes de Inversión Inicial*

ACTIVO NO CO- RRIENTE	Cantidad	Valor Unitario	Valor con IVA Total	Vida Útil Años	VALOR RESIDUAL	Depreciación Anual
Área Administrativa			\$ 5.502,00			\$ 910,56
Muebles y Enseres			\$ 2.676,80			\$ 267,68
Butacas	2	\$ 1.000,00	\$ 2.240,00	10	\$	224,00
Escritorios	1	\$ 300,00	\$ 336,00	10	\$	33,60
Sillas	1	\$ 90,00	\$ 100,80	10	\$	10,08
Equipo de Oficina			\$ 974,40			\$ 194,88
Teléfonos	1	\$ 20,00	\$ 22,40	5	\$	4,48
Split	1	\$ 800,00	\$ 896,00	5	\$	179,20
Extintores	1	\$ 50,00	\$ 56,00	5	\$	11,20
Suministros de Oficina			\$ 58,80			\$ -
Resma de papel	2	\$ 6,00	\$ 13,44	0	\$	-
Folders	6	\$ 4,00	\$ 26,88	0	\$	-
Bolígrafos	10	\$ 0,50	\$ 5,60	0	\$	-
Resaltadores	10	\$ 0,60	\$ 6,72	0	\$	-
Caja de Clips	5	\$ 0,50	\$ 2,80	0	\$	-
Grapadora	2	\$ 1,50	\$ 3,36	0	\$	-
Equipo de Computo			\$ 1.792,00			\$ 448,00
Computadora	1	\$ 600,00	\$ 672,00	3	\$	224,00
Software	1	\$ 500,00	\$ 560,00	5	\$	112,00
Impresora	1	\$ 500,00	\$ 560,00	5	\$	112,00

Elaborado por: Autora

Tabla 9. *Gastos Pre operacionales y resumen de Inversión Inicial*

Gastos Pre operativos	Valor Total
Registro de Marca Patente + Gastos legales	\$ 1.000,00
Gasto de Constitución de la Empresa	\$ 1.200,00
Registro Sanitario	\$ 104,53
Tasa de Habilitación	\$ 150,00
Cuerpo de Bomberos	\$ 200,00
Gastos de Imagen Corporativa	\$ 500,00
Total Gastos Pre-operacionales	\$ 3.154,53

Inversión Inicial	Valor Total
Total Inversión Activos Fijos	\$ 5.502,00
Total de Gastos Pre-operacionales	\$ 3.154,53
Capital de Trabajo Inicial - Año 0	\$ 7.837,74
Total Inversión Inicial	\$ 16.494,27

Elaborado por: Autora

En la Tabla 9 se representa los gastos pre operacionales con un total de \$3154,53, estos gastos están compuestos por el registro de marca, gastos legales, constitución de la empresa, registro sanitario, cuerpo de bomberos entre otras. En la otra sección de la misma Tabla 5 se representa un resumen de la inversión inicial que equivale a \$16494,27 que se encuentra conformada por la compra de activos fijos, los gastos pre operacionales y el capital de trabajo.

Costos de fabricación del producto proyectados

La Tabla 10 menciona los materiales directos que requiere el producto incluido el costo de maquilar el producto “Co-Packing” con el proveedor, donde se establece el costo de material a recurrir para los tres años de estudio del proyecto atado a las unidades que se estimaron en la demanda. Mediante la cual se tiene que el costo unitario en materiales directos por \$1,3, para el año 1 un aproximado de \$7508,00; año 2 por \$7739,00 y año tres por \$8002. Se tiene en cuenta que los costos de materiales directos han ido en incremento entre los tres años puesto que la demanda se encuentra con una tasa de variabilidad positiva.

Tabla 10. Costos de material del producto

Unidades de Producción		5.607	5.789	5.967	6.170
Cajas Empaque (50 und)		112	116	119	123
MATERIAL DIRECTO	Costo Uni- tario	2018 Año 0	2019 Año 1	2020 Año 2	2021 Año 3
Pulpa 500 gr - Co-Packing	\$ 1,20		\$ 6.947,13	\$ 7.160,21	\$ 7.403,96
Fundas	\$ 0,03		\$ 138,94	\$ 143,20	\$ 148,08
Etiqueta + Código QR	\$ 0,07		\$ 405,25	\$ 417,68	\$ 431,90
Cartón	\$ 0,15		\$ 17,37	\$ 17,90	\$ 18,51
Total MPD Anual	\$ 1,30		\$ 7.508,68	\$ 7.739,00	\$ 8.002,44

Elaborado por: Autora

Tabla 11. CIF anuales de exportación y resumen de los costos del producto

CIF Anuales Exportación	Unitario/ 500gramos	Caja	Embarque Año 1	Embarque Año 2	Embarque Año 3
Palatización	\$ 0,03	1,55	\$ 179,47	\$ 184,97	\$ 191,27
Carga en medio de transporte	\$ 0,01	0,5	\$ 57,89	\$ 59,67	\$ 61,70
Transporte interno bodega- puerto	\$ 0,04	1,95	\$ 225,78	\$ 232,71	\$ 240,63
Agente afianzado	\$ 0,01	0,45	\$ 52,10	\$ 53,70	\$ 55,53
Almacenaje	\$ 0,02	0,75	\$ 86,84	\$ 89,50	\$ 92,55
Inspección	\$ 0,00	0,1	\$ 11,58	\$ 11,93	\$ 12,34
Estiba	\$ 0,01	0,35	\$ 40,52	\$ 41,77	\$ 43,19
FOB	\$ 0,11	5,65	\$ 654,19	\$ 674,25	\$ 697,21
Costo de Producción y exportación de Pulpa					
Total MPD Anual			\$ 7.508,68	\$ 7.739,00	\$ 8.002,44
Total FOB Anual			\$ 654,19	\$ 674,25	\$ 697,21
Costo Unitario - Maquilar Producto			1,41	1,41	1,41
Costo Total de Maquilar Producto			\$ 8.162,87	\$ 8.413,25	\$ 8.699,65

Elaborado por: Autora

Por otra parte, la Tabla 11 representa el costo FOB para los tres años y en resumen se tiene el costo total de maquilar y distribuir el producto en un promedio entre \$8162 a \$8700 aproximadamente y un costo unitario del producto en una media de \$1,41.

Gastos administrativos estimados

Tabla 12. Presupuesto de los gastos para tres años.

Presupuesto de SUELDOS y SALARIOS				
		Año 1	Año 2	Año 3
Sueldos y Salarios / mes		\$ 1.604,63	\$ 1.604,63	\$ 1.604,63
Sueldos y Salarios / año		\$ 19.255,50	\$19.255,50	\$19.255,50
Gastos (Costos Fijos)	Meses	Año 1	Año 2	Año 3
Servicios Básicos	\$ 109,00	\$ 1.308,00	\$ 1.308,00	\$ 1.308,00
Energía Eléctrica	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Internet	\$ 24,00	\$ 288,00	\$ 288,00	\$ 288,00
Agua	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
Teléfono	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
Gastos de Arrendamiento	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Publicidad	\$ 110,00	\$ 670,00	\$ 660,00	\$ 660,00
Facebook (5 meses)	\$ 50,00	\$ 250,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Instagram (7 meses)	\$ 60,00	\$ 420,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Depreciación Activos Fijos		\$ 910,56	910,56	910,56
Total	\$ 219,00	\$ 2.888,56	\$ 2.878,56	\$ 2.878,56

Elaborado por: Autora

Tabla 13. Resumen de los gastos administrativos y marketing - 3 años

Gastos Administrativos y Marketing			
	Año 1	Año 2	Año 3
Sueldos y Salarios	\$ 1.604,63	\$ 1.604,63	\$ 1.604,63
Servicios Básicos	\$ 1.308,00	\$ 1.308,00	\$ 1.308,00
Publicidad en Redes Sociales	\$ 670,00	\$ 660,00	\$ 660,00
Arrendamiento	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Depreciación de Activos Fijos	\$ 910,56	\$ 910,56	\$ 910,56
Preoperacionales	\$ 3.154,53	\$ -	\$ -
Total Gastos Administrativos - Marketing Anuales	\$ 10.647,72	\$ 7.483,19	\$ 7.483,19

Elaborado por: Autora

La Tabla 12 señala al inicio los gastos por sueldos y salarios, el cual está dado por un gerente general y un asistente administrativo, se toma en cuenta el IESS, décimo tercero y décimo cuarto. Para los tres años se estima el mismo valor de \$1604,63. Entre los gastos fijos se tiene los servicios básicos, los gastos de arrendamiento, publicidad y depreciación; siendo un total

de \$219,00 y una anual entre los tres años de \$2878,56. En el año 1 se adiciona los gastos pre operacionales, dando un total de \$10647,72; y para el año 2 y 3 en \$7483,19.

Ingresos por ventas y precio de la unidad proyectados

Tabla 14. Estructuración del Precio en los 3 años

	Ponderación del Precio		
	Año 1	Año 2	Año 3
Costo de Fabricación	\$ 8.162,87	\$ 8.413,25	\$ 8.699,65
Gasto Administrativos	\$ 10.647,72	\$ 7.483,19	\$ 7.483,19
Total de Costos + Gastos	\$ 18.810,59	\$ 15.896,43	\$ 16.182,84
Unidades de Fabricación	5.789	5.967	6.170
Costo Unitario	\$ 3,25	\$ 2,66	\$ 2,62
PVP	\$ 3,69	\$ 3,81	\$ 3,75
Ingreso por Ventas	\$ 21.375,67	\$ 22.709,19	\$ 23.118,34

Elaborado por: Autora

Para la estructuración de los precios se tomaron en cuenta los costos de fabricación más los gastos administrativos dando un promedio de \$18810,59; \$8413,25; \$8699,65 para los años 1,2 y 3 respectivamente. A estos valores mencionados se dividen para las unidades de fabricación destinadas para la demanda, con ello se obtiene el costo unitario promedio para los tres años y se le adiciona el margen que se quiere conseguir.

En este caso, por ser un producto que se introduce al mercado se optó por un margen del 15% debido a que se tiene gastos pre operacionales que incrementan el PVP del producto y para los otros dos años por un margen del 30% manteniendo con un PVP en una perspectiva constante entre \$3,69 y \$3,75.

Capital de Trabajo

Para la elaboración del capital de trabajo se requiere el ciclo de efectivo el cual está dado por los contratos de comercialización que se maneja con los

proveedores y clientes. En la Tabla 15 se puede notar que los días entre adquirir la materia prima y maquilarla al proveedor llega a hacerse efectivo de manera mensual. Para la venta y el cobro se realiza de forma trimestral cada 90 días; y los días de pago al proveedor equivale cada 2 meses en el año; por ende, el ciclo de efectivo está dado por 150 días.

Tabla 15. *Ciclo de Efectivo*

CICLO DE EFECTIVO			
Días de Adquisición y Producción	30	Proveedor	Mensualmente
Días de Venta	90	Cliente	Trimestralmente
Días de Cobro	90	Cliente	Trimestralmente
(-) Días de Pago	60	Proveedor	Bimensualmente
CICLO EFECTIVO EN DÍAS	150		5 Meses

Elaborado por: Autora

Tabla 16. *Capital de Trabajo pronosticado*

	Capital de Trabajo			
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
CAO		\$ 15.656,06	\$ 15.896,43	\$ 16.182,84
Capital de Trabajo	\$ 6.523,36	\$ -	\$ 6.623,51	
Recuperación de Capital				\$ 13.146,87

Elaborado por: Autora

En la Tabla 15, se toman en cuenta los costos operativos pronosticados para los tres años, y el capital de trabajo (CT) para el año cero equivale a \$6532,36 el cual se deriva de los gastos del periodo 1 dividido para los 360 días del año y multiplicado por el ciclo de efectivo de 150 días. Para los demás cálculos se aplica la misma forma, pero se resta el capital de trabajo del periodo anterior. En el año 1 se tiene un CT cero puesto que no se requiere de dinero adicional de CT para cubrir con las operaciones del presente año ya que se cuenta con el valor anterior. La recuperación del CT consiste en sumar todos los valores del CT desde el año 0 al año 2, el cual es \$13146,87.

Punto de Equilibrio

Tabla 17. *Punto de Equilibrio para los 3 años de estudio*

PUNTO DE EQUILIBRIO				
PE = CF / (P - CVU)				
	Año 1	Año 2	Año 3	
Costos Fijos				
Sueldos y Salarios	\$ 1.604,63	\$ 1.604,63	\$ 1.604,63	
Servicios Básicos	\$ 1.308,00	\$ 1.308,00	\$ 1.308,00	
Publicidad en Redes Sociales	\$ 670,00	\$ 660,00	\$ 660,00	
Arrendamiento	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	
Depreciación de Activos Fijos	\$ 910,56	\$ 910,56	\$ 910,56	
Pre operacionales	\$ 3.154,53	\$ -	\$ -	
Total Costos Fijos	\$ 10.647,72	\$ 7.483,19	\$ 7.483,19	
Costos Variables	Año 1	Año 2	Año 3	
MPD Anual	\$ 7.508,68	\$ 7.739,00	\$ 8.002,44	
FOB Anual	\$ 654,19	\$ 674,25	\$ 697,21	
Total Costos Variables	\$ 8.162,87	\$ 8.413,25	\$ 8.699,65	
Demanda	5.606,59	5.789,27	5.966,84	
Costo Variable Unitario	\$ 1,4559	\$ 1,4532	\$ 1,4580	
Precio de Venta Unitario	\$ 3,69	\$ 3,81	\$ 3,75	
Costo Fijo Total	\$ 10.647,72	\$ 7.483,19	\$ 7.483,19	
PE Anual Unidades	4.761	3.181	3.269	
PE Anual Monetario	\$ 17.579,76	\$ 12.105,60	\$ 12.249,84	
Porcentaje de Cumplimiento	82%	53%	53%	

Elaborado por: Autora

En la Tabla 17 se detalla el punto de equilibrio, por medio del cual se analizaron todos los costos variables, el precio de venta unitario y el costo fijo total, mediante la aplicación de la fórmula se obtiene que el negocio requiere vender en el primer año 4761 unidades lo que equivale a un promedio en ingresos de \$17579,76; estos valores son necesarios que se desarrollen en el transcurso del primer año puesto que se logra cubrir los costos fijos anuales que la empresa presenta, así sucesivamente con los otros años.

Gastos Financieros del proyecto

Tabla 18. Información previa de la inversión y el préstamo

	<u>Inversión Total</u>	
INVERSIÓN FIJA	\$	5.502,00
GASTOS PREOPERACIONALES	\$	3.154,53
CAPITAL DE TRABAJO (INICIAL)	\$	6.523,36
		\$ 15.179,89
<u>Capital Propio</u>		\$ 5.000,00
CAPITAL REQUERIDO		\$ 10.000,00
Condiciones del Crédito		
Valor del Préstamo	\$	10.000,00
Periodos de pago		36
Tasa de interés		21%
Forma de capitalización		mensual a 3 años
PAGO		\$ 376,75

Elaborado por: Autora

La tabla 18 presenta información de la inversión fija por \$5502,00, los gastos pre operacionales por \$3154,53 y el capital de trabajo por \$6523,36, dando un total de invertir en el tiempo cero de \$15179,89. Se presenta un capital propio para inicio del negocio de \$5000,00 y para completar el valor al tiempo cero se solicitó un préstamo de \$10000,00; con periodos de pago de 36 meses, una tasa de interés del 21% anual con capitalización mensual, dando un pago mensual por tres años de \$376,75.

Tabla 19. Resumen del pago e intereses del préstamo

Años	Principal	Intereses
1er.	\$ 2.668,17	\$ 1.852,83
2do.	\$ 3.285,69	\$ 1.235,31
3er.	\$ 4.046,13	\$ 474,88
4to.	\$ -	\$ -
5to.	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ 10.000,00	\$ 3.563,02

Elaborado por: Autora

En la Tabla 19 se detalla que en el primer año se paga una cuota de \$2668,17 e intereses de \$1852,83. Mientras que el tercer año el valor del pago se incrementó en \$4046,13 y los intereses finales bajan en \$474,88.

Estado de Resultado Integral para 3 años proyectado

Tabla 20. Estado de Resultado Integral proyectado

POLPA DI FRUTTA S.A. ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
VENTAS	\$ 21.375,67	\$ 22.709,19	\$ 23.118,34
(-) Costo de Venta o Fabricación	\$ (8.162,87)	\$ (8.413,25)	\$ (8.699,65)
(=) Utilidad Bruta	\$ 13.212,80	\$ 14.295,94	\$ 14.418,69
(-) Gastos Administrativos	\$ (10.647,72)	\$ (7.483,19)	\$ (7.483,19)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 2.565,08	\$ 6.812,76	\$ 6.935,50
(-) Gastos Financieros (Egresos Extraordinarios)	\$ (1.852,83)	\$ (1.235,31)	\$ (474,88)
(=) UAIT	\$ 712,25	\$ 5.577,44	\$ 6.460,63
(-) Participación Trabajadores	15% \$ (106,84)	\$ (836,62)	\$ (969,09)
(-) Impuesto a la Renta	25% \$ (204,77)	\$ (1.603,51)	\$ (1.857,43)
UTILIDAD NETA	\$ 400,64	\$ 3.137,31	\$ 3.634,10

Elaborado por: Autora

Para el estado de resultado integral proyectado se recopila toda la información detallada en la descripción de la Tabla 20 como son las ventas, los costos, gastos y los egresos extraordinarios. De esta manera se consigue la utilidad bruta, operacional y antes participación de trabajadores e impuesto (UAIT). En el año 1 se obtuvo \$712,25 en UAIT, se hace la respectiva sustracción de la participación a trabajadores e impuesto a la renta y con ello se obtiene una utilidad neta de \$400,64. De la misma manera se maneja para los posteriores dos años consecutivos en que se tiene la evaluación del negocio.

Estado de Situación Financiera para 3 años proyectado

Tabla 21. Estado de Situación Financiera Pronosticado

POLPA DI FRUTTA S.A. ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADOS

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
ACTIVOS				
<i>A. CORRIENTE</i>				
Efectivo	\$ 9.498,00	\$ 8.452,63	\$ 11.343,33	\$ 12.228,26
Total Activo Corriente	\$ 9.498,00	\$ 8.452,63	\$ 11.343,33	\$ 12.228,26
<i>A. NO CORRIENTE</i>				
Muebles y Enseres	\$ 2.676,80	\$ 2.676,80	\$ 2.676,80	\$ 2.676,80
Equipo de Oficina	\$ 974,40	\$ 974,40	\$ 974,40	\$ 974,40
Suministros de Oficina	\$ 58,80	\$ 58,80	\$ 58,80	\$ 58,80
Equipo de Computo	\$ 1.792,00	\$ 1.792,00	\$ 1.792,00	\$ 1.792,00
(-) Depreciación Área Administrativa	\$ -	\$ (910,56)	\$ (1.821,12)	\$ (2.731,68)
Total Activo NO Corriente	\$ 5.502,00	\$ 4.591,44	\$ 3.680,88	\$ 2.770,32
TOTAL ACTIVOS	\$ 15.000,00	\$ 13.044,07	\$ 15.024,21	\$ 14.998,58
PASIVOS				
PASIVO CORRIENTE				
Porción Corriente de la Deuda	\$ 2.668,17	\$ 3.285,69	\$ 4.046,13	\$ -
Particip. De Trab. Por Pagar	\$ -	\$ 106,84	\$ 836,62	\$ 969,09
Imp. A la Renta por Pagar	\$ -	\$ 204,77	\$ 1.603,51	\$ 1.857,43
Total Pasivo Corriente	\$ 2.668,17	\$ 3.597,30	\$ 6.486,26	\$ 2.826,52
PASIVO NO CORRIENTE				
Deuda a Largo Plazo	\$ 7.331,83	\$ 4.046,13	\$ -	\$ -
Total Pasivo NO Corriente	\$ 7.331,83	\$ 4.046,13	\$ -	\$ -
Total PASIVO	\$ 10.000,00	\$ 7.643,43	\$ 6.486,26	\$ 2.826,52
PATRIMONIO				
Capital	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Utilidad Retenidas	\$ -	\$ 400,64	\$ 3.537,95	\$ 7.172,05
Total PATRIMONIO	\$ 5.000,00	\$ 5.400,64	\$ 8.537,95	\$ 12.172,05
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 15.000,00	\$ 13.044,07	\$ 15.024,21	\$ 14.998,58
<i>Diferencia A - PyP</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Elaborado por: Autora

Para la construcción del estado de situación financiera se describe en la Tabla 21 mediante la implementación del efectivo que la empresa maneja año a año; seguido del activo corriente que equivale a la inversión en activos administrativos incluida la depreciación que se encuentra presente en estos bienes. Para los pasivos se involucra las deudas a largo y corto plazo que se maneje con el préstamo que se realizó.

Finalmente, se tomó en cuenta el patrimonio y las utilidades obtenidas en el desarrollo del estado de resultados. El objetivo de plantear este desarrollo es buscar una ecuación contable entre los bienes, deudas y capital de la compañía.

Flujo de Caja Proyectado

Tabla 22. *Flujo de Caja proyectado para tres años*

POLPA DI FRUTTA S.A.				
FLUJO DE CAJA PROYECTADO				
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS	\$ (5.502,00)			
UAIT		\$ 712,25	\$ 5.577,44	\$ 6.460,63
Pago Part. Trab. (Provisión próximo periodos)		\$ -	\$ (106,84)	\$ (836,62)
Pago de IR (Provisión próximo periodos)		\$ -	\$ (204,77)	\$ (1.603,51)
EFFECTIVO NETO		\$ 712,25	\$ 5.265,84	\$ 4.020,49
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 910,56	\$ 910,56	\$ 910,56
(+) Aporte Accionistas	\$ 5.000,00			
(+) Préstamo concedido	\$ 10.000,00	\$ (2.668,17)	\$ (3.285,69)	\$ (4.046,13)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ 9.498,00	\$ (1.045,37)	\$ 2.890,70	\$ 884,92
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 9.498,00	\$ 8.452,63	\$ 11.343,33
(=) FLUJO ACUMULADO	\$ 9.498,00	\$ 8.452,63	\$ 11.343,33	\$ 12.228,26

Elaborado por: Autora

En esta Tabla 22 se visualiza las entradas y salidas de efectivo que ha tenido el negocio en sus actividades diarias de operación. El mismo que debe quedar como saldo para dar registro en los activos corrientes del negocio.

Cálculo de la tasa del inversionista y del proyecto

Tabla 23. Cálculo de la Tasa del Inversionista (CAPM)

Tasa del Inversionista	
CAPM =	13,620% <- Tasa del Inversionista
TLR =	2,870% <- Tasa Libre de Riesgo
EMBI =	5,090% <- Riesgo País
β =	2,2167
β' =	0,7832 <- Correlación Ecuindex - DJ
RM (ROA) =	6,13% <- Rendimiento de Mercado

Elaborado por: Autora

Tabla 24. Cálculo del Rendimiento de Mercado en empresas italianas

Empresa	Utilidad Neta	Activo Total	ROA
Prodotti - Grupo La Doria	\$ 619.586,98	\$ 7.025.453,83	8,82%
Produttori: Polpa di frutta - Fornitori.it	\$ 9.566,18	\$ 885.679,35	1,08%
Polpe di frutta - Natura Nuova	\$ 219.207,64	\$ 3.723.366,75	5,89%
Doce Vida Europe	\$ 23.080,78	\$ 264.273,14	8,73%
Rendimiento del Mercado			6,13%

Elaborado por: Autora

Tabla 25. Cálculo de la Tasa del Proyecto (CPPK)

Tasa del Proyecto	
CPPK =	13,87%
CAPM =	13,620% <- Tasa del Inversionista
Patrimonio =	\$ 5.000,00 <- Capital Propio
Deuda =	\$ 10.000,00 <- Préstamo Bancario
Ínteres de la Deuda =	21%
Escudo Fiscal =	0,6667 <- Participación e IR

Elaborado por: Autora

Para el cálculo de la Tasa del Inversionista en 13,62% donde se detalla en la Tabla 24 la información requerida para su respectivo cálculo como son la tasa libre de riesgo en 2,87%, riesgo país 5,09%, la beta no apalancada en 2,2167, beta apalancada dada de la correlación de la información estadística

del Ecuindex y DJ en 0,7832; estos datos fueron extraídos a nivel nacional y de la situación económica de Estados Unidos. Por otra parte, se tomó en cuenta el rendimiento de mercado (ROA) de entorno de Italia, es decir, como se desenvuelve los negocios referentes a este mercado en esta zona, el cual arrojó el 6,13%.

En la Tabla 25 se tiene un ROA de 6,13% donde se extrajo información secundaria de la situación financiera de la competencia para el negocio. Por otra parte, en la Tabla 21 se calcula la tasa del proyecto en 13,87% calculada por el capital propio, la tasa del inversionista, el préstamo bancario y el escudo fiscal.

TIR y VAN del Flujo de Caja proyectado del Proyecto

Tabla 26. Análisis del TIR y VAN en la Flujo de Caja del Proyecto

POLPA DI FRUTTA S.A.				
CÁLCULO DE TIR Y VAN DEL PROYECTO				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
INVERSIÓN TOTAL	\$ (8.656,53)			
UAIT		\$ 712,25	\$ 5.577,44	\$ 6.460,63
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (106,84)	\$ (836,62)
Pago de IR		\$ -	\$ (204,77)	\$ (1.603,51)
EFFECTIVO NETO		\$ 712,25	\$ 5.265,84	\$ 4.020,49
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 910,56	\$ 910,56	\$ 910,56
(+) Amortizac. G. Pre-Operac.		\$ 3.154,53	\$ -	\$ -
(+) Aporte Accionistas				
(+) Valor Residual de Act. Tang.				
(-) Capital de Trabajo	\$ (6.523,36)	\$ -	\$ (6.623,51)	\$ -
(+) Recuperación Cap. Trabajo				\$ 13.146,87
(+) Préstamo Recibido	\$ -			
(-) Amortización de Capital		\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (15.179,89)	\$ 4.777,34	\$ (447,12)	\$ 18.077,93
TIR		16,58%		
VAN \$		913,28		
TMAR (CPPK)		13,87%		
Pay Back		2,60 años		

Elaborado por: Autora

En la Tabla 26 se hace el respectivo análisis de la tasa interna de retorno, el valor presente y la tasa mínimo de retorno de proyecto. Se parte de la obtención del efectivo neto y el ingreso de valores en depreciación y amortización, finamente se sustrae el capital de trabajo y suma la recuperación de capital de trabajo para el último periodo. Con los totales finales, se obtiene un VAN de \$913,28 mayor que 0, una TIR del 16,58% lo cual es mayor que la TMAR del proyecto. En base a este análisis se tiene que el proyecto sin ningún tipo de préstamos se considera viable. El periodo de recuperación o Pay back equivale a 2,6 años.

TIR y VAN del Flujo de Caja proyectado del Inversionista

Tabla 27. Análisis del TIR y VAN en la Flujo de Caja del Inversionista

POLPA DI FRUTTA S.A.				
CÁLCULO DE TIR Y VAN DEL INVERSIONISTA				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
INVERSIÓN TOTAL	\$ (8.656,53)			
UAIT		\$ 712,25	\$ 5.577,44	\$ 6.460,63
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (106,84)	\$ (836,62)
Pago de IR		\$ -	\$ (204,77)	\$ (1.603,51)
EFFECTIVO NETO		\$ 712,25	\$ 5.265,84	\$ 4.020,49
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 910,56	\$ 910,56	\$ 910,56
(+) Amortizac. G. Pre-Operac.		\$ 3.154,53	\$ -	\$ -
(+) Aporte Accionistas				
(+) Valor Residual de Act. Tang.				
(-) Capital de Trabajo	\$ (6.523,36)	\$ -	\$ (6.623,51)	\$ -
(+) Recuperación Cap. Trabajo				\$ 13.146,87
(+) Préstamo Recibido	\$ 10.000,00			
(-) Amortización de Capital		\$ (2.668,17)	\$ (3.285,69)	\$ (4.046,13)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (5.179,89)	\$ 2.109,16	\$ (3.732,81)	\$ 14.031,79
	TIR	35,35%		
	VAN	\$ 3.351,30		
	TMAR (CPPK)	13,62%		
	Pay Back	2,48 años		

Elaborado por: Autora

En la Tabla 27 se hace el respectivo análisis de la tasa interna de retorno, el valor presente y la tasa mínimo de retorno de proyecto. Se parte de la obtención del efectivo neto y el ingreso de valores en depreciación y amortización, finalmente se sustrae el capital de trabajo, se suma la recuperación de capital de trabajo para el último periodo, se registra el préstamo recibido en el año 0 con sus respectivas amortizaciones para el resto de los periodos.

Con los totales finales, se obtiene un VAN de \$3351,30 mayor que 0, una TIR del 35,35% lo cual es mayor que la TMAR del proyecto. En base a este análisis se tiene que el Flujo de Efectivo del Inversionista con el préstamo de \$10000,00 se considera viable. El periodo de recuperación o Pay back equivale a 2,48 años. Se resalta que con la gestión del préstamo bancario se puede recuperar la inversión de dinero en un menor periodo de tiempo.

Análisis de Sensibilidad del Negocio

Tabla 28. Análisis de Sensibilidad Parte 1

POLPA DI FRUTTA S.A.				
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL FCI				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
INVERSIÓN TOTAL	\$ (8.656,53)			
VENTAS		\$ 22.444,45	\$ 23.844,65	\$ 24.274,25
(-) Costo de Venta		\$ (8.162,87)	\$ (8.413,25)	\$ (8.699,65)
(=) Utilidad Bruta		\$ 14.281,58	\$ 15.431,40	\$ 15.574,60
(-) Gastos Administrativos		\$ (10.647,72)	\$ (7.483,19)	\$ (7.483,19)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 3.633,86	\$ 7.948,22	\$ 8.091,42
(-) Gastos Financieros		\$ (1.852,83)	\$ (1.235,31)	\$ (474,88)
(=) UAIT		\$ 1.781,03	\$ 6.712,90	\$ 7.616,54
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (267,15)	\$ (1.006,94)
Pago de IR		\$ -	\$ (378,47)	\$ (1.426,49)
EFFECTIVO NETO		\$ 1.781,03	\$ 6.067,28	\$ 5.183,12
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 910,56	\$ 910,56	\$ 910,56
(+) Amortizac. G. Pre-Operac.		\$ 3.154,53		
(-)Capital de Trabajo	\$ (6.523,36)	\$ -	\$ (6.623,51)	
(+) Recuperación Cap. Trabajo				\$ 13.146,87
(+) Préstamo concedido	\$ 10.000,00			
(-) Amortización de Capital		\$ (2.668,17)	\$ (3.285,69)	\$ (4.046,13)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (5.179,89)	\$ 3.177,95	\$ (2.931,37)	\$ 15.194,41
TIR	51,62%	Extremadamente sensible a los cambios en los ingresos		
VAN	\$ 4.225,79	en los ingresos sea por precios o cantidades		
Pay Back	2,32	años		

Elaborado por: Autora

En el escenario 1 del análisis de sensibilidad de la Tabla 28 se marcó la variación en un 5% de los ingresos, y ocasionó un el incremento del TIR en un 51,62% y la retribución del valor presente es aún mayor. De acuerdo con este planteamiento se tiene que las operaciones del negocio son extremadamente sensibles a los cambios en los ingresos sean estos unidades o precios.

Tabla 29. *Análisis de sensibilidad Parte 2*

POLPA DI FRUTTA S.A.				
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL FCI				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
INVERSIÓN TOTAL	\$ (8.656,53)			
VENTAS		\$ 20.306,88	\$ 21.573,73	\$ 21.962,42
(-) Costo de Venta		\$ (8.162,87)	\$ (8.413,25)	\$ (8.699,65)
(=) Utilidad Bruta		\$ 12.144,01	\$ 13.160,48	\$ 13.262,77
(-) Gastos Administrativos		\$ (10.647,72)	\$ (7.483,19)	\$ (7.483,19)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 1.496,30	\$ 5.677,30	\$ 5.779,58
(-) Gastos Financieros		\$ (1.852,83)	\$ (1.235,31)	\$ (474,88)
(=) UAIT		\$ (356,54)	\$ 4.441,98	\$ 5.304,71
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ 53,48	\$ (666,30)
Pago de IR		\$ -	\$ 75,76	\$ (943,92)
EFFECTIVO NETO		\$ (356,54)	\$ 4.571,23	\$ 3.694,49
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 910,56	\$ 910,56	\$ 910,56
(+) Amortizac. G. Pre-Oper.		\$ 3.154,53		
(-)Capital de Trabajo	\$ (6.523,36)	\$ -	\$ (6.623,51)	
(+) Recuperación Cap. Trabajo				\$ 13.146,87
(+) Préstamo concedido	\$ 10.000,00			
(-) Amortización de Capital		\$ (2.668,17)	\$ (3.285,69)	\$ (4.046,13)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (5.179,89)	\$ 1.040,38	\$ (4.427,42)	\$ 13.705,79
	TIR	23,76%	Extremadamente sensible a los cambios en los ingresos	
	VAN	\$ 544,09	en los ingresos sea por precios o cantidades	
	Pay Back	2,63	años	

Elaborado por: Autora

En el escenario 2 del análisis de sensibilidad de la Tabla 29 se marcó la variación en un - 5% de los ingresos, y ocasionó un el decremento del TIR en un 23,76% y la retribución del valor presente es menor pero superior a 0. De acuerdo con este planteamiento se tiene que las operaciones del negocio son extremadamente sensibles a los cambios en los ingresos sean estos unidades o precios. Ante el análisis de sensibilidad de los escenarios se explica que la variabilidad positiva o negativa de los ingresos hace que el proyecto igualmente se haga viable.

CONCLUSIONES

Con la realización de este plan de negocios se llega a la conclusión que el mercado italiano cuenta con una posibilidad de exportar la pulpa de tomate de árbol y que sea aceptada debido a que es un nuevo producto que se desea incluir y que determinado fruto no se encuentra en comercialización dentro del país de estudio. Italia es el tercer país con mayor cantidad de inmigrantes ecuatorianos principalmente en la ciudad de Milán con alrededor de 62.000 compatriotas.

En el Ecuador existe una gran producción nacional de tomate de árbol, situación que favorece al plan de negocios ya que existe una oferta de este producto del cual se puede realizar la exportación de este y por qué no con un valor agregado como lo es el despulpado, de esa manera cubrir la demanda insatisfecha en el mercado objetivo.

En el presente trabajo de titulación se evidenció que la pulpa de tomate de árbol cubre todas las características del consumidor italiano al momento de decidir la compra de un producto, como tener propiedades nutritivas, precio asequible, nostálgico en el caso de los ecuatorianos y que sea 100% natural.

El modelo de co-packing es una muy buena alternativa para realizar un plan negocios ya que no necesitamos de mayor inversión en equipos, activos fijos, sueldos entre otros. De acuerdo con los datos analizados, la tendencia, los costos, gastos e ingresos por venta pronosticamos han permitido determinar que el proyecto de tesis es viable.

RECOMENDACIONES

Aprovechar la ventaja competitiva que tiene POLPA DI FRUTTA como la primera pulpa de fruta de tomate de árbol ecuatoriano en el mercado italiano.

Aumentar la participación en el mercado mediante negociaciones con otros canales de distribución.

Diseñar un plan de técnicas de marketing para aumentar la penetración de mercado.

Mantener la inversión en publicidad que ayude al posicionamiento de la pulpa de tomate de árbol en el mercador italiano.

Mantenerse informados en las tendencias del mercado italiano y así llegar a más ciudades en Italia y Europa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGROCALIDAD. (05 de Noviembre de 2017). *La Institución*. Obtenido de Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro: <http://www.agrocalidad.gob.ec/la-institucion/>
- BIRF. (Enero de 2018). *Indicadores Económicos de Italia*. Obtenido de Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento : <https://datos.bancomundial.org/pais/italia>
- Cancillería del Ecuador. (Junio de 2014). *Cancilleres de Ecuador e Italia acuerdan trabajo conjunto para mejorar condiciones de migrantes*. Obtenido de Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana : <http://www.cancilleria.gob.ec/cancilleres-de-ecuador-e-italia-acuerdan-trabajo-conjunto-para-mejorar-condiciones-de-migrantes/>
- Cárdenas, S. (15 de Enero de 2004). *Italia alberga a más de 130 mil emigrantes ecuatorianos*. Obtenido de Diario El Universo: <https://www.eluniverso.com/2004/01/15/0001/626/D54F0B0275A04C59B357B433E1BC1BF5.html>
- Catanzaro, R., & Timpanaro, D. (2012). Las capas medias en Italia. *REIS*, 167-199.
- Cateora, P., Gilly, M., & Graham, J. (2009). *Marketing Internacional*. México: McGraw Hill. Obtenido de <https://uvgcancun.files.wordpress.com/2016/03/10022014marketing-internacional-14edi-cateora.pdf>
- Cervantes, J. (23 de Septiembre de 2007). *El mercado de los productos nostalgia: una oportunidad para las Pymes*. Obtenido de Congreso Internacional de Contaduría, administración e informática: <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xv/docs/88.pdf>
- CICO. (Octubre de 2009). *Perfil del Tomate de Árbol*. Obtenido de Centro de Información e Inteligencia Comercial: <http://www.pucesi.edu.ec/pdf/tomate.pdf>
- Coellar, J. F. (2009). *Plan de Comercialización de Tomate de Árbol en fruta mediante la Dirección de Desarrollo Económico Productivo y de Gestión Ambiental del Gobierno Provincial del Azuay, dirigido a la población ecuatoriana residente en España*. Recuperado el Febrero de 2018, de Repositorio Dspace Azuay: <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/1042/1/08025.pdf>

- Daniels, J. D., Radebaugh, L. H., & Sullivan, D. P. (2007). *International Business: Environment and Operations* (Vol. 1). México: Pearson. Recuperado el 15 de 2017
- Datos Macro. (Diciembre de 2016). *Italia Población*. Obtenido de Datos macro: <https://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/italia>
- Deras, V. G., Martínez, L. M., & Salmerón, A. M. (Octubre de 2013). Recuperado el Noviembre de 2017, de Repositorio de Universidad El Salvador:
<http://ri.ues.edu.sv/5385/1/DISE%20DE%20UN%20PLAN%20DE%20MERCADERO%20PARA%20LA%20COMERCIALIZACION%20DE%20PRODUCTOS%20DE%20TALABARTER%20ELABORADO%20POR%20LA%20PEQUE%20EMPRESA%20EN%20E~1.pdf>
- El Diario Español. (14 de Febrero de 2018). La Economía Italiana creció un 1,4% en el 2017. *Diario Español*, pág. 1.
- Élite Diseño. (2017). *El impacto de la tecnología sobre las empresas en Italia*. Obtenido de Revista Élite Diseño: <https://www.elitedisenio.es/el-impacto-de-la-tecnologia-sobre-las-empresas-en-italia/>
- FMI. (01 de Agosto de 2017). *Informe anual del FMI 2017: promover el crecimiento inclusivo de los países*. Obtenido de International Monetary Fund:
<https://www.imf.org/external/pubs/ft/ar/2017/eng/assets/languages/IMF-AR17-Spanish.pdf>
- García, A. E. (2013). *Estrategias empresariales: Una visión holística*. México: Bilineata Publishing.
- Gonzales, C., Espilco, L., & Aragón, E. (2003). Análisis de las estrategias competitivas en los sectores industriales de Perú. *Industrial Data*, 88-93. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/816/81660214.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2009). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. . Obtenido de
https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Lucas, K. A., Maggi, J. M., & Yagual, M. J. (Agosto de 2010). *Creación de una Empresa de Producción, Comercialización y Exportación del Tomate de Árbol en el área de Sangolquí, provincia de Pichincha*. Obtenido de Repositorio Dspace de Espol:
<http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/10689>

- MAGAP. (14 de Octubre de 2017). *Valores-Misión-Visión*. Obtenido de Ministerio de Agricultura y Ganadería:
<http://www.agricultura.gob.ec/valores-mision-vision/>
- Martínez, D., & Milla, A. (2005). *La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral*. España: Díaz de Santos. Recuperado el Noviembre de 2017, de
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=qGUOpeifd_UC&oi=fnd&pg=PA140&dq=análisis+de+las+5+fuerzas+de+porter&ots=wo23zOWLkN&sig=fK3s_0VlbeOt8VX1NF9DHT_jSXo#v=onepage&q&f=false
- Marx, K. (1975). *El capital: crítica de la economía política: libro primero*. Madrid: Veintiuno.
- MCPEC. (Noviembre de 2017). *Misión - Visión - Valores*. Obtenido de Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad:
<http://www.industrias.gob.ec/valores-mision-vision/>
- Meza, N., & Manzano, J. (2009). Características del fruto de tomate de árbol basadas en la coloración del arilo, en la Zona Andina Venezolana. *Revista UDQ Agrícola*, 9(2), 289-294. Recuperado el 21 de Septiembre de 2017, de
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3308209.pdf>
- MIFIC. (17 de Septiembre de 2017). *Ficha 12 Italia pulpa congelada*. Obtenido de Ministerio de Fomento, Industria y Comercio:
<http://www.mific.gob.ni/Portals/0/Documentos%20CNPE/Fichas%20Producto%20Mercado%202015/Ficha%20Producto-Mercado%20Pulpa%20Congelada%20-%20Italia.pdf>
- MIPRO. (12 de Diciembre de 2017). *Filosofía empresarial pública*. Obtenido de Ministerio de Industrias y Productividad:
<http://www.industrias.gob.ec/>
- Montalvo, P. (02 de Octubre de 2015). *Demanda del tomate de árbol en Madrid, España y su comercialización desde el cantón de Bolívar - Ecuador*. Recuperado el Noviembre de 2017, de Repositorio UPEC:
<http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/465/1/358%20demanda%20de%20tomate%20de%20%20%20C3%A1rbol%20en%20Madrid%20C%20Espa%C3%B1a%20y%20su%20comercializaci%C3%B3n.pdf>
- NAPORTEC. (2017). *La empresa NAPORTEC*. Recuperado el 04 de Octubre de 2017, de Operadores Portuarios de Carga del Ecuador:
<http://www.naportec.com.ec/index.php/empresa/>
- Núñez, V. A. (2015). *Plan de Marketing para la agencia de viajes premium travel*. Obtenido de Repositorio de la Universidad Regional Autónoma

de los Andes:

<http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/337/1/TUAIYH016-2015.pdf>

Oficina de Información Diplomática. (2017). *Ficha País Italia* .

Ojeda, I. (Junio de 2016). *Análisis de oportunidades de negocio de tomate de árbol para el cantón Patate, con miras de exportación*. Obtenido de Repositorio PUCESA:

<http://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1669/1/76182.pdf>

Parra, A. (Abril de 2009). *Modelo de Porter y estrategias de negocios de operadores de telecomunicaciones en España*. Obtenido de Universidad Politécnica de Catalunya:

https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/6858/Modelo_Porter.PDF

Peris, M., Rueda, C., & Benito, D. (2012). *Internacionalización. métodos de entrada a mercados exteriores*. Obtenido de Repositorio Universidad Politécnica de Valencia:

https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/31217/Internacionalizaci%C3%B3n_submissionb.pdf

Porter, M. (1998). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York: Simon and Schuster.

Porter, M. (2015). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior* (Segunda ed.). México: Grupo Editorial Patria. Recuperado el Junio de 2017

Pro Chile. (Julio de 2014). *Informe de Canal de Distribución de Supermercados en Italia*. Obtenido de Oficina Comercial de Chile en Milán Pro Chile: http://www.prochile.gob.cl/wp-content/files_mf/1412698467CANAL_Italia_Supermercados_2014.pdf

Pro Ecuador. (2015). *Guía comercial de Italia*. Obtenido de Pro Ecuador: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/03/PROEC_GC2014_ITALIA.pdf

Pro Ecuador. (2015). *Información del Mercado*. Obtenido de Pro Ecuador: https://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/11/PROEC_PPM2015_PULPADEFRUTAS_PA%C3%8DSES-BAJOS.pdf

Quesnay, F. (2017). Producción, crecimiento y empleo. En J. D. Valenciano, *Cuestiones prácticas de fundamentos de economía* (págs. 113-120).

Almeira: Editorial Universidad de Almeira Eual. Recuperado el Diciembre de 2017, de <https://books.google.com.ec/books?id=Jps2DwAAQBAJ&pg=PA113&lpg=PA113&dq=la+regla+de+conducta+fundamental+es+conseguir+la+mayor+satisfacci%C3%B3n+con+el+menorgasto+o+fatiga&source=bl&ots=clhkfdriJU&sig=R8zMJYauOzlnAckpXXR66QLBjjA&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwi62f>

Render, B., & Heizer, J. (2014). *Principio de Administración de Operaciones*. México: Pearson Educación. Recuperado el 07 de Diciembre de 2017

Ricardo, D. (1817). *On the principles of Political Economy* (Vol. 1). London: Cambridge University Press. Obtenido de <https://esepuba.files.wordpress.com/2009/03/david-ricardo-principios-de-economia-politica-y-tributacion-cap-1-y-2.pdf>

Ricardo, D. (1983). *Principios de economía política y tributación*. São Paulo: Abril Cultural.

Rondón, J. G. (2014). Estudio biológico y epidemiológico de la antracnosis del tomate de árbol y generación de alternativas para su manejo integrado en Colombia. *Programa Nacional de Manejo Integrado de Plagas*, 1-13.

Sabino. (1992). *El proceso de Investigación*. Buenos Aires: Ediciones Lumen.

Salvatore. (2004). La teoría Heckscher-Ohlin. En J. C. Martínez, *Modelo de competitividad global de la industria de piel de cocodrilo Moreletii* (págs. 7-9). Culiacán, México: Eumed.net. Recuperado el 02 de Noviembre de 2017, de [https://books.google.com.ec/books?id=dESyss2ksX0C&pg=PA7&lpg=PA7&dq=%E2%80%A2%09Teorema+H-O+\(que+trata+y+predice+el+patr%C3%B3n+de+comercio\).+%E2%80%A2%09Teorema+de+igualaci%C3%B3n+en+los+precios+de+los+factores+que+aborda+el+efecto+del+comercio+internaci](https://books.google.com.ec/books?id=dESyss2ksX0C&pg=PA7&lpg=PA7&dq=%E2%80%A2%09Teorema+H-O+(que+trata+y+predice+el+patr%C3%B3n+de+comercio).+%E2%80%A2%09Teorema+de+igualaci%C3%B3n+en+los+precios+de+los+factores+que+aborda+el+efecto+del+comercio+internaci)

Sanso, M., Cuairan, R., & Sanz, F. (1989). Flujos Bilaterales de Comercio Internacional, ecuación de gravedad y Teoría Heck. *Investigaciones Económicas Universidad de Zaragoza*, 155-166. Recuperado el 14 de Agosto de 2017, de <http://www.flsepi.es/investigacion/revistas/paperArchive/Ene1989/v13i1a8.pdf>

SENAE. (10 de Julio de 2005). *Ley Orgánica de Aduanas Codificación*. Recuperado el 20 de Junio de 2017, de Servicio Nacional de Aduana

del Ecuador:

<https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/regimenesloa.pdf>

- SENAE. (Junio de 2013). *Manual específico para el proceso de exportaciones marítimas y terrestres declaradas como conteneriza*. Obtenido de Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador: <https://www.aduana.gob.ec/files/pro/pro/oce/2013/SENAE-MEE-2-2-001-V1.pdf>
- SENAE. (2017). *Reglamento al título de la facilitación aduanera para el comercio, del libro V del código orgánico de la producción, comercio e inversiones*. Obtenido de Servicio Nacional de Aduana del Ecuador: <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/REGLAMENTO-LIBRO-V-COPCI-REFORMA-27-03-2017.pdf>
- Smith, A. (1776). *La riqueza de las naciones*. (C. B. Rodríguez, Ed.) Recuperado el 23 de Septiembre de 2018, de CEIPH: <http://ceiphistorica.com/wp-content/uploads/2016/04/Smith-Adam-La-Riqueza-de-las-Naciones.pdf>
- SRI. (25 de Septiembre de 2015). *Resolución del SRI No. NAC-DGERCGC15-00000730*. Obtenido de Servicios de Rentas Internas: www.sri.gob.ec/NAC-DGERCGC15-00000730+3SR.O.+604+8-10-2015
- SRI. (15 de Noviembre de 2017). *¿Qué es el SRI?* Obtenido de Servicios de Rentas Internas: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/que-es-el-sri>
- SRI. (Octubre de 2017). *Guía rápida proceso devolución de iva exportadores*. Obtenido de Servicios de Rentas Internas: <http://www.sri.gob.ec/DocumentosAlfrescoPortlet/descargar/1b6bbc84-365e-4b79-99e4-b1f69371b95c/GU%CDA+R%C1PIDA+PROCESO+DEVOLUCI%D3N+DE+IVA+EXPORTADORES.pdf>
- Torres, A. (2012). Caracterización física, química y compuestos bioactivos de pulpa madura de tomate de árbol (*Cyphomandra betacea*)(Cav.) Sendtn. *Archivos Latinoamericanos de Nutrición*, 62(4), 381-388. Recuperado el Febrero de 2018
- Unión Europea. (Diciembre de 2009). *Ficha 19 - Unión Europea*. Obtenido de Datos técnicos del Salvador: http://web.minec.gob.sv/cajadeherramientasue/index.php/component/docman/doc_download/91-19-ficha-jugo-de-frutas.html

Van Steen, M., & Saurenbach, C. (Marzo de 2007). *Acuerdo Comercial Ecuador - Unión Europea*. Obtenido de Delegación de la Unión Europea en Ecuador:
https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/cartilla_acuerdo_comercial_ue-ecuador_0.pdf



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Amat Paz Diana Kristel**, con C.C: # **093075484-1** autor/a del **componente práctico del examen complejo: Plan de Negocios para la Exportación de Pulpa de Tomate de Árbol Ecuatoriano al Mercado Italiano** previo a la obtención del título de **Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, 12 de marzo de 2018

f. _____

Nombre: **Amat Paz, Diana Kristel**

C.C: **093075484-1**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Plan de Negocios para la Exportación de Pulpa de Tomate de Árbol Ecuatoriano al Mercado Italiano		
AUTORA	Diana Kristel, Amat Paz		
REVISORA	Ing. Wendy Vanessa, Arias Arana		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Gestión Empresarial Internacional		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	12 de marzo de 2018	No. DE PÁGINAS: 78	82 páginas
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comercio Exterior, Economía, Marketing		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Tomate de árbol, pulpa, exportar, estrategia, co-packing, Italia.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p>El presente proyecto tiene como objetivo crear un plan de negocios para estudiar la factibilidad de exportar pulpa de tomate de árbol al mercado italiano, para lo cual se requiere analizar el entorno del mercado italiano donde se describe las características de los consumidores de pulpas de frutas, es decir, sus gustos, preferencias y los principales puntos de venta donde especialmente se buscar distribuir el producto en tiendas de alimentación orgánicas y supermercados. La metodología empleada es un análisis cuantitativo para verificar si es rentable o no su exportación. Se investiga también los detalles para la exportación de la pulpa de fruta al mercado italiano donde además se analizan estrategias de ingresos a mercados internacionales para introducir la pulpa de tomate de árbol al mercado italiano. El producto se promocionará a través de redes sociales (Instagram y Facebook). Finalmente se analiza los costos de implementación del plan de negocios con un modelo de co-packing; para conocer la viabilidad del proyecto se aplica herramientas financieras como los estados financieros, el flujo de efectivo proyectado de tres años de estudio, el desarrollo de la tasa interna de retorno, el valor actual neto y la tasa mínima de retorno.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 04-2520344	E-mail: diana-amat@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Román Bermeo, Cynthia Lizbeth		
	Teléfono: 04-3804600 Ext. 1637		
	E-mail: Cynthia.roman@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			