

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**  
**FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS**



**“IMPLEMENTACIÓN DE UNA NUEVA EMPRESA  
PRODUCTORA Y EXPORTADORA DE CONCHAS  
CONGELADAS A EUROPA”**

**Tesis de Grado**

**Previa la Obtención del Título de:**

**ECONOMÍA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL  
INGENIERIA EN MARKETING, COMUNICACIÓN Y VENTAS**

**Presentado por:**

**DENISSE ALICIA REDWOOD BALLADARES**

**MARÍA DE LOURDES CASTRO VITE**

**LUIS ÁNGEL FAJARDO CHIFLA**

**Guayaquil-Ecuador**

**2012**

## **DEDICATORIA**

Este proyecto va dedicado especialmente a Dios por permitirme llegar hasta aquí y avanzar en otra etapa de mi vida, también a mis padres Jorge Redwood Ortiz y Silvia Balladares Tejada los cuales son mi mayor motivación e inspiración para seguir adelante. A mi abuelita Alicia Tejada Franco por ser una luz en mi camino y a mi hermana Vanessa Redwood Solís por sus lindos y sabios consejos.

Denisse Alicia Redwood Balladares

## **DEDICATORIA**

Con todo mi cariño dedico este proyecto a mis padres, hermanos y tíos que día a día me iban dando su apoyo en seguir adelante en esa carrera, también para cada uno de mis amigos que de cierta u otra manera apoyaron en salir adelante en todo esto.

María de Lourdes Castro Vite

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de manera especial a mi Mama Señora Marcia Chifla porque gracias al esfuerzo incondicional por parte de ella he podido llegar hasta aquí también agradezco a mi Padre que desde el cielo siempre me ha bendecido, a mis Abuelitos Señor Antonio Chifla y Señora María Gómez que día a día han compartido conmigo toda su vida como si fueran mis Padres, a mi hermanos Mauricio Fajardo y a mis primos Diego Vera y María Vera, A mis tíos Richard y Rómulo que siempre me brindaron su apoyo para seguir adelante hasta cristalizar este noble ideal, y de todo corazón por el inmenso amor que le tengo también dedico este trabajo a Lilibeth Miranda.

A todos y cada uno de mis profesores y a mis compañeros que siempre me dieron palabras de aliento para seguir adelante.

De igual manera dedico esta reseña a mi Padre Celestial “Dios” por haberme dado fortaleza, sabiduría, salud y entendimiento para alcanzar lo que me he propuesto.

Les quedo eternamente agradecido

Luis Ángel Fajardo Chifla

## **AGRADECIMIENTO**

No me alcanzara la vida para agradecerle a Dios todo lo que ha hecho por mí, porque sencillamente sin él no sería nadie, gracias Dios por bendecirme todos los días de mi vida, gracias a ti, soy lo que soy.

Infinitas Gracias papi y mami por haberme brindado buenos y sabios consejos, por estar siempre a mi lado en mis triunfos y derrotas, en mis alegrías y tristezas, gracias, por su sacrificio, comprensión, amor, dedicación y sobre todo por apoyarme siempre en cada paso que doy. Todo esto, lo hago por ustedes, por ser excelentes padres, los mejores del mundo para mi, espero se sientan orgullosos de mi.

También, quiero agradecer a mi hermana y amiga Vanessa Redwood, por brindarme su apoyo incondicional y por ser mi ejemplo de superación, logro y profesionalismo, gracias por enseñarme que el esfuerzo, la dedicación y perseverancia nos lleva al camino del éxito. Y que es de valiente superar los obstáculos de la vida, siempre seguir adelante y nunca retroceder.

Un agradecimiento especial a mis amigos y futuros colegas Lourdes Castro Vite y Mario Alejandro Uvidia Arreaga por brindarme su ayuda en la realización de este proyecto.

Y finalmente, quiero darle las gracias a mis mejores amigas, Maria Jose Vizcaíno, Vicky Vivas, Martha Némer, Andrea Escudero y Gaby Torres por brindarme su sincera y verdadera amistad, por estar incondicionalmente conmigo cuando más las necesito, gracias por apoyarme siempre, por motivarme a seguir adelante y por compartir esta alegría conmigo.

Denisse Alicia Redwood Balladares

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco en primer lugar a Dios por haberme permitido llegar a estas instancias de mi vida y haberme dado la sabiduría, fortaleza y guía para seguir adelante, agradezco a mis padres que día a día están brindándome su apoyo incondicional y por cada una de sus palabras de aliento, asimismo a cada uno de los miembros de mi familia, hermanos, tíos por brindarme su cariño y apoyo.

Mis queridos amigos que siempre han estado ahí para colaborarme en todo lo necesario y darme el aliento necesario para seguir adelante.

Finalmente a mis estimados profesores ya que gracias a ellos que con paciencia y atención han colaborado conmigo a seguir con este sueño.

Maria de Lourdes Castro Vite

## **AGRADECIMIENTO**

Dejo constancia de mi imperecedera gratitud al Ing. Víctor Hugo Gonzales que nos brindo su apoyo para realizar este trabajo.

Así mismo agradezco de todo corazón a mis maestros por sus conocimientos brindados para hacer de mí un intelecto profesional.

A mis compañeros que con sus afanes, entusiasmo y alegrías hicieron más interesantes y divertidos mis momentos de estudio y trabajo.

Y nuevamente mi más profundo agradecimiento a nuestro divino Creador.

Luis Ángel Fajardo Chifla



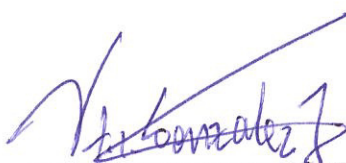
**TRIBUNAL DE GRADUACIÓN**



---

MsC. Horacio Villacís

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**



---

MsC. Víctor Hugo González Jaramillo, PhD(c)

**DIRECTOR DE TESIS**

## DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a La Escuela Superior Politécnica del Litoral”



**Denisse Alicia Redwood B.**

**María de Lourdes Castro V.**

**Luis Ángel Fajardo Ch.**

## ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	V
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN.....	IX
DECLARACIÓN EXPRESA.....	X
ÍNDICE GENERAL.....	XI
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	XII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XVI
ÍNDICE DE TABLAS.....	XVII
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XVIII

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPITULO 1: ANTECEDENTES Y JUSTIFICACION.....	1
1.1 ANTECEDENTES .....	1
1.2 IDENTIFICACION DEL PROBLEMA.....	3
1.3 OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	4
1.3.1 OBJETIVO GENERAL .....	4
1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	4
1.4 ALCANCE .....	5
1.5 METODOLOGIA.....	6
CAPITULO 2: DEL PRODUCTO A EXPORTAR.....	7
2.1 DEFINICION DEL PRODUCTO.....	7
2.1.1 INFORMACION ADICIONAL – CARACTERISTICAS .....	7
2.1.2 BENEFICIOS – INFORMACION NUTRICIONAL .....	9
2.1.3 NATURALEZA DEL PRODUCTO.....	10
2.1.4 ESTADO DE DESARROLLO.....	11
2.2 ANALISIS PORTER .....	12
2.3 ANALISIS DE LA OFERTA .....	18
2.3.1 PRESENTACIONES DE PRODUCTO TERMINADO IQF.....	18
2.3.2 CLIENTES POTENCIALES .....	19
2.3.3 COMPETIDOR POTENCIAL .....	21
2.4 ANALISIS DEMANDA .....	21
2.4.1 CLASIFICACION DE LA DEMANDA .....	21
2.4.2 BASE DE DECISION DE COMPRA DE LOS CLIENTES.....	22
2.4.3 PODER ADQUISITIVO DE LOS CONSUMIDORES .....	23
2.4.4 PROYECCION DE LA DEMANDA .....	23
2.4.5 CALCULO DE LA DEMANDA.....	24
2.5 ANALISIS DE PRECIOS .....	25

2.5.1	<i>PRINCIPALES VARIABLES PARA LA DETERMINACION DEL PRECIO</i>	25
2.5.2	<i>GENERALIDADES DEL PRECIO DE INTRODUCCION</i>	26
2.6	<i>ANALISIS DEL SECTOR</i>	27
2.6.1	<i>BARRERAS A LA ENTRADA</i>	27
2.7	<i>ANALISIS DE COMERCIALIZACION</i>	28
2.7.1	<i>SISTEMA DE VENTAS</i>	28
2.7.2	<i>PUBLICIDAD</i>	29
2.7.3	<i>PROMOCION</i>	29
2.7.4	<i>FORMAS POSIBLES DE ESTIMULAR EL INTERES</i>	30
2.7.5	<i>DISTRIBUCION</i>	30
2.8	<i>TRAMITES DE EXPORTACION</i>	31
2.8.1	<i>REQUERIMIENTO PARA EL INGRESO DE PRODUCTOS PROCESADOS A EUROPA</i>	35
2.8.2	<i>EL ETIQUETADO</i>	35
2.8.3	<i>LOS MATERIALES QUE ENTRAN EN CONTACTO CON LOS ALIMENTOS</i>	40
2.8.4	<i>LA DENOMINACION DE ORIGEN</i>	46
2.8.5	<i>EL REGISTRO DE MARCAS</i>	47
2.8.6	<i>REQUISITOS QUE DEBEN CUMPLIR LOS EXPORTADORES DE PRODUCTOS PROCESADOS PARA COMERCIALIZAR EN EUROPA</i>	49
2.9	<i>INVESTIGACION DE MERCADO</i>	50
2.9.1	<i>OBJETIVOS DE LA PROYECCION DEL MERCADO</i>	51
2.9.2	<i>DETERMINACION DE LAS FUENTES DE INFORMACION</i>	52
2.9.3	<i>PREGUNTAS QUE LA ENTREVISTA A EXPERTOS DEBE CONTESTAR</i>	52
2.9.4	<i>PROCESAMIENTO DE DATOS</i>	53
2.9.5	<i>CONCLUSIONES DE LOS EXPERTOS</i>	54

2.10 CONCLUSIONES.....	55
CAPITULO 3: ESTUDIO TÉCNICO .....	56
3.1 PROCESO DE COMPRA .....	56
3.2 PROCESO DE PRODUCCION DE LAS CONCHAS .....	57
3.2.1 PROCESO PRIMARIO DE CONCHAS PRIETAS.....	61
3.3 TAMANO DE LAS INSTALACIONES .....	70
3.4 OBRAS FISICAS .....	72
3.5 BALANCE DE OBRAS FISICAS.....	73
3.5.1 PLANO DE LA PLANTA DE PRODUCCION.....	76
3.5.2 BALANCE DE ACTIVOS FIJOS.....	77
3.6 ESTUDIO DE LOCALIZACION.....	78
CAPITULO 4: ESTIMACION DE COSTOS.....	79
4.1 ELEMENTOS BASICOS .....	79
4.2 COSTOS DE PRODUCCION .....	79
4.3 ANALISIS COSTO-VOLUMEN-UTILIDAD .....	84
CAPITULO 5: ESTUDIO ORGANIZACIONAL .....	85
5.1 MARCO LEGAL DE LA EMPRESA .....	85
5.2 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.....	86
5.3 DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES DE LOS DIFERENTES CARGOS JERARQUICOS .....	86
CAPITULO 6: ANALISIS FINANCIERO .....	101

6.1 INVERSIONES DEL PROYECTO .....	101
6.2 CAPITAL DE TRABAJO .....	102
6.3 BENEFICIOS DEL PROYECTO .....	106
6.3.1 INGRESOS POR LA VENTA DEL SERVICIO.....	106
6.3.2 VALOR DE DESECHO .....	106
6.4 TASA DE DESCUENTO .....	108
6.4.1 RENTABILIDAD PARA EL INVERSIONISTA:CAPM.....	108
6.4.2 COSTO CAPITAL DE LA EMPRESA .....	109
6.5 FLUJO DE CAJA .....	109
6.5.1 FINANCIAMIENTO .....	109
6.5.2 VAN Y TIR DEL PROYECTO .....	110
6.6 PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION (PAYBACK) .....	114
6.7 CONCLUSIONES DEL ANALISIS FINANCIERO .....	114
<b>CONCLUSIONES GENERALES DEL PROYECTO.....</b>	<b>115</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>116</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>117</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 2.1: Anatomía Interna de las Conchas.....</b>	<b>8</b>
<b>Gráfico 2.2: Vista Ventral de Anadara Tuberculosa .....</b>	<b>11</b>
<b>Gráfico 2.3: Estado de Desarrollo.....</b>	<b>12</b>
<b>Gráfico 2.4: Tipos de Conchas.....</b>	<b>19</b>
<b>Gráfico 3.1: Proceso de Compra.....</b>	<b>56</b>
<b>Gráfico 3.2: Técnicas de Obtención de Semillas.....</b>	<b>59</b>
<b>Gráfico 3.3: Diagrama de Flujo para el proceso primario de las Conchas Prietas.....</b>	<b>65</b>
<b>Gráfico 3.4: Diagrama de Flujo para el Proceso Refrigeratorio o Fresco y Congelado de las Conchas Prietas.....</b>	<b>66</b>
<b>Gráfico 3.5: Proceso de Construcción de la Obra.....</b>	<b>73</b>
<b>Gráfico 3.6: Planta de Producción.....</b>	<b>76</b>
<b>Gráfico 5.1: Organigrama de la Empresa.....</b>	<b>86</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 2.1: Información Nutricional de la Concha.....</b>	<b>9</b>
<b>Tabla 2.2: Participación Europea en valor de las Importaciones de los Moluscos 2010.....</b>	<b>14</b>
<b>Tabla 2.3: Principales Participaciones en valor de las Exportaciones de moluscos en el mundo.....</b>	<b>17</b>
<b>Tabla 2.4: Participación Europea en Valor de las Importaciones de Moluscos.....</b>	<b>20</b>
<b>Tabla 2.5: Cálculo de la Demanda.....</b>	<b>24</b>
<b>Tabla 3.1: Composición Química Nutricional.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabla 3.2: Características Físico Organolépticas.....</b>	<b>62</b>
<b>Tabla 3.3: Codificación del Producto.....</b>	<b>64</b>
<b>Tabla 3.4: Muestreo.....</b>	<b>67</b>
<b>Tabla 3.5: Características Físico Organolépticas.....</b>	<b>67</b>
<b>Tabla 3.6: Características Físico Químicas.....</b>	<b>68</b>
<b>Tabla 3.7: Tolerancias Microbiológicas y Químicas.....</b>	<b>68</b>
<b>Tabla 3.8: Balance de Obras Físicas.....</b>	<b>75</b>
<b>Tabla 3.9: Depreciaciones, Mantenimiento y Seguros.....</b>	<b>77</b>
<b>Tabla 3.10: Localización.....</b>	<b>78</b>
<b>Tabla 4.1: Detalle de Costos Fijos.....</b>	<b>81</b>
<b>Tabla 4.2: Estimación de Gastos Administrativos.....</b>	<b>82</b>
<b>Tabla 4.3: Costos Variables.....</b>	<b>83</b>
<b>Tabla 4.4: Detalle de Otros Costos Variables.....</b>	<b>84</b>
<b>Tabla 6. 1: Inversiones de la Organización.....</b>	<b>101</b>

<b>Tabla 6.2: Ventas Mensuales.....</b>	<b>104</b>
<b>Tabla 6.3: Matriz de Cobranza.....</b>	<b>104</b>
<b>Tabla 6.4: Egresos Mensuales.....</b>	<b>105</b>
<b>Tabla 6.5: Capital de Trabajo.....</b>	<b>105</b>
<b>Tabla 6.6: Proyección de los Ingresos para cada año de operación.....</b>	<b>106</b>
<b>Tabla 6.7 Amortización del Proyecto.....</b>	<b>110</b>
<b>Tabla 6.8: Flujo de Caja Detallado.....</b>	<b>111</b>
<b>Tabla 6.9: Payback.....</b>	<b>114</b>

# **CAPÍTULO I**

## **ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN**

### **1.1 ANTECEDENTES**

La concha es uno de los productos más cotizados tanto local como internacionalmente. Existen dos clases:

La Concha Prieta, Andara Tuberculosa, es un molusco bivalvo que se encuentra ampliamente distribuida en la costa del pacifico, la podemos encontrar en Perú, al norte desde Laguna Ballena, Baja California hasta Tumbes, mientras que la concha macho, Anadara Similis, la podemos encontrar desde Nicaragua hasta Perú<sup>1</sup>.

En el Ecuador estas especies las podemos localizar en áreas de manglar las cuales se encuentran en los siguientes lugares:

En Esmeraldas, desde el norte en Palma Real, San Lorenzo, Limones, y siguiendo por el sur de esta provincia las encontramos en Muisne. En la Provincia del Guayas son conocidos los lugares de Puerto el Morro y la Isla Puná, mientras que en la Provincia de El Oro las conchas se encuentran localizadas en el Archipiélago de Jambelí.

Las encontramos enterradas dentro del lodo y se alimentan a base de fitoplancton; la A. Tuberculosa se la localiza debajo del fango entre 5 y 30 cm de profundidad, en cuanto a la A. Similis es un poco más complicada su captura debido a que esta entre los 15 y 30 cm de profundidad. Otras características que podemos encontrar es su desarrollo lento, hábito sedentario, su crecimiento es de hasta solo

---

<sup>1</sup> Instituto Nacional de Pesca-Ecuador

10mm cada mes, necesita de un lugar no contaminado y generalmente son de sexos separados (dioicos).

En las últimas décadas el número de conchas prietas se ha visto reducido debido a la alta demanda además por la disminución de su hábitat y el deterioro de los ecosistemas por el aumento de la captura indiscriminada de la especie. Es por esto que se quiere lanzar un periodo de veda indefinido para que la población de las conchas aumente.

Según la Resolución Ministerial No. 014-2006 decretó que la veda para la reproducción de la concha Prieta (*A. Tuberculosa*) y la concha macho (*A. Similis*) va desde el 15 de febrero hasta el 31 de marzo. Según datos del Instituto Nacional de Pesca, las recientes informaciones sobre los desembarques de las conchas en junio del 2010 fueron las siguientes: en Puerto Bolívar se registraron más de 290 mil conchas, en Puerto Jelí superaron las 96 mil conchas, Puerto Hualtaco desembarcaron más de 450 mil, mientras que en San Lorenzo hubieron aproximadamente 791 mil conchas, y por ultimo en Muisne registraron 108 mil conchas<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Reporte del Instituto Nacional de Pesca

## 1.2 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La disponibilidad de concha prieta en Ecuador se ha visto reducida durante las últimas dos décadas debido al alto grado de demanda interna y externa. Tanto la disminución del hábitat como el deterioro de la calidad de agua de los ecosistemas estuarios y el incremento indiscriminado en las capturas artesanales, son los mayores causantes de la disminución de los bancos naturales de esta especie<sup>3</sup>.

Por tanto, al ser un producto de exportación se debe:

- Aumentar la producción haciendo uso de la maricultura y respetando el tiempo de veda para así poder precautelar su reproducción evitando el peligro de extinción de esta especie.
- Analizar todo lo referente a políticas arancelarias y trámites de exportación teniendo en cuenta el o los nichos de mercado al cual se va a dirigir en Europa.
- Diseñar estrategias competitivas para poder enfrentar a sus potenciales competidores.

---

<sup>3</sup> Plan de Negocio: Exportación de Conchas Congeladas a Estados Unidos (ESPOL)

## **1.3 OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **1.3.1 Objetivo General**

Analizar mediante la investigación de mercados la viabilidad de la ejecución de este proyecto tomando en consideración medidas de control necesarias para precautelar su reproducción y manejo sustentable que permita la comercialización en el exterior de las conchas prietas, teniendo en cuenta la demanda existente en el mercado internacional, específicamente en países de Europa como Francia, Italia, Bélgica y Holanda los cuales muestran una mayor cifra en las exportaciones.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Investigar el mercado europeo para la introducción de una nueva fábrica o productora de conchas prietas congeladas.
- Determinar la captura, reproducción y su comercialización en el mercado europeo.
- Analizar la demanda potencial de conchas prietas en el mercado europeo.
- Diseñar un plan estratégico de mercadeo que permita establecer la rentabilidad de la comercialización del producto en el mercado meta preseleccionado.
- Determinar los principales aspectos técnicos-operativos de la nueva fábrica de conchas prietas congeladas.
- Diseñar estrategias de marketing y ventas para asegurar una respetable participación en el mercado europeo.

- Determinar a qué segmento del mercado europeo se va a dirigir el producto.
- Evaluar financieramente la propuesta de negocio para minimizar el riesgo y obtener la rentabilidad esperada en el mercado meta preseleccionado.

#### **1.4 ALCANCE**

Implementar una nueva Planta de Producción de Conchas y a la vez exportadora de la misma permitirá satisfacer a varios participantes que influyen en nuestro negocio; para lo cual realizaremos los siguientes estudios para determinar la factibilidad del proyecto.

Con un estudio de mercado podremos determinar quienes van a conformar nuestro mercado objetivo en Europa, además mediante la opinión de expertos en cuanto a exportaciones, y con las averiguaciones y análisis respectivos podremos conocer las tendencias, problemas en los países a los cuales nos dirigimos, y todos aquellos inconvenientes que pueden influir en nuestro negocio.

El estudio financiero nos ayudará a determinar si el negocio es o no factible para un empresario invertir en él y poder emprenderlo, así como también podremos detectar económicamente las ganancias que obtendría. Finalmente una estrategia de marketing nos ayudará en la introducción del producto mediante técnicas de comercialización valiosas para una empresa nueva como la nuestra, de esta manera entenderemos de una mejor forma como se desarrolla este mercado.

## **1.5 METODOLOGÍA**

El interés que muestra nuestra empresa por comercializar en el extranjero ha sido analizado minuciosamente con el fin de asegurar que el ingreso a un nuevo mercado sea rentable y poco riesgoso.

Para esto es importante considerar los costos que dicha acción va a representar, no solo en el corto plazo sino también a medio plazo.

Es Evidente que antes de iniciar una política de penetración comercial es necesario encontrar un método para seleccionar el o los mercados que permitan minimizar los costos citados.

Para esta selección de mercado hemos realizado un Asset Allocation a nivel mundial (regiones, países y sectores) tomando en cuenta la evolución de las variables macroeconómicas y microeconómicas más importantes (índices económicos) y datos históricos, que nos permitan conocer la situación o el entorno político, social, legal, cultural, económico y relaciones y acuerdos comerciales establecidos en los países de estudio a través del tiempo.

Con estos resultados, pudimos identificar y determinar el mercado potencial con el que es más factible comercializar, Europa, ofreciendo nuestro producto de exportación, Conchas Congeladas, por el cual muestra gran interés en adquirir.



## **CAPÍTULO II**

### **PRODUCTO A EXPORTAR**

#### **2.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO**

Científicamente hablando, la Anadara Tuberculosa conocida también como “concha negra o prieta” (Ecuador), “piangua”, “pata de mula” (México) o “arca negra”, en inglés como “Black ark” o “blood cockle” y en francés como “arche noire”, es un molusco que esconde más que la gloria de ser solo un afrodisíaco, su indiscutible e incomparable sabor, causa furor en niños, jóvenes adultos y adultos mayores de todas partes del mundo.

No importa que habiten bajo el lodo de los manglares, escondidas entre las intrincadas ramas de los mangles o en las profundidades de mar. Hasta ahí llegan las manos de miles de familias dedicadas a la extracción de este molusco, todo para llenar la demanda gastronómica de Ecuador y del mundo.

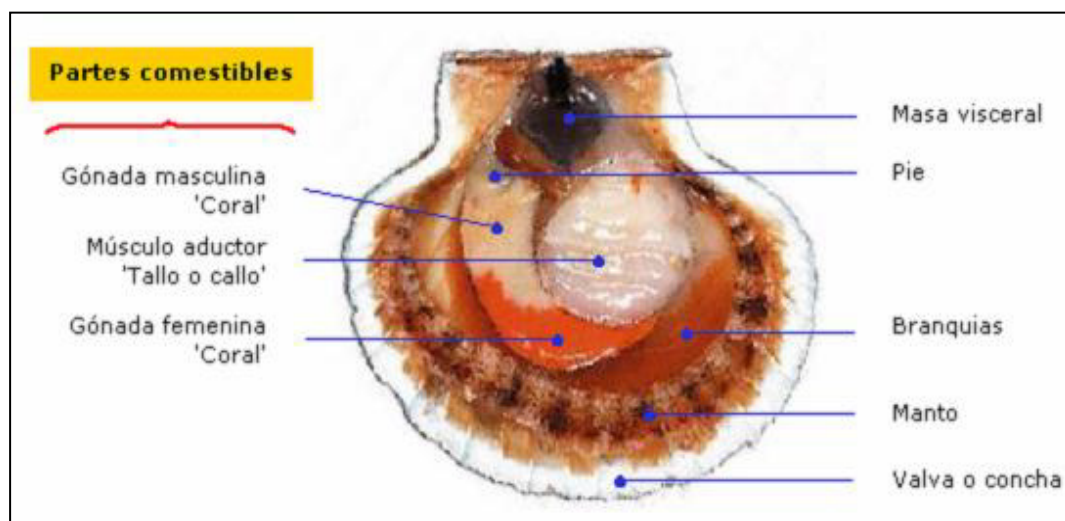
##### **2.1.1 Información Adicional - Características**

Una concha es la cobertura dura, rígida y exterior que poseen ciertos animales. Sólo se consideran conchas los exoesqueletos de los moluscos marinos. Las conchas suelen estar hechas de nácar, una mezcla orgánica de capas de conchiolina (una escleroproteína), seguida de una capa intermedia de calcita o aragonita, y por último, una capa de carbonato cálcico (CaCO<sub>3</sub>) cristalizado.

La sangre de los moluscos es rica en una forma líquida de calcio, que se concentra fuera del flujo sanguíneo y se cristaliza como carbonato de calcio. Los cristales individuales de cada capa difieren en su forma y orientación. El nácar se deposita de forma continua en la superficie interna de la concha del animal (la capa nacarada iridiscente, también conocida como madreperla). Estos procesos proporcionan al molusco un medio para alisar la propia concha y mecanismo de defensa contra organismos parásitos y desechos dañinos.

Las conchas son muy duraderas y permanecen mucho más tiempo que los animales de cuerpo blando que las producen. En lugares donde se acumulan grandes cantidades de conchas se forman sedimentos que pueden convertirse por compresión en caliza. Se denomina valva a cada una de las partes del esqueleto exterior (la concha) que componen a los moluscos bivalvos. Las valvas están unidas en su parte dorsal por un gozne o ligamento elástico, que permite la apertura y cierre de ambas partes.

**Gráfico 2.1: Anatomía interna de la Concha**



### **2.1.2 Beneficios – Información Nutricional**

En la tabla siguiente se presenta el valor nutricional de las Conchas Prietas por 100 gramos de porción comestible.

**Tabla 2.1: Información nutricional de la Concha**

<b>Compuesto</b>	<b>Valores</b>
<b>Agua</b>	80.0 g
<b>Proteína</b>	13.9 g
<b>Grasas</b>	1.8 g
<b>Cenizas</b>	2.2 g
<b>Fibra dietética</b>	0.0 g
<b>Carbohidratos totales</b>	2.1 g
<b>Energía</b>	80 Kcal.
<b>Calcio</b>	91 mg
<b>Fósforo</b>	219 mg
<b>Hierro</b>	0.3 mg
<b>Tiamina</b>	0.05 mg
<b>Ribofablina</b>	0.79 mg
<b>Niacina</b>	1.8 mg
<b>Vitamina C</b>	11.6 mg

Elaboración: Integrantes del Grupo

### 2.1.3 Naturaleza del Producto

<b>Reino</b>	<b>Animal</b>
<b>Especie</b>	Molusco
<b>Clase</b>	Bivalva
<b>Orden</b>	Archioída, Prionodonte o Eutaxodonta
<b>Familia</b>	Arcidae
<b>Nombre científico</b>	<i>Anadara tuberculosa</i> (Sowerby, 1833)
<b>Nombres comunes</b>	Piangua (Costa Rica); concha negra (Nicaragua); curil, concha negra (El Salvador); chucheca, concha prieta (Panamá – Ecuador)
<b>Descripción diagnóstica</b>	Las conchas son grandes y ovaladas, relativamente gruesas. Las valvas muestran entre 33 y 37 costillas, con los márgenes dorsales angulados. Su color es blanco, cubierto por un periostraco piloso que va desde café oscuro hasta negro. Posee umbos anchos y prominentes. Los nódulos o tubérculos de las costillas son la razón del nombre de la especie. Su área cardinal es angosta. Longitud 56 mm, altura 42 mm, diámetro 40 mm. Pueden sobrevivir hasta cinco días fuera de su ambiente natural
<b>Hábitat</b>	Esta especie habita sustratos fangosos, arcillosos o limo-arcillosos, que reciben inundación mareal diaria. La mayor parte se encuentra en rodales con sustratos no consolidados, limo-arcillosos o arcillosos
<b>Ciclo de vida</b>	En un estudio realizado por el INP en Muisne – Esmeraldas, se observó el desove entre enero y marzo. La madurez sexual se alcanza en individuos entre los 23.2 y los 26.2 mm de longitud total
<b>Alimentación</b>	Se alimenta por medio de la filtración de materia orgánica
<b>Uso</b>	Comestible

Elaboración: Integrantes del Grupo

**Gráfico 2.2: Vista ventral de Anadara Tuberculosa**



Fuente: Imágenes Google

#### **2.1.4 Estado de Desarrollo**

Las larvas de conchas prietas se forman al unirse los espermatozoides con los óvulos, pasan 24 horas por diversos estadios larvarios y después inician un periodo de vida planctónica que tiene una duración que depende de las condiciones ambientales, luego se convierten en juveniles bentónicos y de ahí pasan a ser adultos que desarrollarán su gónada y se repetirá el ciclo.

Las larvas pelágicas se encuentran cerca de bancos naturales de conchas prietas. Se debe hacer la captación de la semilla del banco natural ofreciendo un sustrato adecuado en el momento y zona exacta donde la larva pasará de una vida planctónica a una bentónica.

**Gráfico 2.3: Estado de Desarrollo**



Fuente: Tesis Peruana sobre la Producción & Exportación de conchas

## 2.2 ANÁLISIS DE PORTER

### Fuerza # 1: Poder de Negociación de los Compradores o Clientes

El poder de negociación de los compradores es directamente proporcional al volumen de compra que estos realicen. Por lo tanto los pequeños y medianos compradores tienen una muy baja probabilidad de negociar la venta en beneficio de ellos, no así los llamados grandes clientes, ya que estos basados en los altos niveles de compra pueden llegar a regatear la venta a tal forma de verse beneficiados, ya sea por una disminución del precio de venta o por algún otro estímulo.

Basándose en la posibilidad de integración vertical en el mercado europeo<sup>4</sup> para los pequeños y medianos clientes el poder de negociación es bajo, no así para los grandes clientes, ya que ellos sí tienen la posibilidad de crear integración vertical, lo cual nos afectaría en gran medida.

---

<sup>4</sup> Trade Map – Importación de Moluscos (12/11/11; 02:30 A.M.)  
[http://www.trademap.org/tradestat/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/tradestat/Country_SelProduct_TS.aspx)

**Tabla 2.2: Participación Europea en valor en las Importaciones de Moluscos , % en 2010 (Clientes Potenciales)**

<b>Importadores</b>	<b>Participación % en 2010</b>
España	15,4
Italia	12
Francia	6,8
Portugal	2,7
Bélgica	2,3
Grecia	1,3
Alemania	1,2
Holanda	1,1
Reino Unido	1
Rusia	0,7
Suiza	0,4
Dinamarca	0,3
Croacia	0,3
Chipre	0,2
Austria	0,1
Suecia	0,1
Eslovenia	0,1
Luxemburgo	0,1
Ucrania	0,1
Noruega	0,1
Irlanda	0,1
Rumania	0,1
Turquía	0,1
Islandia	0,1
Albania	0,1

Elaboración: Propia  
Fuente: Trade Map



## **Fuerza # 2: Poder de Negociación de los Proveedores o Vendedores**

El poder de negociación de los proveedores es alto, esto es porque los grandes proveedores de moluscos son muy limitados. Además existe la posibilidad que los proveedores se integren hacia delante y terminen siendo productores y exportadores de Conchas, con lo que lograrían fragmentar más aun la participación de mercado internacional.

## **Fuerza # 3: Amenaza de Nuevos Competidores.**

Efectivamente existe un alto riesgo de que ingresen nuevos competidores al mercado europeo ya que la demanda por parte de los principales importadores/clientes europeos (España, Francia, Italia y Portugal) ha aumentado enormemente, ocasionando el crecimiento del comercio internacional de todas las clases de estos moluscos.

Por ende, la posible amenaza de nuevos países competidores en la producción de moluscos a exportar, aunque no cuenten con una alta participación en el mercado internacional, pueden desarrollar estrategias competitivas y acuerdos comerciales con Europa para abastecer la demanda existente y obtener así participación en el mercado europeo y obviamente aumentar el nivel de participación en el mercado internacional.

De acuerdo a datos estadísticos actualizada hasta el 2010, los posibles nuevos exportadores (competidores) de conchas al mercado europeo podrían ser Japón, Canadá, Perú y República de Corea<sup>5</sup> los cuales cuenta con una participación en el mercado internacional del 3.9%, 3.6%. 3.5% y 3.6% respectivamente.

#### **Fuerza # 4: Amenaza de Productos Sustitutos**

La concha negra o prieta es un marisco que cuenta con muchos otros moluscos sustitutos (mejillones, ostiones, ostras, langostas), crustáceos (cangrejos), camarones y peces (chame, trucha, bagre, corvina, lisa, dorado, etc.) de permanente o controlado abasto en Ecuador los cuales comúnmente se utilizan para la elaboración de platos gastronómicos como cebiches, paellas, cazuelas, arroz marinero, etc. que gustan a muchos.

Por ende, encontramos productos complementarios que de acuerdo a la complejidad de la preparación de estos platos gastronómicos, la concha negra o prieta es acompañada por diferentes vegetales (cebolla, pimiento, tomate, ajo, etc.), sal, arroz y hasta de otros mariscos (pescado, camarón, ostra, etc.) y demás ingredientes necesarios para su degustación.

#### **Fuerza # 5: Rivalidad entre Competidores Existentes.**

A nivel mundial, con datos actualizados hasta el año 2010, el principal exportador de conchas y por ende nuestro principal competidor es China la cual cuenta con una participación en el mercado del 18.6%, el segundo principal país exportador de este producto es España con una participación del 6.5%, luego le

---

<sup>5</sup> Trade Map – Exportación de Moluscos (12/11/11; 02:50 A.M.)  
[http://www.trademap.org/tradestat/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/tradestat/Country_SelProduct_TS.aspx)

sigue Estados Unidos con una participación de 5.5%, Tailandia e India con participaciones de 5.0% y 4.7% respectivamente<sup>6</sup>.

**Tabla 2.3: Principales Participaciones en valor en las exportaciones de moluscos del mundo, % en 2010**

Exportadores	Mundo	China	España	Estados Unidos de América	Tailandia	India	Viet Nam	Japón
Participación %	100	18,6	6,5	5,5	5	4,7	4,6	3,9

Elaboración: Integrantes del Grupo  
Fuente: Trade Map

Por tanto, este análisis muestra que para seguir en el mercado, Ecuador, tiene que desarrollar de estrategias de marketing y ventas que generen alguna ventaja diferencial o competitiva haciendo uso de publicidad, ofrecer promociones, precios competitivos o relativamente bajos en relación a los precios que actualmente se comercializan esta clase de mariscos para así acaparar más consumidores. Creemos que la mayor ventaja diferencial de nuestro marisco a exportar (conchas prietas) será sin duda su calidad ecuatoriana y sabor único el cual lo hará irremplazable entre los mariscos existentes en el mercado.

<sup>6</sup> Trade Map – Exportación de Moluscos (12/11/11; 02:50 A.M.)  
[http://www.trademap.org/tradestat/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/tradestat/Country_SelProduct_TS.aspx)

## **2.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA**

Como se menciona en los apartados anteriores, el producto a exportar es de muy buena calidad, considerado de bajo riesgo sanitario y cumple con todos los componentes nutricionales requeridos para exportar.

En síntesis, el objetivo fundamental de este análisis es describir las diferentes presentaciones del producto que brindaremos al mercado europeo con el fin de cubrir la demanda, satisfaciendo los diferentes gustos y preferencias (requerimientos) del consumidor, estas a su vez dotan un valor agregado a nuestro producto.

### **2.3.1 Presentaciones de Producto Terminado en IQF**

Las operaciones que se llevan a cabo, y, por las cuales pasa la concha prieta, para obtener como producto final el Scallops IQF (Individual Quick Frozen) con coral o sin coral, comprenden una serie de etapas que van desde la extracción, transporte, recepción del producto en planta, desvalvado, selección, codificado, lavados, congelado, empaque, almacenamiento en cámaras y embarque.

El tiempo de vida útil del producto es de 24 meses, almacenamiento a temperaturas menores o iguales a -250C.

Una vez que el producto ha sido procesado, empacado, etiquetado y almacenado, es solicitado por el cliente su entrega, previa evaluación microbiológica por un laboratorio externo, entregando al cliente, un producto en las mejores condiciones de preservación y con la documentación suficiente, para los fines que cree conveniente.

Este producto es considerado de bajo riesgo sanitario, porque va a ser sometido a cocción, antes de ser servido.

Por lo tanto, estas son las presentaciones procesadas:

#### **Gráfica 2.4 Tipos de Conchas**

- *Presentaciones Gourmet:*

- Scallops con coral IQF.
- Scallops sin coral IQF (tallo).
- Scallops con media valva IQF.
- Scallops entera IQF.



Fuente: Imágenes Google

- *Presentaciones Normales:*

- Coral solo.
- Scallops con coral o sin coral hidratado.
- Scallops media valva con coral o sin coral hidratado.

- *Presentación en Cajas al por mayor*

#### **2.3.2 Clientes Potenciales**

Debido al gran número de personas que viven dentro del territorio europeo, el producto es viable para satisfacer los requerimientos de los individuos con respecto a estos moluscos.

Para estipular los clientes potenciales, el mercado objetivo estará conformado aproximadamente por más del 56.19% de países europeos, es decir, que más de 25 países europeos demandan mucho de este marisco. No así los restantes ya

que ellos registran poca y casi nula demanda de importación de este producto<sup>7</sup>.

**Tabla 2.4: Participación Europea en valor en las Importaciones de Moluscos**

Importadores	2010	
	Cantidad Importada	Unidad
España	374.409	Toneladas
Italia	257.026	Toneladas
Francia	119.430	Toneladas
Portugal	54.766	Toneladas
Bélgica	42.342	Toneladas
Países Bajos (Holanda)	33.906	Toneladas
Grecia	28.430	Toneladas
Alemania	27.524	Toneladas
Federación de Rusia	21.434	Toneladas
Reino Unido	15.796	Toneladas
Croacia	7.835	Toneladas
Suiza	4.697	Toneladas
Ucrania	4.442	Toneladas
Dinamarca	4.308	Toneladas
Turquía	4.013	Toneladas
Chipre	3.479	Toneladas
Eslovenia	3.257	Toneladas
Islandia	3.002	Toneladas
Austria	2.242	Toneladas
Suecia	2.036	Toneladas
Albania	1.841	Toneladas
Lituania	1.797	Toneladas
Irlanda	1.678	Toneladas
Luxemburgo	1.501	Toneladas
Serbia	1.363	Toneladas
Rumania	1.123	Toneladas

<sup>7</sup> Trade Map – Importaciones Europeas de Moluscos  
[http://www.trademap.org/tradestat/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/tradestat/Country_SelProduct_TS.aspx)

### **2.3.3 Competidor Potencial**

Como se menciona anteriormente, nuestra principal competencia es China, la cual presenta 18.6% de participación en el mercado internacional. Este país cuenta con una amplia estructura y capacidad de producción. Sin embargo, la diferencia y ventaja sobre ellos será el valor agregado de nuestro producto; de esta manera lograremos posicionarnos en el mercado, captando el interés y aceptación por parte de los consumidores.

## **2.4 Análisis de la Demanda**

En estos últimos tiempos hemos podido observar que la producción de conchas prietas en el país ha venido en aumento y a nivel mundial también a través de nuevas actividades para que este crecimiento sea sostenible en el tiempo. Además vemos que se han creado procesos que permiten que este exquisito producto pueda ser explotado sin tener el peligro de extinción presente en todo momento mediante la maricultura con la cual se puede llegar a su óptimo potencial.

Tanto las personas que vivimos en las costas, ya sean en nuestro país u otros, como personas que viven en el exterior las cuales disfrutan de estas delicias que nos ofrece el mar.

### **2.4.1 Clasificación de la Demanda**

- **De acuerdo a la oportunidad,** la demanda de este producto de conchas congeladas se encuentra satisfecha pero no saturada ya que existen empresas que se dedican a este

mercado, pero lo podemos hacer crecer un poco más con buenas estrategias de marketing y publicidad.

- **Relacionándolo con la necesidad**, este es un tipo de demanda de producto necesaria ya que forma parte de alimentos, y esto la sociedad los necesitan para su respectivo desarrollo.

- **En relación con su temporalidad**, es un tipo de demanda continua porque su el consumo de conchas permanece por un largo periodo de tiempo y va creciendo de acuerdo al aumento en la población.

- **De acuerdo con su destino**, es una demanda de bienes finales porque van a ser adquiridos directamente por los clientes para que puedan deleitarse con su sabor.

#### **2.4.2 Base de Decisión de Compra de los clientes**

- **Reconocimiento de la necesidad:** Dado que nuestro producto va dirigido a nuestros migrantes que se encuentran en estos países europeos, estos clientes va buscarlo por las siguientes características:

- Sus gustos en consumir conchas
- La calidad que se ofrecerá el producto
- El sabor que lo hace diferente
- La satisfacción por poder adquirir a este producto afrodisiaco.

- **Búsqueda de Información:** Nuestra empresa productora de conchas contara con una página web especial en donde las



personas puedan adquirir la información necesaria para poder adquirir el producto y además hacer dar a conocer.

- **Evaluación de Alternativas:** Nuestros clientes tendrán alternativas de selección de conchas ya que se ofrecerán las dos especies existentes y además.
- **Decisión de compra:** con todas las características antes mencionadas permitirán que las personas se sientan incentivados para consumir.
- **Comportamiento posterior a la compra:** Dado que el beneficio de nuestros clientes el lo principal se buscara mejorar el producto además tener toda clase de información en un pagina web.

### **2.4.3 Poder Adquisitivo de los Consumidores**

Nuestro producto va dirigido de forma directa a la cadena de supermercados y restaurantes existentes en Europa y de forma indirecta al conjunto de personas ecuatorianas que por razones económicas se vieron obligadas a vivir en estos países europeos, migrantes y dado que es un producto necesario para el consumo, se aprovechara la oportunidad de brindar ese bienestar que tanto buscan al estar lejos de adquirir productos que tanto gustan de su país.

## 2.4.4 Proyección de la Demanda

Para saber el número aproximado de conchas que se van a demandar, vamos a determinarlo mediante las importaciones de conchas que han realizado los países europeos que más lo consumen. Son 47 países europeos, de los cuales 25 son importadores de conchas.

Estos países representarían el 56.19%, es decir el porcentaje de nuestro mercado objetivo, el que estaría interesado en consumir nuestro producto y para establecer nuestra demanda se asumirá un 2.36%, porcentaje de países europeos a los que Ecuador exporta conchas.

## 2.4.5 Cálculo de la Demanda

Tabla 2.5. Cálculo de la Demanda

Año	Toneladas de Conchas	Mercado Objetivo	Demanda Mensual	Demanda Anual
		56.19%	0,20%	
2012	1.028.625	577.984	1.156	13.872
2013	1.054.233	592.373	1.185	14.217
2014	1.080.478	607.120	1.214	14.571
2015	1.107.376	622.235	1.244	14.934
2016	1.134.944	637.725	1.275	15.305
2017	1.163.198	653.601	1.307	15.686
2018	1.192.156	669.873	1.340	16.077
2019	1.221.835	686.549	1.373	16.477
2020	1.252.252	703.641	1.407	16.887
2021	1.283.427	721.158	1.442	17.308
2022	1.315.378	739.111	1.478	17.739

Supuesto: La tasa de crecimiento anual de las toneladas de conchas a exportar es de aproximadamente un 2% según expectativas reflejadas en datos del trademap.

Fuente: Trade Map

Elaboración: Integrantes del Grupo

## **2.5 Análisis de Precios**

Como sabemos una de las características importantes en nuestro estudio de mercado es la correcta determinación del precio de exportación por cada tonelada de conchas que se envíe dado que estos precios son los que influyen en la negociación de este producto.

Somos una empresa que recién nos vamos a introducir al mercado, por lo que es conveniente cobrar un precio acorde a lo que ofrecemos, por lo que diferencia a nuestro producto es el hecho de que su procesos de fabricación será distinto a los que estamos acostumbrados a escuchar, y además esto es lo que le dará un valor agregado, la calidad y sabor de las conchas serán mejores.

### **2.5.1 Principales variables para la determinación del Precio**

Las variables que influyen en lo que vamos a cobrar estarán en función principalmente de:

- Proceso de captura de la concha
- Producción de la misma por los dos métodos antes mencionados
- Costos de exportación.

Además estos precios dependerán de gastos administrativos, seguridad, mantenimiento, mano de obra, y otros rubros que deben ser tomados en cuenta, más un margen de ganancia. Es necesario resaltar que la inflación, variable macroeconómica, también será incluida en el precio.

### **2.5.2 Generalidades del Precio de Introducción**

Nuestra empresa va a producir tres clases de productos, los cuales van a tener las siguientes especificaciones con los respectivos precios con los cuales nos vamos a dar a conocer al mercado:

- **Producto Gourmet:**

Scallops con coral IQF.

Scallops sin coral IQF (tallo).

Scallops con media valva IQF.

Scallops entera IQF.

Estos son los cuatro productos estilo gourmet que vamos a ofrecer dirigido a restaurantes principalmente así como también a las personas que degusten de un deleite de producto a un precio de \$25 en un empaque de 300 gramos que contendrá seis conchas por cada empaque.

- **Producto Normal:**

Scallops con coral o sin coral hidratado.

Scallops media valva con coral o sin coral hidratado

Estos dos tipos se ofrecerán en la línea normal de las conchas la cual va dirigido a todo tipo de personas sin distinción económica ni social y tendrá un precio de introducción de \$20 y también será un empaque de 300 gramos que contendrá a 6 conchas.

- **Cajas**

Finalmente se venderá al por mayor las conchas congeladas en cajas especiales para que se mantengan en frío y estas tendrán un valor de \$45 con 24 conchas dentro.

## **2.6 Análisis del Sector**

La Producción y exportación de conchas ya congeladas no es un negocio nuevo, se ha ido aumentando con el tiempo según datos del Instituto Nacional de Pesca, pero debido a que se explota mucho estas especies, se encuentran ahora en peligro de extinción.

Sin embargo nosotros implantaremos un nuevo método para poderlas producir, que es por medio de la maricultura que según noticias que se pudo encontrar, este método ha venido en crecimiento y ha favorecido con esta situación debido a su expansión en el consumo de productos hidrobiológicos.

### **2.6.1 Barreras a la Entrada**

Al momento de introducirnos al mercado con esta nueva empresa en el país, va a verse afectada por barreras, tanto legales como estratégicas, las cuales pueden ser implantadas por nuestra competencia por el hecho de que se sienten amenazadas con un nuevo competidor.

Entre las **barreras legales** podemos considerar:

- Permisos de exportación
- Permisos para la creación de la empresa
- Procesos burocráticos que tenemos que incurrir para su formación

**Barreras estratégicas** son muy importantes de mencionar en las que encontramos las siguientes:

- Disminución excesiva en los precios del mercado de exportación de las conchas, las cuales impedirían recuperar nuestra inversión.

Por otra parte situaciones como estas nos pueden afectar negativamente en la introducción de nuestro producto:

- Altos costos de infraestructura.
- Incremento en la oferta de otros productos sustitutos.
- Convenios con las personas encargadas en la captura de las conchas.

## **2.7 Análisis de Comercialización**

La comercialización constituye un factor importante para la venta de nuestro producto, por ende, se desarrollará un conjunto de actividades y esfuerzos coordinados para:

- Alcanzar las metas de ventas mensuales y anuales planteadas por la empresa.
- Conocer de mejor manera las preferencias del mercado.
- Garantizar la satisfacción de los clientes ofreciéndoles mariscos de excelente calidad ecuatoriana.
- Fortalecer las relaciones a largo plazo con los clientes frecuentes.
- Implementar sistemas logísticos de forma eficiente para la distribución de nuestros productos.

### **2.7.1 Sistemas de Ventas**

A través del proceso de venta se logrará una comercialización eficiente de nuestras conchas con el fin de satisfacer las preferencias y gustos de los clientes a la vez que se buscará incrementar las utilidades de la empresa.

El proceso no solo se basará en la venta de nuestro producto si no que también se encargará de retroalimentar la relación con el cliente para que sienta seguridad y manifieste interés por seguir adquiriendo el producto.

La **Post-Venta** es un proceso indispensable puesto que otorgará un valor agregado que el cliente no espera, medio por el cual se quiere conseguir la lealtad hacia nuestra empresa por largo tiempo.

### **2.7.2 Publicidad**

Al ser una empresa nueva en el mercado, requiere de estrategias publicitarias bien diseñadas que posicione su nombre en la mente de los clientes potenciales.

Para lograr esto, será necesario contratar un asesor de marketing que oriente y guie el plan publicitario en el exterior para su introducción en el mercado europeo a través del cual se dé a conocer calidad y beneficios nutricionales de las conchas.

La publicidad, se realizará a través de:

- Internet: Diseño de una página web y redes sociales.

- Valla Publicitarias en las principales ciudades del mercado europeo.
- Prensa Escrita: Periodicos y revistas locales.
- Patrocinios en eventos sociales y culturales.

### **2.7.3 Promoción**

Durante los primeros tres meses, se ofrecerá:

- Descuentos por pagos en efectivo.
- Descuento por toneladas adquiridas.

### **2.7.4 Formas posibles de Estimular el interés**

Para estimular el interés del mercado a adquirir nuestras conchas, DL'SCALLOPS FROST:

- Brindará facilidades de pago.
- Establecerá contratos a corto plazo, flexibles en el tiempo acorde a las necesidades del cliente.
- Garantizará la llegada en excelente estado de nuestras conchas.
- En el corto plazo cobrará el precio ofrecido desde el primer momento: no habrá cambios inesperados que no hayan sido informados con antelación.
- Contará con personal servicial que atenderá y dará información sobre nuestros productos a las personas interesadas en su adquisición.

### **2.7.5 Distribución**

Con el objetivo de lograr una mayor cobertura de mercado a la vez que se tenga control sobre las actividades realizadas, nuestra empresa utilizará:



**Productor-agente-mayoristas-consumidores:** Las cadenas de supermercados, las cuales estarán a cargo de hacer llegar nuestros productos, solicitarán nuestro producto a través de la página web de la empresa, correos electrónicos y/o en su defecto, comunicarse directamente con la empresa a través de llamadas telefónicas para formalizar el contrato.

Todo el personal administrativo estará bien capacitado para proporcionar la mayor cantidad de información posible y para resolver cualquier inconveniente que el cliente pueda enfrentar.

## **2.8 Trámites de Exportación**

### **A) Obtención del Registro de Exportador**

- Para obtener el registro como Exportador ante la Aduana, se deberá gestionar previamente el RUC en el Servicio de Rentas Internas, una vez realizado este paso se deberá:
- Registrar los datos ingresando en la página: [www.aduana.gob.ec](http://www.aduana.gob.ec), link: OCE's (Operadores de Comercio Exterior), menú: Registro de Datos y enviarlo electrónicamente.
- Llenar la Solicitud de Concesión/Reinicio de Claves que se encuentra en la misma página web y presentarla en cualquiera de las ventanillas de Atención al Usuario del SENA, firmada por el Exportador o Representante legal de la Cía. Exportadora. Recibida la solicitud se convalidan con los datos enviados en el formulario electrónico, de no existir novedades se acepta el Registro inmediatamente.
- Una vez obtenido el registro se podrá realizar la transmisión electrónica de la Declaración de Exportación.

## B) Declaración de Exportación

Es un formulario Declaración Aduanera Única de Exportación (DAU) en el que todas las exportaciones deben ser presentadas, siguiendo las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones para ser presentada en el distrito aduanero donde se formaliza la exportación junto con los documentos que acompañen a la misma.

## C) Documentos que acompañan a la Declaración de exportación

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando proceda).
- Certificado de Origen. (cuando proceda)
- Documento de Transporte.
- Orden de Embarque impresa.

## D) Fases de Exportación

- FASE DE PRE-EMBARQUE: Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del

exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional.

Una vez aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

Existe la posibilidad que ante una restricción o control solicitado por otras instituciones reguladoras o por control aduanero, ciertas mercancías requieran cumplir una formalidad aduanera adicional antes de ser embarcadas.

- FASE POST-EMBARQUE: Se presenta la DAU definitiva (Código 40), que es la Declaración Aduanera de Exportación, en un plazo no mayor a 30 días hábiles posteriores al embarque de las mercancías.

Para las exportaciones por vía aérea de productos perecibles en estado fresco podrá presentarse una sola Declaración Aduanera, para varios embarques hacia un mismo destino, realizados dentro de un mismo mes. Esta declaración y sus documentos de acompañamiento y de soporte deberán presentarse hasta 15 días posteriores a la finalización del mes.

Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes. El SICE validará la información de la DAU contra la

del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el número de refrendo de la DAU. Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana deberán presentarla ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía junto con los documentos que acompañan a la misma.

Se deberá considerar que la norma contempla que hasta que esté listo el nuevo sistema informático, la DAU de exportación y sus documentos de acompañamiento y soporte deben ser entregados físicamente dentro del término de 15 días posteriores a la aceptación electrónica a la administración aduanera correspondiente.

Así mismo se aclara que los tiempos de transmisión y entrega de documentos físicos se ajustarían cuando se encuentre implementado el nuevo sistema informático.

#### E) Regímenes Comunes a la Exportación a Consumo

##### Exportación a Consumo - (Régimen 40)

Es el régimen por el cual las mercancías, nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para uso o consumo definitivo en el exterior. Las exportaciones no generan tributos o impuestos. Para que las mercancías salgan del país, se requiere la presentación de una Orden de Embarque (Código 15) y posteriormente se presenta la Declaración Aduanera de Exportación (40), teniendo como plazo para presentar la Declaración Aduanera Única (DAU) 15 días hábiles a partir del ingreso a Zona Primaria. (Art. 43 LOA).

## F) Base Legal

Resoluciones Directorio CAE 706; 707 de junio de 2008

Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones R. O. 351 del 29 de diciembre 2010

Reglamento al título de la Facilitación aduanera para el Comercio, del libro V del COPCI R.O. 452 19 de mayo de 2011.

### **2.8.1 Requisitos para el ingreso de productos procesados a Europa**

Todos los productos alimenticios que se comercializan en Europa deben cumplir con los requerimientos de salud y de seguridad de alimentos definidos por los Estados miembros. Por tanto, los exportadores de productos procesados deben cumplir con los requisitos establecidos por la legislación europea, en particular los relacionados con el etiquetado de alimentos y con el control de los materiales que entran en contacto con los alimentos (aditivos, saborizantes, enzimas y contaminantes).

### **2.8.2 El Etiquetado**

La Directiva EC/013/2000 exige que los productos procesados presenten un etiquetado general. Además, la UE estableció regulaciones específicas, según el tipo de producto y por producto específico.

A continuación se presenta un resumen de los requisitos de etiquetado general, seguido de información sobre las declaraciones

nutricionales, el etiquetado de propiedades saludables de los productos alimenticios y un listado de los tipos de producto que deben cumplir normativas especiales, con las respectivas direcciones de Internet para que, quienes así lo deseen, puedan conocer estos temas en detalle. Finalmente, se enumeran los productos que deben atender normas de etiquetado particulares.

- El etiquetado general

La información del etiquetado general se debe presentar en un idioma que resulte comprensible para los consumidores, esto es, de forma práctica, en el idioma oficial del Estado Miembro en el que se va a vender el producto.

La legislación establece la posibilidad de incluir múltiples idiomas para que el producto pueda ser comercializado en diferentes países. En lo que a unidades se refiere, se debe utilizar el sistema métrico internacional.

Los aspectos que deben considerarse en el etiquetado general son los siguientes:

- Nombre con el que se vende el producto.
- Lista completa de ingredientes, enumerados en orden descendente según la cantidad presente del producto.
- La cantidad de ciertos ingredientes o categorías de ingredientes.
- La cantidad neta del contenido (peso, volumen).
- La fecha de vencimiento.
- El nombre del fabricante, envasador o distribuidor.
- Las instrucciones de uso y almacenaje.

- La identificación del lote.
- El país de origen.
- Las declaraciones nutricionales y de las propiedades saludables de los productos alimenticios

En julio de 2007 entró en vigencia el Reglamento (CE) n.º 1924/2006 sobre declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos.

Este Reglamento establece, por primera vez, normas armonizadas en toda la UE para declaraciones nutricionales como “bajo en grasa”, “rico en fibra” o de propiedades saludables, como “reducción de colesterol en la sangre”.

El Reglamento prevé la aplicación de medidas para garantizar que cualquier declaración en el etiquetado de alimentos en la UE sea clara, precisa y basada en evidencia aceptada por toda la comunidad científica.

Los alimentos que presenten declaraciones que puedan inducir a error a los consumidores serán retirados del mercado. Asimismo, el Reglamento facilita la libre circulación de los alimentos que posean declaraciones, ya que cualquier empresa de alimentos podrá utilizar las mismas declaraciones en toda Europa.

- *Declaraciones nutricionales*

Las “declaraciones nutricionales” hacen referencia a cualquier declaración que afirme, sugiera o implique que un alimento posee propiedades nutricionales benéficas específicas en razón de:

a) el aporte energético (valor calórico) que proporciona en un grado reducido o incrementado, que no proporciona, y/o de

b) los nutrientes u otras sustancias que contiene en proporciones reducidas o incrementadas, o no contiene esto.

Solamente se autorizarán las “declaraciones nutricionales” enumeradas en el anexo del Reglamento (CE) n.º 1924/2006. El siguiente es un listado de las declaraciones nutricionales autorizadas hasta la fecha de elaboración del presente documento:

- Bajo valor energético.
- Valor energético reducido.
- Sin aporte energético.
- Bajo contenido de grasa.
- Sin grasa.
- Bajo contenido de grasas saturadas.
- Sin grasas saturadas.
- Bajo contenido de azúcar.
- Sin azúcar.
- Sin azúcares añadidos.
- “Contiene azúcares naturalmente presentes”.
- Bajo contenido de sodio/sal.
- Muy bajo contenido de sodio/sal.
- Sin sodio o sin sal.



- Fuente de fibra.
- Alto contenido de fibra.
- Fuente de proteínas.
- Alto contenido de proteínas.
- Fuente de [nombre de las vitaminas] o [nombre de los minerales].
- Alto contenido de [nombre de las vitaminas] o [nombre de los minerales].
- Contiene [nombre del nutriente u otra sustancia].
- Mayor contenido de [nombre del nutriente].
- Contenido reducido de [nombre del nutriente].
- Light/lite (ligero).
- Naturalmente/natural.

- *Propiedades saludables de los productos alimenticios*

Las “declaraciones de las propiedades saludables” son las declaraciones que afirman, sugieren o dan entender que existe una relación entre una categoría de alimentos, un alimento o uno de sus componentes, y la salud.

Según lo previsto en el Reglamento sobre declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos, los diferentes tipos de propiedades saludables deberán ser autorizados por la Comisión de las Comunidades Europeas.

La legislación establece diferentes grupos de declaraciones de propiedades saludables en los alimentos. El primero de ellos, denominado “declaraciones de salud funcionales”, está relacionado

con el crecimiento, el desarrollo y las funciones del cuerpo; incluye declaraciones que tienen que ver con las funciones psicológicas y de comportamiento, y con la pérdida de peso o su control. El Reglamento prohíbe las declaraciones que hacen referencia al ritmo o a la magnitud de la pérdida de pesos relacionados con el consumo de un alimento determinado. Otras declaraciones aluden a la reducción de un factor de riesgo en el desarrollo de una enfermedad o a propiedades benéficas para el desarrollo de los niños.

La UE ha puesto a disposición de la industria una página en Internet que permite dar seguimiento tanto a las declaraciones aprobadas como a las denegadas<sup>8</sup>.

### **2.8.3 Los materiales que entran en contacto con los alimentos**

El Reglamento (CE) n.º 1935/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo de la Unión Europea establece directrices generales sobre los materiales y objetos destinados a entrar en contacto con alimentos. El principio básico de ese reglamento es que “cualquier material u objeto destinado a entrar en contacto directa o indirectamente con alimentos ha de ser lo suficientemente inerte para evitar que se transfieran sustancias a los alimentos en cantidades lo suficientemente grandes para poner en peligro la salud humana, o para ocasionar una modificación inaceptable de la composición de los productos alimenticios o una alteración de las características organolépticas de éstos”.

---

<sup>8</sup>[http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/claims/community\\_register/health\\_claims\\_en.htm](http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/claims/community_register/health_claims_en.htm).

Entre las medidas que propone el reglamento se encuentran listas de sustancias autorizadas, especificaciones de pureza y límites específicos para la migración de ciertos componentes a los alimentos o a su superficie.

También hay directivas que contemplan materiales (cerámica, láminas de celulosa regenerada y plásticos) y sustancias (monómeros de vinil cloruro, nitrosaminas y polímeros BADGE, BFDGE, y NOGE) que aparecen listados en el Reglamento General<sup>9</sup>.

- Los aditivos alimenticios

Los aditivos alimenticios son sustancias que se añaden intencionadamente a los alimentos, para, por ejemplo, agregar color, endulzar o preservar.

La actual legislación comunitaria sobre aditivos alimentarios consiste en una directiva marco y tres directivas relativas a:

- colorantes,
- edulcorantes,
- otros aditivos alimentario.

La legislación comunitaria sobre aditivos alimentarios se basa en el principio de que sólo los aditivos que están explícitamente autorizados podrán ser utilizados. La mayoría de los aditivos alimentarios sólo podrá utilizarse en cantidades limitadas y en determinados productos alimenticios. Si no hay límites cuantitativos previstos para el uso de un aditivo alimentario, este deberá utilizarse

---

<sup>9</sup> [http://ec.europa.eu/food/food/chemicalsafety/foodcontact/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/food/food/chemicalsafety/foodcontact/index_en.htm)

según las buenas prácticas de manufactura, es decir, sólo tanto como sea necesario para lograr el efecto tecnológico deseado.

Los aditivos alimentarios sólo podrán autorizarse si:

- hay una necesidad tecnológica para su uso,
- no inducen a error al consumidor,
- no representan ningún peligro para la salud del consumidor.

Antes de su autorización, los aditivos alimentarios son evaluados por la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria<sup>10</sup>.

- Los saborizantes

Los saborizantes son sustancias que se añaden a los alimentos con el fin de proporcionar o modificar un olor o un sabor. La legislación hace referencia a los siguientes tipos de saborizantes:

- sustancias saborizantes,
- preparados saborizantes,
- saborizantes obtenidos mediante procesos térmicos,
- saborizantes de humo.

El Reglamento CE n.º 2232/1996 del Parlamento Europeo y del Consejo establece las normas básicas para el uso de sustancias saborizantes en los productos alimenticios.

---

<sup>10</sup> [http://ec.europa.eu/food/food/chemicalsafety/additives/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/food/food/chemicalsafety/additives/index_en.htm).

También establece un procedimiento para el establecimiento de una lista comunitaria para este tipo de sustancias.

Como un primer paso para armonizar el uso de saborizantes en la UE, la Comisión Europea elaboró un registro de todos los saborizantes (la última modificación la constituye la Decisión de la Comisión (CE) No 163/2009) autorizados en los diferentes estados miembros de la UE y se identificaron aquellos que son objeto de medidas restrictivas o prohibitivas en alguno de los Estados miembros.

Este registro está siendo evaluado con el fin de establecer el listado de los saborizantes que pueden utilizarse en toda la UE. Se espera que se adopte a finales de 2010 y que entre en vigencia el 20 de enero del 2011<sup>11</sup>.

- Las Enzimas

El Reglamento 1332/2008 sobre enzimas para alimentos establece normas sobre las enzimas alimentarias utilizadas en los alimentos, incluidas las que se utilizan como auxiliares tecnológicos, a fin de asegurar el funcionamiento eficaz del mercado interior y, al mismo tiempo, garantizar un nivel elevado de protección de la salud humana y un nivel elevado de protección de los consumidores, incluida la protección de los intereses de estos últimos y de las prácticas leales de comercio de productos alimenticios, teniendo en cuenta, cuando proceda, la protección del medio ambiente.

---

<sup>11</sup> [http://ec.europa.eu/food/food/chemicalsafety/flavouring/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/food/food/chemicalsafety/flavouring/index_en.htm).

Este Reglamento ofrece las siguientes definiciones:

“enzima alimentaria”: producto obtenido a partir de plantas, animales o microorganismos, incluidos los obtenidos mediante un proceso de fermentación por microorganismos:

- i) que contiene una o más enzimas capaces de catalizar una reacción bioquímica específica, y
- ii) que se añade a los alimentos con un fin tecnológico en cualquier fase de la fabricación, transformación, preparación, tratamiento, envase, transporte o almacenamiento de los mismos; “preparado de enzimas alimentarias”: formulación compuesta por una o más enzimas alimentarias en la cual se integran las sustancias como los aditivos alimentarios u otros ingredientes con objeto de facilitar su almacenamiento, venta, normalización, dilución o disolución.

De igual manera el reglamento proporciona la lista comunitaria de enzimas alimentarias autorizadas; las condiciones de utilización de las enzimas alimentarias en los alimentos; y las normas para el etiquetado de las enzimas y los preparados alimentarios tanto de los que no se destinan a la venta al consumidor final como de los que se destinan a la venta al consumidor final.

- Los Contaminantes

Los contaminantes son sustancias que no han sido adicionadas intencionalmente a los alimentos; pueden estar presentes en ellos como resultado de varias fases de su producción, empaque, transporte y almacenaje.

También su presencia puede ser resultado de la contaminación ambiental.

Dado que la contaminación generalmente tiene un impacto negativo en la calidad de los alimentos y puede implicar una amenaza a la salud humana, la UE ha tomado medidas que minimizan las posibilidades de encontrar contaminantes en los alimentos.

El Reglamento (CEE) n.º 315/93 prohíbe la puesta en el mercado de productos alimenticios que contengan contaminantes en proporciones inaceptables respecto de la salud pública y en particular desde el punto de vista toxicológico. Señala que los contaminantes deberán mantenerse al nivel mínimo posible mediante prácticas correctas en todas las fases de fabricación, transformación, preparación, tratamiento, acondicionamiento, empaquetado, transporte o almacenamiento.

Asimismo, presenta la lista comunitaria de límites tolerados, los límites de detección analítica y hace una referencia a los métodos de muestreo y de análisis que habrán de utilizarse.

Los niveles máximos de determinados contaminantes en los alimentos se establecen en el Reglamento (CE) no 1881/2006. Este Reglamento entró en vigor el 1 de marzo de 2007 y establece los contenidos máximos en ciertos alimentos se establecen para los siguientes contaminantes: nitratos, micotoxinas (aflatoxinas, ocratoxina A, la patulina, deoxinivalenol, zearalenona, fumonisinas), metales (plomo, cadmio, mercurio, estaño inorgánico), 3-MCPD, las

dioxinas y PCBs e hidrocarburos aromáticos policíclicos (Benzo (a) pireno)<sup>12</sup>.

#### **2.8.4 La denominación de Origen**

El Reglamento No. 510/2006 establece las normas relativas las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios, con excepción de los productos del sector vitivinícola (excepto los vinagres de vino) y de las bebidas espirituosas.

Según el Reglamento, se entiende por “denominación de origen” el nombre de una región, de un lugar determinado o, en casos excepcionales, de un país, que sirve para designar un producto agrícola o un producto alimenticio originario de dicha región, de dicho lugar determinado o de dicho país; cuya calidad o características se deban fundamental o exclusivamente al medio geográfico con sus factores naturales y humanos, y cuya producción, transformación y elaboración se realicen en la zona geográfica delimitada.

Por “indicación geográfica” se entiende: el nombre de una región, de un lugar determinado o, en casos excepcionales, de un país, que sirve para designar un producto agrícola o un producto alimenticio originario de dicha región, de dicho lugar determinado o de dicho país; que posea una cualidad determinada, una reputación u otra característica que pueda atribuirse a dicho origen geográfico, y cuya

---

<sup>12</sup> [http://ec.europa.eu/food/food/chemicalsafety/contaminants/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/food/food/chemicalsafety/contaminants/index_en.htm).



producción, transformación o elaboración se realicen en la zona geográfica delimitada.

Asimismo, aclara que las denominaciones que han pasado a ser genéricas no podrán registrarse y define como “denominación que ha pasado a ser genérica” el nombre de un producto agrícola o de un producto alimenticio que, aunque se refiera al lugar o la región en que dicho producto agrícola o alimenticio se haya producido o comercializado inicialmente, haya pasado a ser el nombre común de un producto agrícola o alimenticio en la Comunidad.

Por su parte, el Reglamento n.º 1898/2006 establece las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) n.º 510/2006 del Consejo sobre la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios. Según estas regulaciones, los operadores de terceros países pueden presentar solicitudes de registro directamente a la Comisión de las Comunidades Europeas<sup>13</sup>.

### **2.8.5 El registro de marcas**

El Reglamento 207/2009 establece las normas para el registro de “marcas comunitarias” y crea un sistema de registro único en toda la UE. Las marcas de productos o de servicios registradas en las condiciones y según las disposiciones establecidas en este reglamento se denominarán «marcas comunitarias». En la práctica, una marca comunitaria debe cumplir dos condiciones: debe ser un

---

<sup>13</sup> [http://europa.eu/legislation\\_summaries/agriculture/food/l66044\\_es.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/agriculture/food/l66044_es.htm).

signo que puede representarse en forma gráfica, y debe permitir distinguir los productos y servicios de los de otra empresa.

Es válida por un período de diez años y podrá ser renovada por periodos de diez años.

El Reglamento indica que podrán constituir marcas comunitarias todos los signos que puedan ser objeto de una representación gráfica y, en particular, las palabras, incluidos los nombres de personas, los dibujos, las letras, las cifras, la forma del producto o de su presentación, con la condición de que tales signos sean apropiados para distinguir los productos o los servicios de una empresa de los de otras empresas.

La marca comunitaria confiere a su titular un derecho exclusivo. El titular estará habilitado para prohibir a cualquier tercero, sin su consentimiento, el uso en el tráfico económico:

- a) “de cualquier signo idéntico a la marca comunitaria, para productos o servicios idénticos a aquellos para los que la marca esté registrada;
- b) de cualquier signo que, por ser idéntico o similar a la marca comunitaria y por ser los productos o servicios protegidos por la marca comunitaria y por el signo idénticos o similares, implique un riesgo de confusión por parte del público; el riesgo de confusión incluye el riesgo de asociación entre el signo y la marca y;
- c) De cualquier signo idéntico o similar a la marca comunitaria, para productos o servicios que no sean similares a aquellos para los cuales esté registrada la marca comunitaria, si esta fuera notoriamente conocida en la Comunidad y si el uso sin justa causa

del signo se aprovechara indebidamente del carácter distintivo o de la notoriedad de la marca comunitaria o fuera perjudicial para los mismos”.

Además, el reglamento señala que: “La marca comunitaria tendrá carácter unitario. Producirá los mismos efectos en el conjunto de la Comunidad: solo podrá ser registrada, cedida, ser objeto de renuncia, de resolución de caducidad o de nulidad, y solo podrá prohibirse su uso, para el conjunto de la Comunidad”. También subraya que “el derecho comunitario de marcas... no sustituye a los derechos de marcas de los Estados miembros... ya que las marcas nacionales siguen siendo necesarias para las empresas que no deseen una protección de sus marcas a escala comunitaria”. Directiva 2008/95/CE aborda las leyes de los Estados miembros en materia de marcas.

#### **2.8.6 Requisitos que deben cumplir los exportadores de productos procesados para comercializar en Europa.**

- Garantizar la inocuidad de los alimentos, según procedimientos HACCP.
- Aplicar sistemas y procedimientos que permitan garantizar la rastreabilidad de los ingredientes y alimentos.
- Cumplir con los requisitos de etiquetado.
- Cumplir con las directrices generales sobre los materiales y objetos que entran en contacto con los alimentos.
- Cumplir con la normativa sobre los aditivos de los alimentos.

- Cumplir con la normativa para evitar la contaminación de los alimentos.
- Asegurarse de que los embalajes cumplan con la normativa NIMF No. 15.
- Cumplir con los requisitos sobre productos orgánicos, si desean vender sus productos como ecológicos.
- Averiguar qué aranceles deberá pagar el producto al ingresar a la UE.
- Averiguar si existen cuotas para la importación de sus productos.
- Registrar la marca, si desean vender los productos con marca propia.<sup>14</sup>

## 2.9 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

### Perspectivas

Lo que se desea lograr con la proyección del mercado basada en el Método Delphi es estimar el comportamiento futuro de algunas variables tecno-socio-económicas que influyen directa o indirectamente en el proyecto. También conocer las opiniones, sugerencias o recomendaciones de expertos en temas de exportación y producción de mariscos mediante un consenso de panel para de esta manera ver si es factible o no la realización de nuestro proyecto.

El estudio realizado consta de:

---

<sup>14</sup>[http://www.iica.int/Esp/organizacion/LTGC/agronegocios/Publicaciones%20de%20Comercio%20Agronegocios%20e%20Inocuidad/union\\_europea2E.pdf](http://www.iica.int/Esp/organizacion/LTGC/agronegocios/Publicaciones%20de%20Comercio%20Agronegocios%20e%20Inocuidad/union_europea2E.pdf)

- Analizar los datos relevantes sobre las importaciones de conchas realizadas por los países europeos en los últimos años.
- Analizar las fluctuaciones del nivel de precios de los mariscos a nivel mundial.
- Analizar los datos de exportaciones ecuatorianas de conchas en los últimos años.

Con los resultados obtenidos se pretende explicar y evaluar con **validez estadística** el comportamiento de los europeos, así como sus preferencias y tendencias con respecto a estos moluscos.

### **2.9.1 Objetivos de la Proyección del Mercado**

#### **Objetivo General**

Determinar el comportamiento de consumo, preferencias, necesidades y el grado de aceptación que nuestras conchas congeladas podrían tener en el segmento de mercado potencial tanto en la cadena de supermercados y restaurantes.

#### **Objetivos Específicos**

- Determinar el lugar estratégico para la ubicación de nuestra empresa.
- Conocer la percepción del producto por parte de nuestros clientes potenciales.
- Obtener los precios de referencia para conocer la disponibilidad a pagar de los consumidores.
- Identificar la cantidad de la demanda existente y que aún no ha sido satisfecha.

- Decidir qué medios de marketing son los indicados para llegar a nuestro mercado meta.

## **2.9.2 Determinación de las Fuentes de Información**

### **Fuentes de Información Primaria**

Entrevistas a un grupo heterogéneo de profesionales expertos en temas de exportación y de producción de mariscos que proporcionen información relevante de forma interactiva, la cual es tratada sistemáticamente por un coordinador, la participación es anónima y el coordinador recopila, procesa y retroalimenta las opiniones para concluir en una convergencia de información colectiva importante para la ejecución del proyecto.

### **Fuentes de Información Secundaria**

La información secundaria se obtuvo de las siguientes páginas de Internet:

- Aduana del Ecuador : [www.aduana.gov.ec](http://www.aduana.gov.ec)
- Trade Map: [www.trademap.org](http://www.trademap.org)
- Superintendencia de Compañías: [www.supercias.gov.ec](http://www.supercias.gov.ec)
- NIRSA: [www.nirsa.com](http://www.nirsa.com)

## **2.9.3 Preguntas que la Entrevista a expertos debe contestar**

La entrevista a expertos en temas de exportación y producción de mariscos debe contestar las siguientes interrogantes fundamentales:

**Pregunta 1:** ¿Qué conoce acerca de las exportaciones que realiza Ecuador de conchas Congeladas?

**Pregunta 2:** ¿Qué factores considera ud. que influyen en la demanda de conchas en el mercado europeo? ¿Sus gustos & preferencias?

**Pregunta 3:** ¿Quiénes considera usted son nuestros potenciales consumidores?

**Pregunta 4:** ¿En qué sectores de Europa podría ser más accesible comercializar?

**Pregunta 5:** ¿Conoce usted sobre los precios que cobran por adquirir este producto?

**Pregunta 6:** ¿Cuál será la mejor estrategia de Marketing a utilizar?

**Pregunta 7:** ¿Qué tipos de parámetros determinarían la cantidad, diseño y presentación de nuestros productos?

**Pregunta 8:** ¿Qué factores de comercialización influyen en esta propuesta de negocios?

**Pregunta 9:** Sugerencias o Recomendaciones

#### **2.9.4 Procesamiento de Datos**

##### **Análisis de las respuestas del grupo de Experto**

Después de una conversación a puerta cerrada con cada uno de nuestros expertos, en los que se encuentran biólogos conocedores del tema del Instituto Nacional de Pesca, y personas expertas en comercio exterior nos detallaron sus puntos de vista en cuanto a este tema sobre la exportación de conchas congeladas al mercado europeo.

Refiriéndonos a los factores que determinan el número de demandantes de nuestro producto van a hacer principalmente el tener la autorización de los encargados aquí en el país sobre exportaciones y por ultimo un factor determinante es la calidad del producto que va a depender de todo el proceso que conlleva el congelamiento y exportación de las conchas, desde la captura para que cumpla con todos los controles de calidad a los que tiene que ser sometido.

Dado que el mercado europeo esta muy enfocado a identificar la calidad del producto, es decir, que posean registro sanitario por la manipulación que se le ha tenido a la concha para prevenir cualquier tipo de bacteria o de suciedad.

Los países a los que se debe hacer llegar el producto es a la mayor parte del mercado Europeo, para mencionar algunas se encuentran a España, Alemania, Francia, Holanda, principalmente a las grandes colonias ecuatorianas que residen en estos lugares mencionados; dado que la mayoría de personas en estos países son de clase social media alta, la presentación tipo gourmet es una gran opción para entrar a este mercado.

### **2.9.5 Conclusiones de los Expertos**

Como conclusiones puntuales a nuestro proyecto nos recomendaron que respecto al producto puede ser congelado y empacados al vacío, así como también precocidos y enlatados al vacío. Por otro lado en cuanto a la comercialización de estos productos, la publicidad a utilizarse es la garantía de un producto de calidad, se debe aprovechar que nuestro país se encuentra libre de cualquier tipo de riesgo.



Finalmente, un pequeño análisis a la situación actual en los países europeos provocarán que las exportaciones de las mismas disminuya un poco ante esta crisis económico.

## **2.10 Conclusiones**

Nuestra empresa tiene muchas oportunidades de crecimiento y desarrollo en el mercado europeo, hemos podido detectar mediante este análisis que existe una demanda satisfecha pero no saturada, la cual será aprovechada ofreciendo productos de excelente calidad y buscando siempre la satisfacción del cliente para lograr su fidelidad.

Para competir con las empresas que ya están en el mercado, nuestra estrategia fuerte será introducirnos al mercado con una amplia campaña de publicidad, con el objetivo de dar a conocer nuestros productos y que los clientes se familiaricen con la empresa.

Es importante reconocer que existen fuertes barreras de entrada principalmente por la gran inversión que se debe realizar, pero se espera contar con la aceptación del producto por parte de los clientes

## CAPÍTULO III

### ESTUDIO TÉCNICO

#### 3.1 Proceso de Compra

Gráfica 3.1 Proceso de Compra



*El Proceso de adquisición de y producción de nuestro producto es:*

- Mediante nuestras estrategias de marketing y publicidad nos daremos a conocer a las distintas cadenas de supermercados y otros posibles clientes sobre el producto que estamos ofreciendo, posteriormente coordinaremos citas mediante internet o conversaciones telefónicas o videollamadas para poder realizar las negociaciones respectivas para que de esta manera establecer los diferentes contratos con los clientes. Aquí es donde el cliente realiza los pedidos a nuestro gerente en primera instancia, cuando

por primera vez se receipta el pedido, después mediante solicitud por medio de recepción se podrá realizar el pedido. Es en este punto donde se obtiene toda la información necesaria del cliente y se firma los contratos respectivos y se fija las formas de pago y entrega de los productos.

- Al momento de hacer efectivo el pedido, el cliente debe llenar la solicitud correspondiente y especificar los detalles sobre el pedido de conchas que requiere, para luego llevar a la gerencia general y realizar el proceso requerido.
- El gerente general enviará este pedido con todas las especificaciones al departamento de producción en donde se realizará el siguiente procedimiento para la fabricación de las conchas:

### **3.2 Proceso de Producción de las Conchas**

#### **Proceso de Recolección de Conchas (Espinoza, 2010)**

##### **Captura**

La extracción de las conchas prietas debe ser dirigida únicamente a ejemplares mayores o iguales a 65mm, con el objetivo de proteger los procesos de reproducción, crecimiento y reclutamiento que permitan garantizar un stock pescable en el tiempo.

El cultivo de las conchas depende fundamentalmente del abastecimiento sostenido de semillas, las cuales pueden obtenerse a través de las siguientes técnicas: captación natural de post-larvas o reproducción de larvas en laboratorios.

- **Captación natural de post-larvas.**

Ello se realiza colocando ‘colectores’ en los bancos naturales, que son bolsas de mallas plásticas en donde se alojan las larvas desde su estado planctónico hasta tornarse bentónicas, fijándose a un sustrato para iniciar así su desarrollo post-larval. Ésta técnica muchas veces no es segura y en ocasiones resulta inviable dada la variabilidad de factores exógenos (climas, depredadores, etc).

- **Reproducción de larvas en laboratorios (*hatcheries*).**

Comprende principalmente la ejecución de 5 etapas: acondicionamiento de reproductores; desove y fecundación a través de estimulación artificial; desarrollo larval; metamorfosis (de planctónicas a bentónicas) y asentamiento larval (fijación de post-larvas en colectores); y finalmente el cultivo de post-larvas (traslado de colectores al medio natural). Esta actividad posibilita la obtención de semillas de manera programada -por lo tanto constante- y con tallas apropiadas.

Así mismo, uno de los factores para establecer la rentabilidad del cultivo y sostenibilidad en el tiempo, es determinar si semillas obtenidas en laboratorios y colectadas en bancos naturales presentan diferencias de crecimiento (debido a su variabilidad genética) durante su cultivo en el mar y si existen diferencias de crecimiento entre poblaciones procedentes de diferentes localidades.

**Gráfico 3.2: Técnicas de Obtención de Semillas**



Fuente: Tesis Peruana sobre la Producción & Exportación de conchas

### **Cultivo de la Concha Prieta**

La producción de concha prieta mediante el uso de la maricultura se lo puede realizar de dos formas de cultivo:

- Sistema de cultivo suspendido
- Cultivo de Fondo

El sistema de cultivo suspendido es de origen japonés, se emplea de Long Lines en el cual se pueden instalar diversas unidades de cultivo: colectores, pearl nets, linternas precultivo y linternas de cultivo final, para llevar el recurso a tamaño comercial.

Por otra parte, el cultivo de fondo consiste en utilizar corrales de fondo, el cual permite acortar el tiempo de cultivo. Esta captura se lleva a cabo con buceo semiautónomo en embarcaciones mayormente de madera de aproximadamente 26 pies de eslora y provistas de una compresora que provee de aire a los buzos.

Éste presenta las siguientes ventajas para su cultivo:

- Especie netamente filtradora.
- Alimentación fitoplanctónica que no representa ningún costo.
- Permite su confinamiento a altas densidades.
- Aceptación en el mercado mundial e incremento en su consumo.
- Reproducción controlada, que permite un abastecimiento de semilla.
- Diferentes métodos de cultivo.
- Fácil manejo de cultivo.

### **Importancia Comercial**

Se basa en evaluar la composición química nutricional de la concha prieta para poder comercializarla.

**Tabla 3.1: Composición Química Nutricional**

<b>Componente</b>	<b>Promedio %</b>
Humedad	78.2
Grasa	1.8
Proteína	15.9
Sales Minerales	2.2
Calorías (100g)	96

Elaboración: Integrantes del Grupo  
Fuente: Tesis Peruana de Producción y Exportación de Conchas

### **3.2.1 Procesamiento Primario de Conchas Prietas**

#### **Materia Prima**

La explotación de conchas prietas en Ecuador se realiza a través de extracción silvestre (en bancos naturales) y actualmente por medio de la actividad acuícola (maricultura); ambas modalidades de explotación poseen características muy diferentes, ejerciéndose sobre ellas algunos reglamentos<sup>15</sup>.

En Ecuador, la maricultura de conchas prietas tiene carácter de exportación, destinándose los productos preponderantemente en estados congelados; mientras que los recursos extraídos por medio silvestre, atienden principalmente al mercado interno (tanto en estado fresco y congelado).

#### **Recepción de Materia Prima**

La materia prima, lista para el proceso, debe ser de buena calidad y presentar las siguientes características:

- Encontrarse viva.
- Cuando las valvas están abiertas deben reaccionar cerrándose ante el menor estímulo externo.
- Debe estar entera sin ningún daño y limpia.
- Presentar olor característico propio de las algas.
- Los moluscos húmedos y bien adheridos a la valva.
- Presencia del líquido intervalvar (agua cristalina).

El técnico de aseguramiento de la calidad (T.A.C), recibe la materia prima y lo evalúa de acuerdo a la siguiente tabla:

---

<sup>15</sup> INP – Instituto Nacional de Pesca

**Tabla 3.2: Características Físico Organolépticas**

Grado de Calidad	Características Físico Organolépticas				
	Temperatura	Textura	Color	Olor	Sabor
<b>BUENO</b>	$\leq 17^{\circ}\text{C}$	Húmedo y Flexible. Activa movilidad contráctil del tallo. Ausencia de parásitos	Blanquecino Brillante Reluciente o Lustroso	Fresco, característico de la Especie	Fresco y dulce, característico de la especie
<b>ACEPTABLE</b>	$\leq 17^{\circ}\text{C}$	Ligeramente seco y todavía flexible. Moderada movilidad contráctil del tallo. Ausencia de Parásitos.	Blanquecino o amarillento. Brillante y Cremoso.	Fresco, característico de la especie	Fresco y Dulce característico de la especie.
<b>LIMITE MÁXIMO</b>	$25^{\circ}\text{C}$	Levísimo movimiento contráctil del tallo. Ausencia de Parásitos.	Ligeramente opaco.	Neutro.	Ligeramente dulce.
<b>RECHAZO</b>	$>25^{\circ}\text{C}$	Seco, estriado o pastoso. Pérdida de la movilidad y de la forma cilíndrica. Presencia de Parásitos.	Tonos grisáceos u opacos.	A combustible, pútrido, rancio o fermentado.	Desagradable y/o descompuesto



### **Desvalvado**

En esta operación se separan solo las partes útiles (tallo y coral), dejando el manto, agallas y la mayor parte (90%) de contenido gástrico.

Toda esta operación se la realiza manualmente, con ayuda de espátulas o cucharas adaptadas para este fin.

Todo el producto desvalvado se deposita en canastillas previamente desinfectadas, hasta cubrir el 50% de su capacidad con el fin de asegurar un flujo continuo y facilitar el lavado.

### **Lavado**

Esta operación tiene por finalidad eliminar gran parte de la flora microbiana y restos del tracto digestivo. El agua deber estar en 5<sup>0</sup>C con presencia de Cloro Residual Libre de 20ppm y adicionado de sal molida y limpia al 2 – 3%.

### **Revisado**

Parte del control que tiene por finalidad asegurar una limpieza del producto.

### **Pesado**

Esta operación se realiza en canastillas con aproximadamente 4 – 5kg. de producto, y se realiza con el fin de obtener los ingresos totales.

### Codificado

En esta operación se selecciona las piezas útiles (tallo con coral y tallo solo) sobre una mesa previamente higienizada, teniendo en consideración la siguiente tabla:

**Tabla 3.3: Codificación del Producto**

Código del Producto	Piezas/Libra		Peso en Gramos	
	Minimo	Máximo	Minimo	Máximo
10/20	-	20	22.7	Más
20/30	21	30	15.1	22.6
30/40	31	40	11.4	15
40/60	41	60	7.6	11.3
60/80	61	80	5.7	7.5

Fuente: Tesis Peruana sobre la Producción & Exportación de conchas

Elaboración: Integrantes del Grupo

Todos los productos están codificados de acuerdo al peso de cada unidad y al número de unidades por libra; los códigos van desde un 10–20, 20–30, 30–40, hasta un 150–over.

Para el caso de la media valva, los códigos son 7.0cm–7.5cm y 7.5cm-8.0cm o mayores.

### Embolsado y Refrigerado

En esta operación el producto se embolsan en pesos de aproximadamente 2kg. y se estiban en coolers de 500 lt. De capacidad, previamente limpiados y provistos de hielo molido. En cada cooler se colocara el producto de acuerdo al código para evitar confusiones.

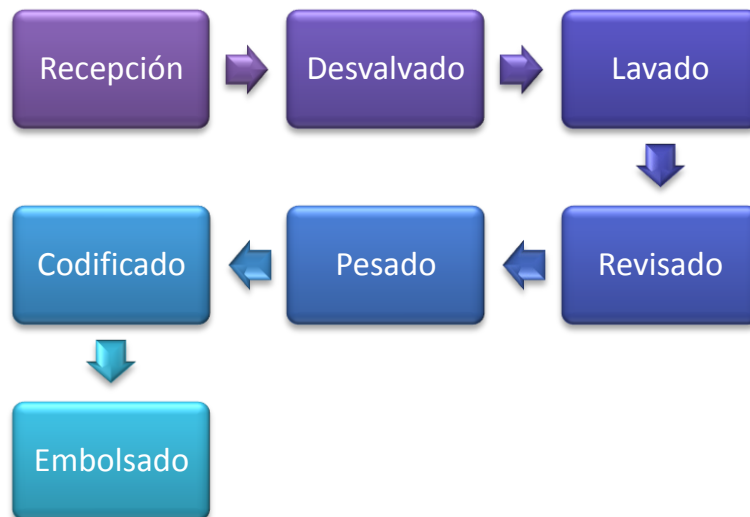
### Fresco Refrigerado

Tallo (Músculo aductor), sin coral, clasificados por tamaño (pieza/lb.).

### Congelado IQF

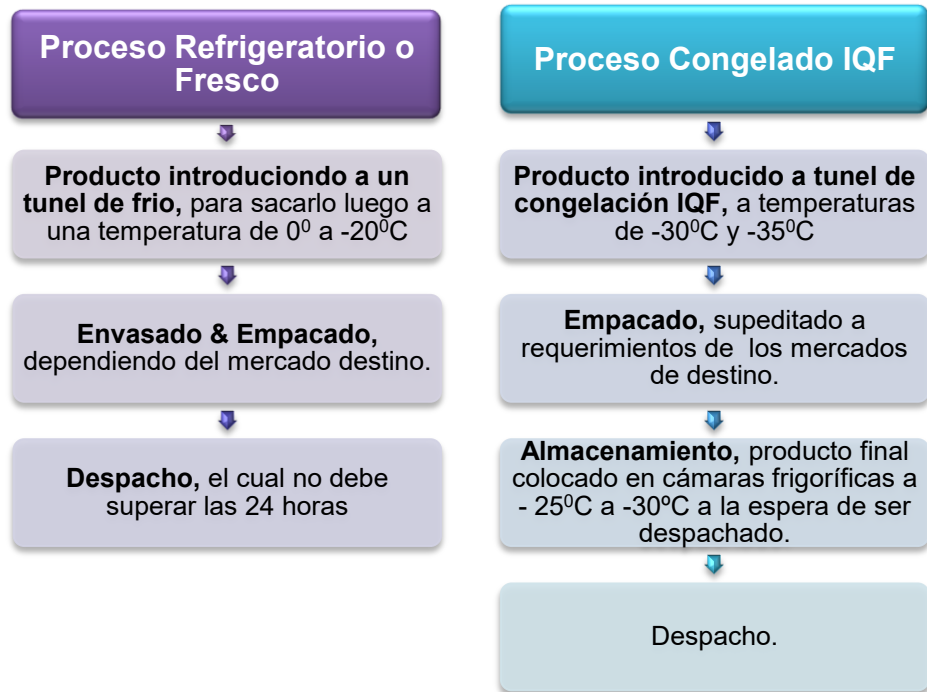
Tallo (Músculo aductor), con/sin coral, congelados IQF, clasificados por tamaño (pieza/lb.). Tallo (Músculo aductor), con/sin coral, en media valva, congelados IQF, en bolsas plásticas de 6 a 12 piezas y caja de cartón con 144 piezas.

**Gráfica 3.3 Diagrama de Flujo para el Proceso Primario de las Conchas Prietas**



Elaboración: Integrantes del Grupo

**Gráfico 3.4 Diagrama de Flujo para el Proceso Refrigeratorio o Fresco y Congelado de las Conchas Prietas**



R  
E

laboración: Integrantes del Grupo  
Fuente: Ing. Eduardo Guevara

### Rendimientos

La recepción del producto Concha Prieta se realiza en mallas, contenidas en manojos por cada 96 unidades del producto, el cual se determina por muestreo y extendido a la cantidad de mallas recolectadas.

**Tabla 3.4: Muestreo**

<b>Muestreo</b>			
	<b>1<sup>o</sup></b>	<b>2<sup>o</sup></b>	<b>3<sup>o</sup></b>
<b>Unidad por malla</b>	265	269	298
<b>Manojo por malla</b>	2.76	2.80	3.10
<b>Numeros de mallas</b>	334	456	481
<b>Total Manojos</b>	922	1278	1493
	96	96	96
<b>Manojos Recolectados</b>		3690	

Fuente: Ing. Eduardo Guevara  
Elaboración: Integrantes del Grupo

El rendimiento promedio en Tallo Coral es de 3.2Kg. por malla, y en tallo solo de 2.8Kg. por malla. Estos varían en función del estado sexual y alimentación de la concha; situaciones a su vez influenciados por los factores propios de su hábitat.

### **Criterios de Calidad**

**Tabla 3.5 Características Físico Organolépticas**

<b>Características</b>	<b>Calidad I</b>	<b>Calidad II</b>
<b>Color</b>	Blanco Crema	Crema
<b>Olor</b>	Normal	Aceptable
<b>Sabor</b>	Normal	Aceptable
<b>Textura</b>	Firme y Elástica	Poco Elástica

Elaboración: Integrantes del Grupo

**Tabla 3.6 Características Físico Químicas**

<b>Características</b>	<b>Calidad I</b>	<b>Calidad II</b>
<b>Temperatura</b>	=< -18 <sup>0</sup> C	=< -18 <sup>0</sup> C
<b>PH</b>	6.5-6.8	6.0-6.4
<b>Humedad</b>	<76.0	76.0-78.0
<b>TBVN</b>	=<25	=<30
<b>H/P</b>	<5.0	5.0-5.55

Elaboración: Integrantes del Grupo

**Tabla 3.7 Tolerancias Microbiológicas y Químicas**

<b>Microorganismos/Toxinas</b>	<b>Tolerancias</b>
Salmonella / 25gr.	Ausencia
Vibrio Cholerae	Ausencia
Staphilococcus Aureus (NMP/gr.)	100-1000
Recuento en placas de aeróbicos mesófilos (UFC/gr.)	500000-1000000
E coli (NMP/gr.)	< 10
Biotoxina Diarreica (DSP)	Negativo
Biotoxina Paralizante (pgr. TXeq/100gr.)	< 31.5
Hepatitis A	Negativo
Biotoxina ASP (pgr. AD/gr. De molusco)	< 10 pgr.

Elaboración: Integrantes del Grupo

### **Puntos Críticos del Control en el Proceso de Concha Prieta**

En el proceso primario de conchas prietas se ha establecido como punto crítico de control a la recepción. Esta operación la ejecuta el técnico de aseguramiento de calidad (T.A.C) de

proceso y se ayudará de un termómetro y la tabla de características físico organolépticas para recepción de materia prima.

- Terminado el proceso de producción de las conchas solicitadas, incluido el proceso de revisión, congelamiento, control de calidad y empaquetado de las conchas se procede a enviar el pedido al departamento de distribución y logística para que se encargue del envío respectivo. En este punto el director de logística estará a cargo de que los diferentes pedidos de conchas sean enviados adecuadamente en los camiones especiales para mantenerlas congeladas, así mismo será el responsable de que estos pedidos sean embarcados en los contenedores ya contratados para nuestros envíos. Luego de llegar a su destino, los enviados de nuestros clientes retiran el producto solicitado previo a los procedimientos respectivos para el desembarque de los mismos.
- Por último, los clientes deberán cumplir con los puntos del contrato, específicamente con el promocionar el producto a los consumidores finales y cumpliendo con el pago de su pedido rigiéndose a las cláusulas estipuladas al inicio de la negociación.

### 3.3 Tamaño de las Instalaciones

La demanda total para los siguientes 10 años, tomando en cuenta que como decisión de la organización solo captaremos el 0.20% de la demanda por el riesgo en el que estamos incurriendo por la incorporación de una nueva empresa en el mercado, es la siguiente:

Año	Demanda Mensual	Demanda Anual
	0,20%	
2012	1156	13872
2013	1185	14217
2014	1214	14571
2015	1244	14934
2016	1275	15305
2017	1307	15686
2018	1340	16077
2019	1373	16477
2020	1407	16887
2021	1442	17308
2022	1478	17739

Los datos representan el número de toneladas de conchas  
Elaboración: Integrantes del Grupo

DL'SCALLOPS FROST se destacará en el medio por su impresionante y completa planta de producción de 8000 m2 que contará con dos laboratorios propios para la reproducción de las conchas.

Estaremos ubicados en Posorja, donde más de 150 empleados de diferentes partes del país laboraran para procesar conchas bajo



los más estrictos y completos controles de higiene y calidad. Para conservar la calidad en todos sus procesos, la empresa adquirirá una planta de energía que la vuelve auto suficiente en la generación de energía eléctrica. Adicional a la moderna y actualizada infraestructura, se contará con dos cámaras frigoríficas para conservar las conchas en excelentes condiciones, una de ellas será utilizada para la recepción de materia prima y la otra se destinará para almacenar el producto terminado.

La concha que se recibe en la planta, tanto de laboratorios propios como de terceros, es controlada por el Departamento de Calidad antes y durante la descarga para que la concha que ingresa sea de óptima calidad; en caso de que no sea así es automáticamente rechazada. Una vez aprobada la concha por su tamaño o peso, ingresa a las cámaras de frío, que tendrá aproximadamente una capacidad de almacenamiento de 3.000 TM cada una, y luego pasará al área de procesos donde es cocinada, limpiada, embolsada e introducida a las cámaras de almacenamiento para garantizar su calidad en la vida útil de la misma.

DL'SCALLOPS FROST será propietaria de aprox. 600 hectáreas de piscinas para el cultivo de conchas, de un laboratorio para la producción y de una empacadora.

Gracias a esta infraestructura, DL'SCALLOPS FROST podrá proveer la materia prima a su planta, conchas, las cuales serán exportadas a diferentes países europeos.

Para poder satisfacer al 53.19% de los países europeo, se trabajará a una media de 200 TM diarias y se estima llegará 250 TM en corto plazo, pues la planta estará preparada para esto.

### 3.4 Obras Físicas

Basándonos al análisis de demanda realizado al inicio del proyecto, se determino la mejor ubicación para nuestra empresa productora de conchas que será en Posorja. Las especificaciones de la construcción de la misma se detallan a continuación:

- Área Total del Terreno: 8.000 m<sup>2</sup>

ADQUISICIÓN DEL TERRENO		
ÁREA	UBICACIÓN	PRECIO
8.000 m <sup>2</sup>	Posorja	\$ 80.000,00

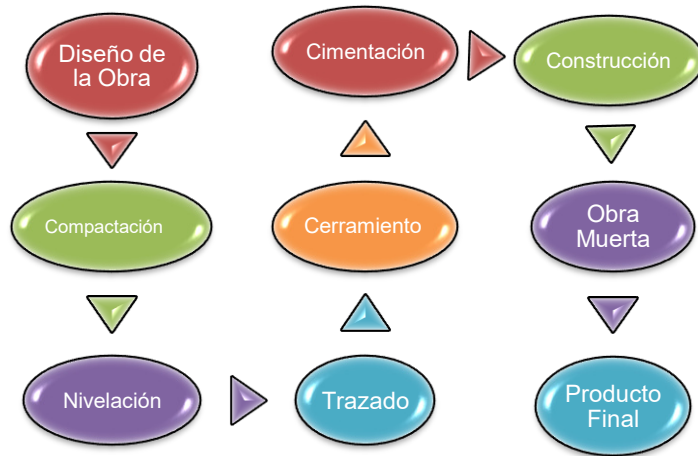
Elaboración: Integrantes del Grupo

El principal proceso para la construcción de la fábrica es la compactación y nivelación del terreno que abarca un área total de 8,000 m<sup>2</sup>, para el posterior trazado con un área de construcción o utilización de toda el área del terreno. Realizado el proceso mencionado anteriormente, se procede a realizar el cerramiento para ejecutar el correspondiente proceso de cimentación.

La infraestructura de la fábrica estará compuesta por estructuras de hormigón simple y hormigón armado (plintos y contrapiso con malla electrosoldada de 15 cm x 15 cm x 6 mm, para dar mayor resistencia al piso); así estarán previstas para cualquier descargo pesado que se realice sin que éstos destruyan la capa del contrapiso. Conjuntamente a las estructuras de hormigón, se enlazará una estructura metálica para el techo con una altura

terminada de 4,75 m de piso a techo, de tal manera que esté diseñada para contar con tres caídas de agua orientadas a la parte central, con sus respectivos canales de desfogue.

**Gráfico 3.5: Proceso de Construcción de la Obra**



Proceso de Construcción 7 meses  
Elaboración: Integrantes del Grupo

### 3.5 Balance de Obras Físicas

Se requiere una inversión inicial de \$ 2.436.552,23 para realizar la construcción de la fábrica, con un plazo de entrega de aproximadamente 7 meses. Cabe mencionar que este monto cubre mano de obra, materiales directos y gastos indirectos de fabricación.

PRESUPUESTO DE OBRA CIVIL											
RUBRO	DETALLE	UN.	CANT.	EQUIPO	M.OBRA	MATERIALES	COSTO DIRECTO	INDIRECTOS 22%	COSTO UNITARIO	SUB. TOTAL	TOTAL US\$
1	<b>TRABAJO DE CAMPO</b>										22.807,35
	Caseta de guardián	m²	25	0,00	10,67	26,52	37,19	8,18	45,37	1.134,25	
	Limpieza de terreno	m²	8.000	0,22	0,54	0,00	0,76	0,17	0,93	7.440,00	
	Replanteo y trazado	m²	8.000	0,01	0,80	0,61	1,42	0,31	1,73	13.840,00	
	Instalación provisional de agua	mes	5	0,00	0,00	43,39	43,39	9,55	52,94	264,70	
	Instalación provisional de luz	mes	5	0,00	4,94	16,11	21,05	4,63	25,68	128,40	
2	<b>MOVIMIENTO DE TIERRA</b>										181.048,00
	VOLUMEN COMPACTADO DE TERENO 89,44 m x 89,44 m x 1 m (LARGO x ANCHO x ALTURA) Limpieza y desbroce del terreno. Nivelación y trazado. Relleno con material (cascajo), que se lo efectuará en capa de 30 cm y será debidamente regado, hidratado y compactado con Rodillo Neumático de 12 toneladas cada 30 cm. Ensayo de Prueba Proctor y Densidades de Campo.	m³	8.000	5,75	5,25	7,55	18,55	4,08	22,63	181.048,00	
3	<b>CIMENTACION</b>										2.770,08
	Replanteo	m³	24	10,43	28,87	55,31	94,61	20,81	115,42	2.770,08	
4	<b>ESTRUCTURA DE HORMIGON ARMADO</b>										413.051,37
	Plintos de H.A. de 0,80 m x 0,80 m x 0,80 m x 900 u	m³	460,8	16,08	82,68	187,53	286,29	62,98	349,27	160.943,62	
	Riostras de H. simple de 0,25 m x 0,25 m x 5.366,4 m	m³	335,4	16,08	99,14	215,35	330,57	72,73	403,30	135.266,82	
	Pilares de H.S. de 0,25 m x 0,25 m x 6 m x 116 u	m³	43,5	16,67	116,30	351,47	484,44	106,58	591,02	25.709,37	
	Pilares de H.S. de 0,35 m x 0,35 m x 6 m x 108 u	m³	79,38	16,67	116,30	351,47	484,44	106,58	591,02	46.915,17	
	Pilares de H.S. de 0,20 m x 0,20 m x 4 m x 66 u	m³	10,56	16,67	116,30	351,47	484,44	106,58	591,02	6.241,17	
	Vigas de 0,25 m x 0,25 m x 512,64 m	m³	32,04	10,00	209,96	310,52	530,48	116,71	647,19	20.735,97	
	Vigas de 0,20 m x 0,20 m x 715,52 m	m³	28,62	10,00	173,21	310,52	493,73	108,62	602,35	17.239,26	
5	<b>CONTRAPISOS HORMIGON SIMPLE</b>										148.077,97
	Contrapisos Interiores, Exteriores Corredor y Patios	m²	4268,56	1,05	3,63	6,43	11,11	2,44	13,56	57.868,87	
	Contrapiso H.A. con malla electrosoldada 15 x 15 x 6 mm	m²	3731,44	1,05	6,05	10,06	17,16	3,78	20,94	78.136,35	
	Cerámica Nacional 30 x 30 en Paredes de Cocina y Lavandería	m²	479,04	0,36	7,25	13,05	20,66	4,54	25,20	12.072,75	
6	<b>MAMPOSTERIA</b>										248.581,20
	Paredes posteriores e interiores, bloque e = 10 cm	m²	12306	0,00	7,80	8,76	16,56	3,64	20,20	248.581,20	
7	<b>ENLUCIDOS</b>										113.121,24
	Enlucido de paredes posteriores e interiores	m²	12306	0,05	3,31	3,23	6,59	1,45	8,04	98.940,24	
	Filos	ml	3193,92	0,00	3,11	0,53	3,64	0,80	4,44	14.181,00	
8	<b>PINTURA</b>										83.854,68
	Pintura interior y exterior (paredes, vigas, pilares y pilaretes)	m²	12306	0,00	2,73	2,83	5,56	1,22	6,78	83.434,68	
	Pintura de puertas metálicas 6 hojas x 2 caras	m²	60						7,00	420,00	
9	<b>DESALOJO</b>										1.500,00
	Desalojo de limpieza	Global	1						1500,00	1.500,00	

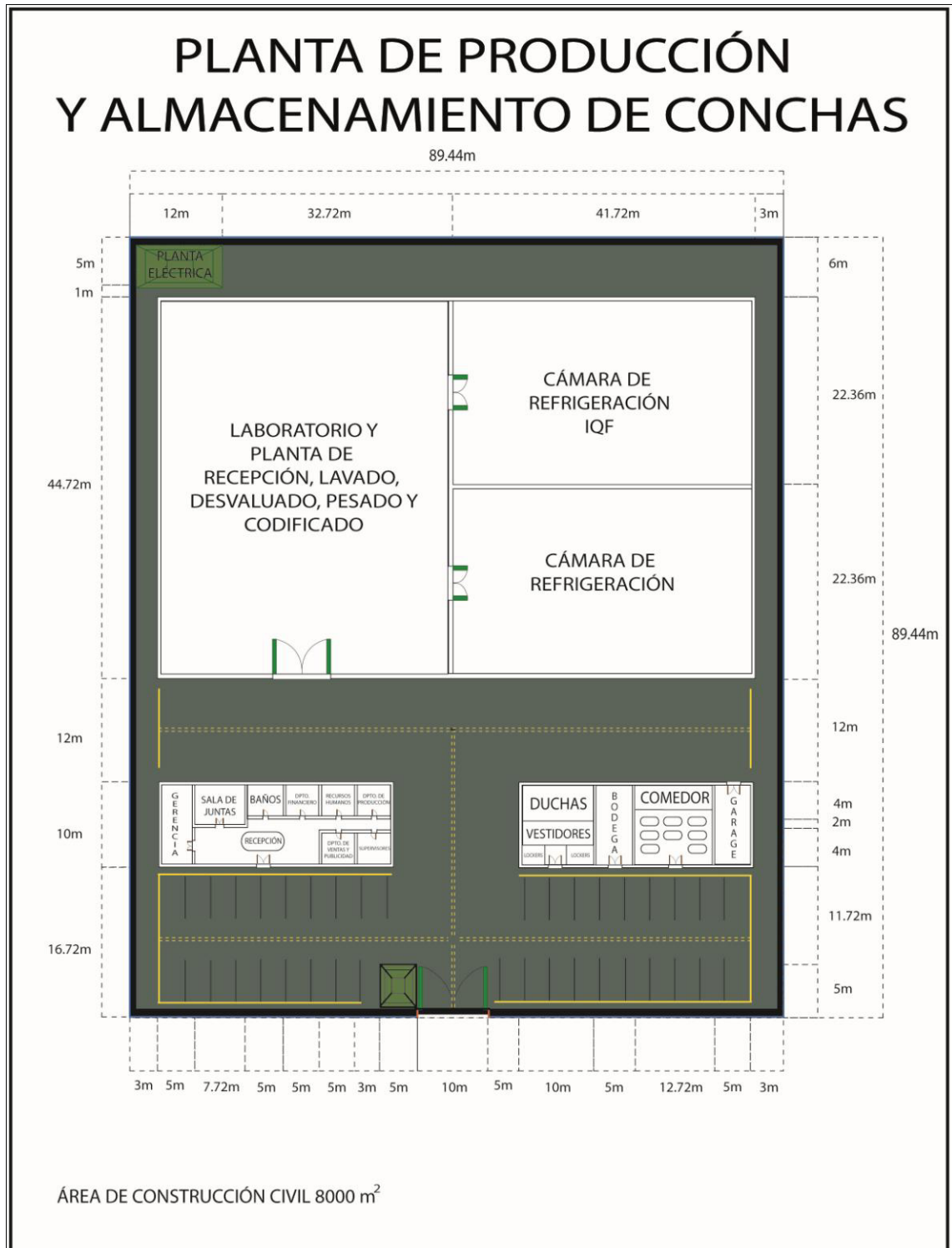
10	<b>ESTRUCTURAS METALICAS (CUBIERTAS Y PUERTAS)</b>										338.792,96
	Cubierta para techo con plancha de 0.4 mm de espesor, con una caída de agua	m <sup>2</sup>	5.038,64						17,00	85.656,88	
	Puerta de entrada a oficinas	u	1						1200,00	1.200,00	
	Puerta de entrada, con tubo cuadrado de 3" x 3" x 2 mm, con plancha de 1 mm de espesor	u	3						5650,00	16.950,00	
	Estructura metálica de galpón	m <sup>2</sup>	4384,24	0,00	10,09	29,44	39,53	8,69	48,22	211.408,05	
	Estructura metálica oficinas	m <sup>2</sup>	654,4	0,00	10,09	19,44	29,53	6,50	36,03	23.578,03	
11	<b>SISTEMA ELECTRICO</b>	Global	1						250000,00	250.000,00	250.000,00
12	<b>GARITA PARA GUARDIAS (5 m x 5 m)</b>	m <sup>2</sup>	25						60,00	1.500,00	1.500,00
13	<b>COMEDOR PARA EMPLEADOS</b>	Global	1						8500,00	8.500,00	8.500,00
14	<b>BAÑOS PARA OFICINAS Y EMPLEADOS</b>	Global	1						5500,00	5.500,00	5.500,00
15	<b>SISTEMA CONTRA INCENDIOS Y A.A.P.P.</b>										71.440,20
	Cisterna 5 m x 6 m x 3 m e = 20 cm	m <sup>3</sup>	90	25,00	129,31	278,95	433,26	95,32	528,58	47.572,20	
	Gabinete Metálico 70 cm x 70 cm x 22 cm	u	4						80,00	320,00	
	Brazo Metálico porta-manguera	u	4						32,00	128,00	
	Manguera de d = 1 ½ " de 15 m de 300 psi	u	8						135,00	1.080,00	
	Pitón de bronce d = 1 ½ "	u	4						35,00	140,00	
	Válvula Angular d = 1 ½ 200 psi	u	4						90,00	360,00	
	Niple de bronce (conector válvula angular con manguera)	u	4						15,00	60,00	
	Extintor de P.Q.S. de 10 lb.	u	8						25,00	200,00	
	Hacha tipo bombero (dieléctrico con mango de madera)	u	4						30,00	120,00	
	Bomba tipo Jockey multietapa de 30 H.P. con campo electrónico a diesel	u	1						10000,00	10.000,00	
	Válvula Angular d = 1 ½ para cajetín	u	4						90,00	360,00	
	Válvula Angular d = 2 ½ para cajetín	u	4						200,00	800,00	
	Tubo d = 4 " Cédula 80 soldable	u	15						120,00	1.800,00	
	Mano de Obra	Global	1						8500,00	8.500,00	
16	<b>PLANTA ELECTRICA (12 m x 5m)</b>	Global	1						28000,00	28.000,00	28.000,00
<b>TOTAL DE OBRAS FÍSICAS</b>										<b>\$ 1.918.545,06</b>	

**Tabla 3.8 Balance de Obras Físicas**

DETALLE	TOTAL DE OBRAS FÍSICAS	IMPREVISTOS	I.V.A	INVERSIÓN TOTAL DE OBRAS FÍSICAS
Construcción Civil Área = 8000 m <sup>2</sup>	\$ 1.918.545,06	\$ 287.781,76	\$ 230.225,41	\$ 2.436.552,23

### 3.5.1 Plano de la Planta de Producción

Gráfica 3.6 Planta de Producción



### 3.5.2 Balance de Activos Fijos

Para efectuar los procesos operativos, se requiere la adquisición de los siguientes activos fijos, los cuales se presentan con sus respectivos costos unitarios, vida útil y valor de desecho para su posterior reinversión.

**Tabla 3.9 Depreciaciones, Mantenimiento y Seguros**

Depreciación, Mantenimiento & Seguros			
Concepto	Monto	Vida Util	Depreciación
Camión Semitérmico	\$24.500,00	5	\$ 4.900,00
Balanza Gramera	\$ 1.000,00	5	\$ 200,00
Salinómetro Portátil	\$ 1.000,00	5	\$ 200,00
Peachimento Portátil	\$ 1.200,00	5	\$ 240,00
Computador e impresora (25)	\$16.250,00	3	\$ 5.416,17
Video-Cámara Digital (4)	\$ 1.400,00	3	\$ 466,67
Tanque de Repección de Semilla (2)	\$ 1.200,00	10	\$ 120,00
Tanques para Tamboreo	\$ 15,00	10	\$ 1,50
Herramientas Varias	\$ 500,00	5	\$ 100,00
Fax-Teléfono con Línea	\$ 450,00	3	\$ 150,00
Muebles de Oficina	\$10.000,00	10	\$ 1.000,00
Manómetro	\$ 100,00	5	\$ 20,00
Bomba 2" portátil a gasolina	\$ 650,00	5	\$ 130,00
Intercomunicadores	\$ 1.200,00	5	\$ 240,00
Cámara de Frio IQF	\$300.000,00	10	\$ 30.000,00
Cámara de Refrigeración	\$200.000,00	10	\$ 20.000,00
Laboratorio	\$200.000,00	10	\$ 20.000,00
Equipos de Laboratorio	\$100.000,00	5	\$ 20.000,00
Obra Física	\$500.000,00	20	\$ 25.000,00
Planta de Energía	\$ 88.174,00	10	\$ 8.817,40
Armas de Fuego (2)	\$ 2.400,00	5	\$ 480,00
Total Depreciación:			<b>\$137.481,74</b>

### 3.6 Estudio de Localización

En cuanto al estudio de localización se utilizó el **Método Cualitativo por Puntos**, ya que con este método podemos determinar los diferentes factores que incluyen en nuestra decisión de elección y asignarles un peso relativo a la importancia que represente cada uno de éstos en nuestro proyecto.

Es por eso que procederemos a realizar las comparaciones de los sectores que se han propuesto, siendo éstos: Posorja, El Morro y Puerto Bolívar.

A continuación mostraremos la tabla con las tres opciones para la ubicación de la fábrica y sus respectivas comparaciones:

**Tabla 3.10 Localización**

Factor	Peso	Posorja		El Morro		Puerto Bolívar		
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	
<b>Materia Disponible</b>	<b>Prima</b>	30%	9	2,70	7	2,10	3	0,90
<b>Cercanía de Mercado</b>		24%	9	2,16	7	1,68	4	0,96
<b>Costos Insumos</b>		18%	8	1,44	8	1,44	5	0,90
<b>Clima</b>		5%	8	0,40	7	0,35	6	0,30
<b>Mano de Obra Disponible</b>		23%	9	2,07	7	1,61	6	1,38
Totales	<b>100%</b>			<b>8,77</b>		<b>7,18</b>		<b>4,44</b>

Elaboración: Propia

- El lugar que se escogería es Posorja ya que su calificación indica que es un lugar donde tendremos muchas ventajas en cuanto a los factores mencionados.



## **CAPÍTULO IV**

### **ESTIMACIÓN DE COSTOS**

#### **4.1 Elementos Básicos**

Nuestra empresa se dedica exclusivamente a la producción de conchas congeladas para ser exportadas al mercado europeo, por lo que necesitamos incurrir en un análisis en cuanto a los costos de producción de la misma.

No podemos realizar un análisis de costos históricos o costos hundidos ya que es una fábrica nueva que va a incursionar en el mercado, sin embargo, la inversión inicial que se llevará a cabo será muy fuerte.

Además cuando el proyecto esté en funcionamiento, se deberá incurrir en otros costos fijos como servicios básicos, sueldos, entre otros, así como en costos variables, que dependerán de los requerimientos exigidos por el cliente.

Los costos deberán ser cubiertos por los ingresos provenientes de las exportaciones de las conchas para de esta manera, no generar pérdidas que perjudiquen el funcionamiento de la compañía.

#### **4.2 Costos de Producción**

Los costos de producción o también llamados costos de operación, son gastos necesarios para mantener el proyecto, línea de procesamiento o equipo en funcionamiento. Estos costos se pueden dividir en dos grandes categorías: costos variables o

directos que dependerán de las toneladas de conchas que se produzcan diariamente en la planta y costos indirectos o fijos que son independientes de la producción.

A continuación se detallará tanto los costos fijos y costos variables en los que hay que incurrir.

### **Costos Fijos**

Los Costos Fijos tal cual se mencionó anteriormente, no se van a ver afectados por el número de toneladas diarias que se produzca, sino que son valores en los que se tiene que incurrir necesariamente para garantizar la realización de las actividades del día a día. En el siguiente cuadro se detallan los costos fijos de forma mensual y anual:

<b>Tabla 4.1 Detalle de Costos Fijos</b>		
<b>Rubros</b>	<b>Costo Fijo Mensual USD</b>	<b>Costo Fijo Anual USD</b>
<b>Agua dulce para la producción</b>	\$ 100,00	\$ 1.200,00
<b>Alimentación (Almuerzo) del Personal (\$2,00 c/u)</b>	\$7.740,00	\$ 92.880,00
<b>Mantenimiento General (limpieza)</b>	\$ 260,00	\$ 3.120,00
<b>Mantenimiento de Equipos</b>	\$ 400,00	\$ 4.800,00
<b>Análisis Microbiológicos</b>	\$ 300,00	\$ 3.600,00
<b>Jefe de Preproceso</b>	\$ 600,00	\$ 7.200,00
<b>Jefe de Producción</b>	\$ 600,00	\$ 7.200,00
<b>Jefe de Laboratorio</b>	\$ 600,00	\$ 7.200,00
<b>Jefe de Distribución (Bodegas de P.T.)</b>	\$ 600,00	\$ 7.200,00
<b>Jefe de Cámara de Frio IQF</b>	\$ 600,00	\$ 7.200,00
<b>Jefe de Cámara de Refrigeración</b>	\$ 600,00	\$ 7.200,00
<b>Laboratoristas (3)</b>	\$ 900,00	\$ 10.800,00
<b>Implementos de Trabajo</b>	\$ 500,00	\$ 6.000,00
<b>Total:</b>		<b>\$165.600,00</b>

Además de estos costos se debe incluir el detalle de los gastos de administración del proyecto contempla las remuneraciones, gastos de oficina, gastos de mantenimiento, seguros y depreciaciones. Se observa que el rubro más significativo es el de Sueldos y Salarios

<b>Tabla 4.2 Estimación de Gastos Administrativos</b>		
<b>Rubro</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
<b>Gerente General</b>	\$1.500,00	\$ 18.000,00
<b>Gerente de Producción</b>	\$1.400,00	\$ 16.800,00
<b>Gerente de Recursos Humanos</b>	\$1.000,00	\$ 12.000,00
<b>Gerente Financiero</b>	\$1.450,00	\$ 17.400,00
<b>Gerente de Calidad</b>	\$1.400,00	\$ 16.800,00
<b>Gerente de Distribución &amp; Logística</b>	\$1.350,00	\$ 16.200,00
<b>Gerente de Marketing &amp; Ventas</b>	\$1.350,00	\$ 16.200,00
<b>Digitadores (5)</b>	\$1.350,00	\$ 16.200,00
<b>Secretaria (2)</b>	\$ 540,00	\$ 6.480,00
<b>Recepcionista</b>	\$ 270,00	\$ 3.240,00
<b>Asistente Financiero (3)</b>	\$ 900,00	\$ 10.800,00
<b>Asistente de RRHH (3)</b>	\$ 900,00	\$ 10.800,00
<b>Asistente de Calidad (3)</b>	\$ 900,00	\$ 10.800,00
<b>Asistente de Distribución &amp; Logística (3)</b>	\$ 900,00	\$ 10.800,00
<b>Asistente de Marketing &amp; Ventas (3)</b>	\$ 900,00	\$ 10.800,00
<b>Asistente de Producción (3)</b>	\$ 900,00	\$ 10.800,00
<b>Alimentación del Personal (\$2,00 c/u)</b>	\$1.980,00	\$ 23.760,00
<b>Teléfono</b>	\$ 100,00	\$ 1.200,00
<b>Internet</b>	\$ 50,00	\$ 600,00
<b>Agua</b>	\$ 80,00	\$ 960,00
<b>Suministros de Oficina</b>	\$ 150,00	\$ 1.800,00
<b>Seguridad (2)</b>	\$ 540,00	\$ 6.480,00
<b>Total:</b>		<b>\$238.920,00</b>

### Costos Variables

Los costos variables para el caso de DL'SCALLOPS FROST están relacionados a las toneladas diarias de conchas que se producen en la planta.

A continuación se detallan los costos variables de producción:

**Tabla 4.3 Costos Variables**

Rubro	Costo Mensual	Costo Anual
<b><u>Embalaje</u></b>		
<b>Cinta Adhesiva</b>	\$ 20,00	\$ 240,00
<b>Zunchos y Cinta</b>	\$ 10,00	\$ 120,00
<b>Cajas de Cartón</b>	\$ 30,00	\$ 360,00
<b>Fundas de Polietileno grueso</b>	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00
<b>Marcadores Permanente</b>	\$ 5,00	\$ 60,00
<b>Gel-Pack</b>	\$ 35,00	\$ 450,00
<b><u>Bonificaciones</u></b>		
<b>Comisiones broker por ventas</b>	\$ 1.650,00	\$ 19.800,00
<b>Jefe de Marketing &amp; Ventas</b>	\$ 600,00	\$ 7.200,00
<b>Alimentación de Personal (\$2,00)</b>	\$ 60,00	\$ 720,00
<b>Publicidad</b>	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00
<b>Mantenimiento Camión de Carga</b>	\$ 100,00	\$ 1.200,00
<b>Movilización/Gasolina</b>	\$ 80,00	\$ 960,00
<b>Flete F.O.B</b>	\$ 3.000,00	\$ 36.000,00
Total:		<b>\$103.110,00</b>

Además ciertos valores deben ir incluidos en la lista de costos variables y estos son:

Rubros	Costo Variable Mensual USD	Costo Variable Anual USD
<b>Operadores/Obreros (100)</b>	\$ 26.000,00	\$312.000,00
<b>Guardias de Corrales (20)</b>	\$ 5.200,00	\$ 62.400,00
<b>Depuración (Agua de Laboratorio)</b>	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Total:		<b>\$376.800,00</b>

### 4.3 Análisis Costo-Volumen-Utilidad

El cálculo del punto de equilibrio permite conocer cuál es el número mínimo de toneladas de conchas que deben negociarse para poder cubrir al menos los costos fijos obteniendo una utilidad igual a cero.

Se utiliza la siguiente fórmula:

$$Q^* = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable}}$$

Realizando los cálculos respectivos se encontró el punto de equilibrio para cada producto que ofrecemos:

*Gourmet: 1.500 toneladas de conchas de este tipo se debe vender*

*Normal: 1.500 toneladas de conchas con presentación normal.*

*Cajas: 1500 toneladas de conchas.*

## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

#### **5.1 Marco Legal de la Empresa**

Para que nuestra empresa societaria se constituya y entre a funcionar, es necesario un capital propio que se integrará por las aportaciones de los socios. Esta aportación ha de consistir en dinero o en otra clase de bienes apreciados en dinero.

Por todo lo expresado anteriormente, podemos observar que nuestra empresa va a ser una Sociedad Anónima, ya que su capital propio va a estar dividido en acciones.

Para la constitución de dicha empresa debemos regirnos a las normas y procedimientos prescritos por la ley de la Superintendencia de Compañías, para su funcionamiento.

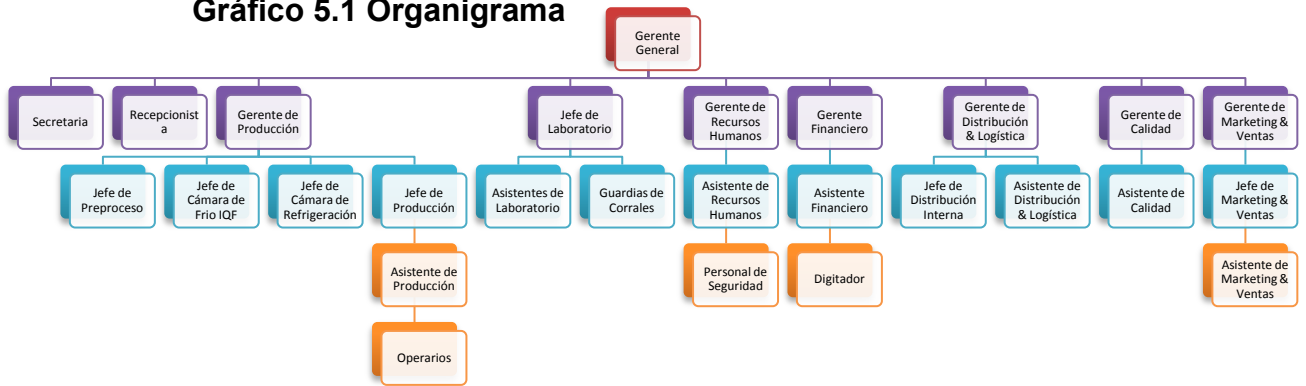
#### **Procedimiento para su constitución**

- Se otorga la escritura de constitución de la empresa.
- Se presenta a la Superintendencia de Compañías tres copias notariales solicitándole, con firma de abogado, la aprobación de la constitución, junto con el certificado de afiliación de la empresa a la Cámara correspondiente.
- La Superintendencia de Compañía, de aprobarla, dispondrá su inscripción en el registro mercantil.
- Se publicará por una sola vez en un periódico de mayor circulación en el domicilio de la empresa, un extracto de la escritura y la razón de su aprobación; una edición del periódico se entregará en la superintendencia de compañías.
- Se inscribirá en el registro de sociedades de la Superintendencia de Compañías, para lo que se acompañará un certificado del

RUC, copia de los nombramientos del administrador (representante legal) y del administrador que subroga al representante legal, copia de escritura con las razones que debe sentar el notario y el registrador mercantil conforme se ordena en la resolución aprobada.

## 5.2 Organigrama de la Empresa

Gráfico 5.1 Organigrama



Elaboración: Integrantes del Grupo

## 5.3 Descripción de las funciones de los diferentes cargos jerárquicos.

La organización de la empresa se describe de la siguiente forma en donde se detallan las principales funciones que deben cumplir los diferentes cargos jerárquicos:

- Gerente General
  - Designar todas las posiciones gerenciales.
  - Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.



- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.
  - Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente.
  - Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.
- Gerente de Producción
    - Organización y seguimiento de la ejecución de todos los trabajos dentro del ciclo de producción garantizando que, individualmente, cumplen con las especificaciones establecidas en el sistema de calidad.
    - Optimizar y planificar los recursos productivos de la empresa para obtener un crecimiento progresivo de la productividad a la vez que se respetan los condicionantes y especificaciones de calidad.
    - Tratar con el Gerente General sobre los planes a corto, medio y largo plazo para hacer progresar el área productiva de la empresa con respecto a las tendencias del mercado y de la tecnología.
    - Crear una labor de equipo con sus colaboradores inmediatamente inferiores en el organigrama traduciendo las políticas y estrategias de la empresa en acciones concretas que puedan ser interpretadas claramente por los mandos intermedios.
  - Gerente de Recursos Humanos

- Controlar las políticas organizacionales a seguir con respecto a los Recursos Humanos de la organización.
  - Responsable de planificar, organizar y verificar eficiencia en los subsistemas de RR.HH. de la empresa.
  - Proyectar y coordinar programas de capacitación y entrenamiento para los empleados.
  - Mantener un clima laboral adecuado, velando por el bienestar de las relaciones empleado - empresa.
  - Interceder por la buena marcha en contratos laborales entre empleados y empresa.
  - Dirigir el sistema de carrera administrativa en la organización.
  - Inspeccionar normas de higiene y seguridad laboral.
  - Mediar en conflictos entre empleados
- Gerente Financiero
    - Efectuar el análisis y la planeación financiera.
    - Tomar decisiones de inversión.
    - Tomar decisiones de financiamiento.
    - Transformar la información financiera a una forma útil para supervisar la condición financiera de la empresa.
    - Administrar la política de crédito de la empresa, por medio de los informes que se le presente.
    - Ser responsable de la administración de cartera de inversión.
    - Manejar evaluaciones de rendimiento financiero.
    - Negociar presupuestos operativos.
    - Elaborar propuestas financieras para determinar incrementos o decrementos en producción.

- Arreglar el financiamiento para las inversiones de activos aprobados.
- Coordinar a los consultores como a los banqueros de inversiones y a los asesores legales.
- Gerente de Calidad
  - Aprobar o rechazar las conchas recolectadas para ser procesadas.
  - Proporcionar el equipo necesario para obtener un producto de excelente calidad.
  - Cumplir con las metas establecidas referente al porcentaje de calidad.
  - Tomar resoluciones conjuntamente con gerente de producción referente a problemas que se presenten en la calidad de los productos.
  - Tiene autoridad para parar el proceso si se incurre a no conformidades según especificaciones.
  - Tramitar modificaciones del producto que afecten a la especificación.
  - Tramitar amonestaciones al personal que frecuentemente incurra en la falta de calidad.
- Gerente de Distribución y Logística
  - Gestionar el tráfico y transporte de los productos a exportar.
  - Registrar el inventario de la cantidad y surtido de materiales de que se ha de disponer para cubrir las necesidades de producción y demanda de los clientes.
  - Planificar estrategias del número, ubicación, tipo y tamaño de los productos procesados para la distribución de las

mismas.

- Gestionar el almacenamiento y manipulación de materiales para la utilización eficaz del terreno destinado a inventario y de los medios manuales, mecánicos y/o automatizados para la manipulación física de los materiales.
  - Analizar y difundir datos puntuales y precisos relevantes de las necesidades de toma de decisiones logísticas con eficiencia y eficacia.
- Gerente de Marketing y Ventas
    - Determinar las cuotas de venta, de los miembros del equipo.
    - Supervisar tareas administrativas: Partes, contratos, cobros, citas, los objetivos de ventas propios.
    - Motivar individualmente a los integrantes del equipo.
    - Gestionar los impagos, en última instancia es su responsabilidad.
- Jefe de Marketing & Ventas
    - Supervisar y controlar los vendedores.
    - Controlar la actuación en equipo.
    - Elaborar informes de la actividad del equipo.
    - Tratamiento de reclamaciones con respecto a ventas – clientes.
    - Controlar el carácter de los clientes (atención especial fidelización).
- Jefe de Preproceso
    - Cumplir con la producción programada en tiempo, cantidad,

calidad

- y bajo costo.
  - Verificar que los materiales que se va a utilizar sean los correctos.
  - Apoyo al departamento de calidad a prevenir y reparar Fallas.
  - Supervisar las funciones de los subordinados.
  - Verificar que la recolección de conchas que procesa la línea sean correctas.
  - Solicitar al mecánico a reparar la maquina más urgente.
  - Reportar maquinas descompuestas.
  - Dar seguimiento a los bultos y/o piezas que se transfiera de su línea a otra línea.
- Jefe de Producción
- Recopilar información.
  - Tomar las medidas necesarias para cumplir con las metas de producción.
  - Balancear las operaciones en las líneas de producción.
  - Apoyar al departamento de calidad a prevenir y reparar fallas.
- Jefe de Laboratorio
- Autorizar la entrada al laboratorio de reproducción de conchas al personal especializado.
  - Desarrollar investigaciones que permitan mejorar la eficiencia en los procesos de reproducción de conchas.
  - Implementar tecnología necesaria para lograr maximizar el volumen de reproducción de conchas para ser procesadas.

- Vigilar el correcto desempeño de los laboratorista en la ejecución de sus actividades.
- Jefe de Distribución (Bodegas de Producto Terminado)
  - Verificar que los productos procesados estén ubicados en el sitio correcto, es decir, en la cámara de frío IQF o la cámara de refrigeración según las características de producto.
  - Llevar un inventario o registro diario de los productos que ingresan o salen de su lugar de almacenamiento.
- Jefe de Cámara de Frío IQF
  - Comparar los registros diarios de los productos que ingresan o salen de la cámara de frío IQF con el jefe de distribución.
  - Comunicar al jefe de producción, alguna anomalía sobre el estado de los productos procesados almacenados en esta cámara.
  - Autorizar a los operarios la entrada a la cámara de Frío IQF.
- Jefe de Cámara de Refrigeración
  - Comparar los registros diarios de los productos que ingresan o salen de la cámara de refrigeración con el jefe de distribución.
  - Comunicar al jefe de producción, alguna anomalía sobre el estado de los productos procesados guardados en esta cámara.
  - Autorizar a los operarios la entrada a la cámara de

refrigeración.

- Asistente de Laboratorio
  - Verificar diariamente el desarrollo de las larvas de conchas.
  - Notificar la cantidad de conchas recolectadas por este medio.
  - Proyectar el tiempo que se demorara en llegar a su fase final de desarrollo.
  
- Asistente de Producción
  - Verificar asistencia del personal a su cargo.
  - Elaborar reportes de avance de corte e informar al gerente de producción.
  - Solicitar personal cuando hagan falta.
  - Recuperar faltantes de piezas.
  - Motivar a los operarios.
  
- Asistente Financiero
  - Recopilar y codificar información financiera suministrada por las diferentes unidades.
  - Elaborar series estadísticas, cuadros, gráficos y proyecciones de tipo financiero.
  - Efectuar cálculos para la obtención de índices financieros.
  - Revisar, clasificar y ordenar reposiciones de fondo de trabajo, fondos especiales y cajas asignadas a las diversas unidades.
  - Llevar el registro y control de la disponibilidad presupuestaria.
  - Elaborar comprobantes de pago por diversos conceptos.
  - Apoyar en el análisis de ejecución o modificación

presupuestaria.

- Revisar traspaso y rectificaciones de partidas.
  - Hacer seguimiento a los compromisos financieros de la Institución.
  - Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
  - Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.
  - Realizar cualquier otra tarea afín que le sea asignada.
- Asistente de RRHH
- Aplicar instrumentos de registro de información de cargo, para el análisis de cargos.
  - Verificar las referencias de los aspirantes a los cargos.
  - Mantener actualizados los archivos del personal que ha recibido adiestramiento.
  - Recibir solicitudes de pagos de beneficios contemplados en los convenios colectivos.
  - Chequear el cumplimiento de los requisitos exigidos para el otorgamiento de los beneficios tales como: primas, bonificaciones, becas, pensiones, jubilaciones y otros contenidos en los convenios colectivos.
  - Realizar cálculos sobre las cláusulas de protección socio-económicas: Bono nocturno, horas extras, vacaciones, reposos pre y post natal y otros de conformidad con la Ley de Carrera Administrativa, Convenios Colectivos y la Ley Orgánica del Trabajo.
  - Determinar a través del estudio de los expedientes y otros documentos del personal, antigüedad o tiempo de servicio del trabajador en la Universidad y/o en otras Instituciones



públicas o privadas.

- Actualizar y registrar en los expedientes del personal, reposos, permisos, inasistencias y demás información relacionada con el personal de la institución.
  - Registrar la asistencia del personal de la dependencia.
  - Realizar cálculos sencillos de datos para el boletín estadístico del área.
  - Chequear diariamente el control de asistencia y detecta fallas.
  - Participar con el analista en la elaboración, organización y ejecución de programas y/o actividades de previsión social, higiene y seguridad en el trabajo, recreación y bienestar social para el trabajador.
  - Diseñar y elaborar cartelera de información general y de adiestramiento.
  - Rendir cuenta a su superior inmediato de las actividades realizadas cuando así lo requiera.
  - Transcribir y transferir información operando un microcomputador.
  - Mantener en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
  - Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.
  - Realizar cualquier otra tarea afín que le sea asignada.
- Asistente de Calidad
    - Chequear que los procesos de producción de conchas cumplan con las normas de calidad que corresponde.
    - Verificar indicadores de calidad y llevar a cabo un plan para corregirlos.

- Verificar gráficas semanales de los procesos de producción con el gerente de calidad.
  - Apoyar al gerente de calidad cuando lo requiera.
  - Verificar que la documentación correspondiente a la producción de conchas sea correcta.
  
- Asistente de Distribución y Logística
  - Responsable de la elaboración de rutas de reparto.
  - Supervisar las actividades del personal de distribución.
  - Controlar la gestión de reparto, vía GPS.
  - Elaborar reportes de indicadores de gestión (devoluciones, re despachos, etc.)
  - Controlar el retorno de las unidades móviles.
  - Apoyar en la supervisión de la devolución de productos no recibidos, así como del proceso de liquidación en el área de caja.
  - Apoyar en la elaboración y establecimiento de manuales de procedimientos.
  - Apoyar en la dirección, coordinación y control de las actividades relacionadas con el área a su cargo.
  
- Asistente de Marketing y Ventas
  - Consolidación de cartera de clientes.
  - Prospección y captación de otros clientes.
  - Argumentación y cierre de ventas suficiente para cumplir con las cuotas asignadas.
  - Presentación de la empresa en su ámbito de actuación.
  - Elaboración de informes cuantitativos que recogen su actividad y resultados.

- Elaboración de informes cualitativos que recogen los movimientos de la competencia, las vicisitudes del mercado y el grado de aceptación de los productos.
  - Concertación de visitas.
  - Preparación de ofertas y presupuestos.
  - Atención de ferias y exposiciones.
  - Atender correctamente las incidencias que se produzcan con respecto al producto.
- Digitadores
    - Recibir los formularios para digitar sólo del Supervisor asignado.
    - Revisar y codificar la información pertinente de los formularios de exportación haciendo uso de los manuales de códigos respectivos.
    - Revisar que los datos de todos y cada uno de los clientes estén digitados completamente.
    - Producir los diferentes reportes de validación de los datos.
    - Revisar que los reportes de validación estén libres de errores generados en el proceso de digitación.
    - Generar y preocuparse por el mantenimiento de los CD's para respaldo que le fueran asignados para el almacenamiento de la información.
    - Generar reportes que sean solicitados por sus superiores.
  - Secretaria
    - Recibir, clasificar y distribuir correspondencia, relaciones e impresiones anotando su devolución y archivarlo.
    - Redactar correspondencia y textos.

- Devolver textos y asuntos básicos recibidos, para fines de correspondencia y recopilación de relaciones.
  - Contestar el teléfono.
  - Revisar correo electrónico y contestarlo.
  - Enviar correspondencia a través del mensajero.
  - Organizar y mantener archivos de documentos y cartas generalmente confidenciales, agenda y registros, determinando su localización, cuando sea necesario.
  - Prevenir oportunamente necesidades básicas del componente como: material de escritorio, servicios generales, facilidades, requisitos, pedidos, atendiendo a actuar en cargos menores que constituyen detalles de la tarea del superior realizando sugerencia y ayudándole.
  - Enviar fax.
  - Acompañar a su superior en reuniones.
- Recepcionista
    - Satisfacer las necesidades de comunicación del personal de la unidad, operando una central telefónica pequeña, haciendo y recibiendo llamadas telefónicas, conectando las mismas con las diferentes extensiones.
    - Atender al público que solicita información dándole la orientación requerida.
    - Anotar en libros de control diario las llamadas efectuadas y recibidas por el personal y el tiempo empleado.
    - Mantener el control de llamadas locales y a larga distancia mediante registro de número de llamadas y tiempo empleado.
    - Recibir la correspondencia y mensajes dirigidos a la unidad.

- Anotar los mensajes dirigidos a las diferentes personas y secciones de la unidad.
  - Entregar la correspondencia recibida a las diferentes personas y secciones, así como también los mensajes recibidos.
  - Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
  - Mantener en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
  - Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.
  - Realizar cualquier otra tarea afín que le sea asignada.
- Seguridad/Vigilancia
    - Resguardar las instalaciones.
    - Cuidar las entradas de personal y de personas ajenas a la empresa.
    - Vigilar que la salida de los productos procesados.
    - Exigir gafete o identificación para tener acceso a las instalaciones.
- Guardia de Corrales
    - Vigilar y resguardar los corrales de reproducción de las larvas de conchas.
    - Exigir la autorización e identificación del personal que desee acceder a los corrales de reproducción de larvas de conchas.
- Operadores/ Obreros
    - Recibir la materia prima proveniente de los laboratorios.

- Recolectar las conchas de su habitat natural para ser procesadas.
- Realizar el desvalvado de las conchas.
- Realizar el lavado de las conchas.
- Pesar las conchas con el fin de obtener la aproximación de los ingresos totales por venta.
- Codificar los productos procesados dependiendo de las libras y pesos en gramos.
- Embolsar el producto terminado en las diferentes presentaciones que se ofrecerá al mercado europeo.
- Etiquetar el producto listo para exportar.
- Trasladar los productos a sus respectivas cámaras de almacenamiento para ser refrigerados.
- Trasladar los productos pedidos para exportar al o los camiones que lo llevaran al puerto en donde finalmente serán embarcadas a su lugar de destino.

## **CAPÍTULO VI**

### **ANÁLISIS FINANCIERO**

#### **6.1 Inversiones del Proyecto**

Nuestra empresa que brindará productos de alta calidad y diferenciada, la cual contará con una inversión inicial muy fuerte, ya que no solo incluye la compra del terreno, sino también, la construcción de infraestructura de la planta (obra civil), equipos y materiales que son necesarios para las operaciones diarias. La inversión inicial incluye:

**Tabla 6.1 Inversiones de la Organización**

<b>Rubro</b>	<b>Monto de la Inversión</b>
<b>Terreno</b>	\$ 8.000.000,00
<b>Obra Civil</b>	\$ 2.436.552,23
<b>Construcción Cámara de Frio IQF</b>	\$ 300.000,00
<b>Construcción Cámara de Refrigeración</b>	\$ 200.000,00
<b>Construcción Laboratorio de Larvas</b>	\$ 200.000,00
<b>Planta Energía Eléctrica</b>	\$ 88.174,00
<b>Armas de Fuego</b>	\$ 2.400,00
<b>Equipos de Laboratorio</b>	\$ 100.000,00
<b>Camión Semitérmico</b>	\$ 24.500,00
<b>Implementos de Producción</b>	\$ 31.365,00
<b>Muebles de Oficina</b>	\$ 10.000,00
<b>Equipos de Computación</b>	\$ 16.250,00
<b>Cámaras de Seguridad</b>	\$ 1.400,00
<b>Equipos de Oficina</b>	\$ 450,00
<b>Suministros de Oficina</b>	\$ 150,00
<b>Maquinaria</b>	\$ 75.000,00
<b>Total Inversión Inicial:</b>	\$ 11.486.241,23

## 6.2 Capital de Trabajo

Dada la fuerte suma de inversión inicial, es importante determinar el capital de trabajo a invertir o lo que es lo mismo, el monto de todos los rubros que están serán necesarios para garantizar el normal funcionamiento de la empresa hasta que ésta sea capaz de generar sus propios ingresos en efectivo.

El detalle de los ingresos y egresos mensuales del negocio para el año 2012 se realiza tomando en cuenta los siguientes supuestos:

- El primer mes de funcionamiento (Enero) no se realizarán ventas porque la mayoría de nuestros potenciales clientes no cuentan con la información suficiente sobre nuestra línea de productos ofrecidos. Este mes nos dedicaremos hacer las negociaciones respectivas.
- Debido a que se espera tener el número de contratos metas, en los siguientes meses, empezaremos a realizar los envíos respectivos, esperando cubrir los costos incurridos en el proyecto, es decir, alcanzar el número de toneladas de conchas de equilibrio.
- Como resultado de nuestras estrategias de marketing planteadas inicialmente, a partir del mes de marzo la cantidad demandada de conchas en el extranjero excederá lo que se había predicho.

Se considera también los siguientes aspectos relacionados con el estudio de mercado:



- La política de cobranza de la empresa establece que el 40% del total de la venta será cancelada en el día que se pacte el contrato y el 60% restante se pagará a 45 días plazo.
- El costo variable respecto al embalaje será de \$106,05 por cada 10 cajas, ese valor se lo multiplicará por el 56,19%, es decir, por el porcentaje de demanda proyectada para así obtener el costo variable mensual de nuestro producto.

El costo de transporte, es decir, el flete marítimo de los productos a exportar se realizará en contenedores con capacidad de 1500 toneladas a valor exwork de 2.000,00 euros ó 2.588,40 dólares.

**Tabla 6.2 Ventas Mensuales 2012**

		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<b>Gourmet</b>	Precio	0	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
	Cantidad	0	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
	Ventas	0	37.500	37.500	37.500	37.500	37.500	37.500	37.500	37.500	37.500	37.500	37.500
<b>Normal</b>	Precio	0	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
	Cantidad	0	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
	Ventas	0	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
<b>Cajas</b>	Precio	0	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
	Cantidad	0	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
	Ventas	0	67.500	67.500	67.500	67.500	67.500	67.500	67.500	67.500	67.500	67.500	67.500
<b>Ventas Totales</b>		<b>0</b>	<b>135.000</b>	<b>135.000</b>	<b>135.000</b>	<b>135.000</b>	<b>135.000</b>	<b>135.000</b>	<b>135.000</b>	<b>135.000</b>	<b>135.000</b>	<b>135.000</b>	<b>135.000</b>

**Tabla 6.3 Matriz Cobranza 2012**

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<b>40% contado</b>		0	54.000	54.000	54.000	54.000	54.000	54.000	54.000	54.000	54.000	54.000
<b>60% a 45 días</b>			0	81.000	81.000	81.000	81.000	81.000	81.000	81.000	81.000	81.000
<b>Ingreso Mensual</b>		<b>0</b>	<b>54.000</b>	<b>135.000</b>	<b>135.000</b>	<b>135.000</b>	<b>135.000</b>	<b>135.000</b>	<b>135.000</b>	<b>135.000</b>	<b>135.000</b>	<b>135.000</b>

**Tabla 6.4 Egresos Mensuales**

	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>
Agua	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Internet	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Telefono	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Sueldo del Personal	29.510	29.510	29.510	29.510	29.510	29.510	29.510	29.510	29.510	29.510	29.510	29.510
Gastos de Suministros	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Publicidad y Marketing	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Seguridad	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540
<b>Total Costo Fijo</b>	<b>32.970</b>	<b>32.970</b>	<b>32.970</b>	<b>32.970</b>	<b>32.970</b>	<b>32.970</b>	<b>32.970</b>	<b>32.970</b>	<b>32.970</b>	<b>32.970</b>	<b>32.970</b>	<b>32.970</b>
Embalaje	0	1.065	1.065	1.065	1.065	1.065	1.065	1.065	1.065	1.065	1.065	1.065
Flete	0	5.177	5.177	5.177	5.177	5.177	5.177	5.177	5.177	5.177	5.177	5.177
<b>Total Costos Variables</b>	<b>65.400</b>	<b>71.642</b>	<b>71.642</b>	<b>71.642</b>	<b>71.642</b>	<b>71.642</b>	<b>71.642</b>	<b>71.642</b>	<b>71.642</b>	<b>71.642</b>	<b>71.642</b>	<b>71.642</b>
<b>Total Egresos Mensuales</b>	<b>98.370</b>	<b>104.612</b>	<b>104.612</b>	<b>104.612</b>	<b>104.612</b>	<b>104.612</b>	<b>104.612</b>	<b>104.612</b>	<b>104.612</b>	<b>104.612</b>	<b>104.612</b>	<b>104.612</b>

**Tabla 6.5 Capital de Trabajo 2012**

	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>
<b>Ingresos</b>		0	54.000	135.000	135.000	135.000	135.000	135.000	135.000	135.000	135.000	135.000
<b>Egresos</b>	98.370	104.612	104.612	104.612	104.612	104.612	104.612	104.612	104.612	104.612	104.612	104.612
<b>Saldo</b>	<b>-98.370</b>	<b>-104.612</b>	<b>-50.612</b>	<b>30.388</b>	<b>30.388</b>	<b>30.388</b>	<b>30.388</b>	<b>30.388</b>	<b>30.388</b>	<b>30.388</b>	<b>30.388</b>	<b>30.388</b>

Elaborando el pronóstico de ingresos y egresos para el año 2013, se obtiene el saldo mensual con el cual, aplicando el metodo de DEFICIT ACUMULADO MAXIMO, encontramos que el capital de trabajo a invertir es de \$104.611,80, el mismo que será realizado en el mes de Febrero.

## 6.3 Beneficios del Proyecto

### 6.3.1 Ingresos por la venta del servicio

Dada la gran inversión inicial a la que hay que incurrir en el proyecto, éste debe ser evaluado en un periodo mínimo de 10 años. La proyección de los ingresos futuros generados por la venta de conchas congeladas es igual a cada año de operación por que se piensa alcanzar las metas mensuales de ventas establecidas (4500TN), de acuerdo a los resultados presentados en el estudio de mercado.

**Tabla 6.6 Proyección de los Ingresos para cada año de operación**

Mes	Ingresos			Total
	Gourmet	Original	Cajas	
Enero	37.550	30.000	67.500	135.050
Febrero	37.550	30.000	67.500	135.050
Marzo	37.550	30.000	67.500	135.050
Abril	37.550	30.000	67.500	135.050
Mayo	37.550	30.000	67.500	135.050
Junio	37.550	30.000	67.500	135.050
Julio	37.550	30.000	67.500	135.050
Agosto	37.550	30.000	67.500	135.050
Septiembre	37.550	30.000	67.500	135.050
Octubre	37.550	30.000	67.500	135.050
Noviembre	37.550	30.000	67.500	135.050
Diciembre	37.550	30.000	67.500	135.050
<b>Total:</b>				\$ 1.620.600,00

### 6.3.2 Valor de Desecho

El valor de desecho es calculado por el método contable. Para el efecto, todos los activos fijos, excepto el terreno, son

depreciados según las normas contables para obtener el valor que se recuperaría si se decide vender el proyecto al final del año 10.

En la siguiente tabla se detallan estos valores, incluyendo el valor contable que tendrá el terreno en el año 10.

Éste sería mayor al precio invertido en la compra puesto que el sector gana plusvalía cada año que pasa, por tanto, aumentará su valor.

Activo	Valor de Compra	Vida Útil	Depreciación Anual	Años Depreciándose	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
Terreno	80.000,00					92.000,00
Construcción	2.436.552,23	20	121.827,61	10	1.218.276,12	1.218.276,12
Camión Sermitérmico	24.500,00	5	4.900,00	1	4.900,00	19.600,00
Balanza Gramera	1.000,00	5	200,00	1	200,00	800,00
Salinómetro Portátil	1.000,00	5	200,00	1	200,00	800,00
Peachimento Portátil	1.200,00	5	240,00	2	480,00	720,00
Tanque de Repección de Semilla	1.200,00	10	120,00	5	600,00	600,00
Herramientas Varias	500,00	10	50,00	10	500,00	0,00
Manómetro	100,00	5	20,00	2	40,00	60,00
Bomba 2" portátil a gasoline	650,00	5	130,00	1	130,00	520,00
Cámara de Frío IQF	300.000,00	10	30.000,00	10	300.000,00	0,00
Cámara de Refrigeración	200.000,00	10	20.000,00	1	20.000,00	180.000,00
Laboratorio	200.000,00	10	20.000,00	10	200.000,00	0,00
Equipos de Laboratorio	100.000,00	5	20.000,00	5	100.000,00	0,00
Planta de Energía	88.174,00	10	8.817,40	5	44.087,00	44.087,00
Computadores e Impresoras	16.250,00	3	5.416,67	1	5.416,67	10.833,33
Video Cámara Digital	1.400,00	3	466,67	1	466,67	933,33
Fax-Teléfono con línea	450,00	3	150,00	1	150,00	300,00
Muebles de Oficina	10.000,00	10	1.000,00	5	5.000,00	5.000,00
Intercomunicadores	1.200,00	5	240,00	1	240,00	960,00
Armas de Fuego	2.400,00	5	480,00	5	2.400,00	0,00
	<b>Total Depreciación Anual</b>	<b>234.258,34</b>	<b>Valor de Desecho</b>	<b>1.575.489,78</b>		

## 6.4 Tasa de Descuento

### 6.4.1 Rentabilidad para el inversionista: CAPM

A través del CAPM se calcula la TMAR exigida por los accionistas que van a invertir en el proyecto. Se utiliza la siguiente fórmula:

$$R_s = R_f + \text{Beta} (R_m - R_f)$$

*Donde:*

$R_s$ : TMAR exigida por el inversionista.

$R_f$ : Tasa libre de Riesgo

$R_m - R_f$ : Prima de riesgo del mercado.

$R_m$ : Rentabilidad del mercado.

#### Datos de Nuestra Empresa:

Nivel de Endeudamiento	50%
Impuesto*	15%

*\*El impuesto que se paga es del 15% porque reinvertiremos todas las utilidades (LRTI)*

Por tanto, aplicando la fórmula del CAPM:

$$R_s = 1,96\% + 1,332(8,5\% - 1,96\%) + 8,95\%$$

**$R_s$ : 18,29%**

### 6.4.2 Costo Capital de la Empresa

Es la TMAR que la empresa debe generar para pagarle tanto a sus acreedores (Institución Financiera) como a los accionistas. Se aplica la siguiente fórmula:

$$CPPC= S*Rs + B* Rb * (1+T)$$

*Donde:*

**CPPC:** Costo promedio ponderado de nuestra empresa.

**Rb:** Costo de la deuda (Tasa de interes sobre los créditos otorgados por el banco)

**B:** Nivel de Endeudamiento.

**S:** Nivel de capital propio.

Aplicando la formula tenemos que:

$$CPPC: 0,50*0,0933*(1-0,15)+(1-0,50)*0,1829$$

**CPPC: 13.11%**

En conclusión, nuestra empresa debe generar una rentabilidad de 13.11% para que pueda cancelar los créditos concedidos por el banco y compensar a sus inversionistas.

## 6.5 Flujo de Caja

### 6.5.1 Financiamiento

La inversión inicial será financiada 50% vía deuda y 50% vía capital propio.

El préstamo era concedido por el banco internacional, a cinco años plazo y a una tasa de interés del 9.33% anual.

El detalle del financiamiento vía deuda se muestra a continuación:

<b>Préstamo 50% inversión inicial</b>	1.733.295,62
<b>Costo de la deuda</b>	9,33%
<b>Plazo Máximo de Pago</b>	5 años

**Tabla 6.7 Amortización Préstamo**

<b>T</b>	<b>Pago</b>	<b>Amort. Capital</b>	<b>Interés</b>	<b>Saldo Insoluto</b>
<b>0</b>				1.733.295,62
<b>1</b>	449.439,30	287.722,82	161.716,48	1.445.572,80
<b>2</b>	449.439,30	314.567,36	134.871,94	1.131.005,45
<b>3</b>	449.439,30	343.916,49	105.522,81	787.088,96
<b>4</b>	449.439,30	376.003,90	73.435,40	411.085,06
<b>5</b>	449.439,30	411.085,06	38.354,24	0,00

### **6.5.2 VAN y TIR del proyecto**

El flujo de caja correspondiente a un periodo de evaluación de 10 años, se descuenta a la tasa Rcpc igual a 13.11% para determinar el VAN y evaluar si es conveniente o no ejecutar el proyecto. Se obtiene:

<b>TASA</b>	<b>%</b>	<b>VAN USD</b>
<b>Rcpc</b>	13.11%	\$1.461.788,15
<b>TIR</b>	22.39%	



El VAN calculado es positivo y la TIR es mayor al costo promedio ponderado de capital por lo que se concluye que el proyecto es factible de llevarse a cabo.

**Tabla 6.8 Flujo de Caja Detallado**

Años	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gourmet		412.500,00	450.000,00	450.000,00	450.000,00	450.000,00	450.000,00	450.000,00	450.000,00	450.000,00	450.000,00
Normal		330.000,00	360.000,00	360.000,00	360.000,00	360.000,00	360.000,00	360.000,00	360.000,00	360.000,00	360.000,00
Cajas		742.500,00	810.000,00	810.000,00	810.000,00	810.000,00	810.000,00	810.000,00	810.000,00	810.000,00	810.000,00
Ingresos por Ventas		<b>1.485.000,00</b>	<b>1.620.000,00</b>	<b>1.620.000,00</b>	<b>1.620.000,00</b>	<b>1.620.000,00</b>	<b>1.620.000,00</b>	<b>1.620.000,00</b>	<b>1.620.000,00</b>	<b>1.620.000,00</b>	<b>1.620.000,00</b>
Embalaje		-11.715,00	-11.715,00	-11.715,00	-11.715,00	-11.715,00	-11.715,00	-11.715,00	-11.715,00	-11.715,00	-11.715,00
Flete		-56.944,80	-56.944,80	-56.944,80	-56.944,80	-56.944,80	-56.944,80	-56.944,80	-56.944,80	-56.944,80	-56.944,80
Costos Variables		<b>-68.659,80</b>	<b>-68.659,80</b>	<b>-68.659,80</b>	<b>-68.659,80</b>	<b>-68.659,80</b>	<b>-68.659,80</b>	<b>-68.659,80</b>	<b>-68.659,80</b>	<b>-68.659,80</b>	<b>-68.659,80</b>
Agua		960,00	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00
Internet		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Telefono		1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Sueldo del Personal		354.120,00	354.120,00	354.120,00	354.120,00	354.120,00	354.120,00	354.120,00	354.120,00	354.120,00	354.120,00
Gastos de Suministros		1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Publicidad y Marketing		24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00
Seguridad		6.480,00	6.480,00	6.480,00	6.480,00	6.480,00	6.480,00	6.480,00	6.480,00	6.480,00	6.480,00
Total Costo Fijo		<b>-389.160,00</b>	<b>-389.160,00</b>	<b>-389.160,00</b>	<b>-389.160,00</b>	<b>-389.160,00</b>	<b>-389.160,00</b>	<b>-389.160,00</b>	<b>-389.160,00</b>	<b>-389.160,00</b>	<b>-389.160,00</b>
Dep. Construcción		-121.827,61	-121.827,61	-121.827,61	-121.827,61	-121.827,61	-121.827,61	-121.827,61	-121.827,61	-121.827,61	-121.827,61
Dep. Camión Sermitérmico		-4.900,00	-4.900,00	-4.900,00	-4.900,00	-4.900,00	-4.900,00	-4.900,00	-4.900,00	-4.900,00	-4.900,00
Dep. Balanza Gramera		-200,00	-200,00	-200,00	-200,00	-200,00	-200,00	-200,00	-200,00	-200,00	-200,00
Dep. Salinómetro Portátil		-200,00	-200,00	-200,00	-200,00	-200,00	-200,00	-200,00	-200,00	-200,00	-200,00
Dep. Peachimento Portátil		-240,00	-240,00	-240,00	-240,00	-240,00	-240,00	-240,00	-240,00	-240,00	-240,00
Dep. Tanque de Repección de Semilla		-120,00	-120,00	-120,00	-120,00	-120,00	-120,00	-120,00	-120,00	-120,00	-120,00
Dep. Herramientas Varias		-50,00	-50,00	-50,00	-50,00	-50,00	-50,00	-50,00	-50,00	-50,00	-50,00
Dep. Manómetro		-20,00	-20,00	-20,00	-20,00	-20,00	-20,00	-20,00	-20,00	-20,00	-20,00
Dep. Bomba 2" portátil a gasolina		-130,00	-130,00	-130,00	-130,00	-130,00	-130,00	-130,00	-130,00	-130,00	-130,00
Dep. Cámara de Frío IQF		-30.000,00	-30.000,00	-30.000,00	-30.000,00	-30.000,00	-30.000,00	-30.000,00	-30.000,00	-30.000,00	-30.000,00
Dep. Cámara de Refrigeración		-20.000,00	-20.000,00	-20.000,00	-20.000,00	-20.000,00	-20.000,00	-20.000,00	-20.000,00	-20.000,00	-20.000,00
Dep. Laboratorio		-20.000,00	-20.000,00	-20.000,00	-20.000,00	-20.000,00	-20.000,00	-20.000,00	-20.000,00	-20.000,00	-20.000,00
Dep. Equipos de Laboratorio		-20.000,00	-20.000,00	-20.000,00	-20.000,00	-20.000,00	-20.000,00	-20.000,00	-20.000,00	-20.000,00	-20.000,00
Dep. Planta de Energía		-8.817,40	-8.817,40	-8.817,40	-8.817,40	-8.817,40	-8.817,40	-8.817,40	-8.817,40	-8.817,40	-8.817,40
Dep. Computadores e Impresoras		-5.416,67	-5.416,67	-5.416,67	-5.416,67	-5.416,67	-5.416,67	-5.416,67	-5.416,67	-5.416,67	-5.416,67
Dep. Video Cámara Digital		-466,67	-466,67	-466,67	-466,67	-466,67	-466,67	-466,67	-466,67	-466,67	-466,67
Dep. Fax-Teléfono con línea		-150,00	-150,00	-150,00	-150,00	-150,00	-150,00	-150,00	-150,00	-150,00	-150,00
Dep. Muebles de Oficina		-1.000,00	-1.000,00	-1.000,00	-1.000,00	-1.000,00	-1.000,00	-1.000,00	-1.000,00	-1.000,00	-1.000,00
Dep. Intercomunicadores		-240,00	-240,00	-240,00	-240,00	-240,00	-240,00	-240,00	-240,00	-240,00	-240,00

Dep.Armas de Fuego	-480,00	-480,00	-480,00	-480,00	-480,00	-480,00	-480,00	-480,00	-480,00	-480,00
<b>Depreciación Total</b>	<b>-234.258,34</b>	<b>-234.258,34</b>	<b>-234.258,34</b>	<b>-234.258,34</b>	<b>-234.258,34</b>	<b>-234.258,34</b>	<b>-234.258,34</b>	<b>-234.258,34</b>	<b>-234.258,34</b>	<b>-234.258,34</b>
UAII	792.921,86	927.921,86	927.921,86	927.921,86	927.921,86	927.921,86	927.921,86	927.921,86	927.921,86	927.921,86
Intereses	-161.716,48	-134.871,94	-105.522,81	-73.435,40	-38.354,24					
UAI	631.205,37	793.049,91	822.399,05	854.486,46	889.567,62	927.921,86	927.921,86	927.921,86	927.921,86	927.921,86
Impuestos 15%	-94.680,81	-118.957,49	-123.359,86	-128.172,97	-133.435,14	-139.188,28	-139.188,28	-139.188,28	-139.188,28	-139.188,28
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>536.524,57</b>	<b>674.092,43</b>	<b>699.039,19</b>	<b>726.313,49</b>	<b>756.132,48</b>	<b>788.733,58</b>	<b>788.733,58</b>	<b>788.733,58</b>	<b>788.733,58</b>	<b>788.733,58</b>
Dep. Construcción	121.827,61	121.827,61	121.827,61	121.827,61	121.827,61	121.827,61	121.827,61	121.827,61	121.827,61	121.827,61
Dep. Camión Sermitérmico	4.900,00	4.900,00	4.900,00	4.900,00	4.900,00	4.900,00	4.900,00	4.900,00	4.900,00	4.900,00
Dep. Balanza Gramera	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Dep. Salinómetro Portátil	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Dep. Peachimento Portátil	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Dep. Tanque de Repección de Semilla	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Dep. Tanques para bombardeo	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
Dep. Herramientas Varias	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Dep. Manómetro	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Dep. Bomba 2" portátil a gasolina	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00
Dep. Cámara de Frío IQF	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00
Dep. Cámara de Refrigeración	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
Dep. Laboratorio	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
Dep. Equipos de Laboratorio	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
Dep. Planta de Energía	8.817,40	8.817,40	8.817,40	8.817,40	8.817,40	8.817,40	8.817,40	8.817,40	8.817,40	8.817,40
Dep. Computadores e Impresoras	5.416,67	5.416,67	5.416,67	5.416,67	5.416,67	5.416,67	5.416,67	5.416,67	5.416,67	5.416,67
Dep. Video Cámara Digital	466,67	466,67	466,67	466,67	466,67	466,67	466,67	466,67	466,67	466,67
Dep. Fax-Teléfono con línea	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Dep. Muebles de Oficina	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Dep. Intercomunicadores	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Dep.Armas de Fuego	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00
<b>Depreciación Total</b>	<b>234.259,84</b>	<b>234.259,84</b>	<b>234.259,84</b>	<b>234.259,84</b>	<b>234.259,84</b>	<b>234.259,84</b>	<b>234.259,84</b>	<b>234.259,84</b>	<b>234.259,84</b>	<b>234.259,84</b>
Préstamo	1.733.295,62									
Amortización de la Deuda	-287.722,82	-314.567,36	-343.916,49	-376.003,90	-411.085,06					
V/L Terreno										92.000,00
V/L Construcción										1.218.276,12
V/L Camión Sermitérmico										19.600,00
V/L Balanza Gramera										800,00
V/L Salinómetro Portátil										800,00
V/L Peachimento Portátil										720,00

V/L Tanque de Repección de Semilla												600,00
V/L Herramientas Varias												0,00
V/L Manómetro												60,00
V/L Bomba 2" portátil a gasolina												520,00
V/L Cámara de Frío IQF												0,00
V/L Cámara de Refrigeración												180.000,00
V/L Laboratorio												0,00
V/L Equipos de Laboratorio												0,00
V/L Planta de Energía												44.087,00
V/L Computadores e Impresoras												10.833,33
V/L Video Cámara Digital												933,33
V/L Fax-Teléfono con línea												300,00
V/L Muebles de Oficina												5.000,00
V/L Intercomunicadores												960,00
V/L Armas de Fuego												0,00
Inv. Camión Sermitérmico												-24500
Inv. Balanza Gramera												-1000
Inv. Salinómetro Portátil												-1000
Inv. Peachimento Portátil												-1200
Inv. Manómetro												-100
Inv. Bomba 2" portátil a gasolina												-650
Inv. Equipos de Laboratorio												-100000
Inv. Computadores e Impresoras												-16250
Inv. Video Cámara Digital												-1400
Inv. Fax-Teléfono con línea												-450
Inv. Intercomunicadores												-1200
Inv. Armas de Fuego												-2400
Inv. Obras Físicas												-3.466.591,23
Inv. Terreno												-80.000,00
Inv. Activos Fijos												-849.689,00
Capital de Trabajo												-104.611,80
Flujo de Caja												-2.767.596,41
VAN Rcppc 13,110%												\$ 1.461.788,15
TIR												22,39%

## 6.6 Período de Recuperación de la Inversión (PAYBACK)

El PAYBACK se utiliza para determinar en cuanto tiempo se recuperará la inversión inicial realizada en el proyecto. La inversión inicial de la empresa, sería recuperada en aproximadamente nueve años.

**Tabla 6.9 Payback**

#	Saldo Inversion	Flujo de Caja	Rentabilidad Exigida	Recuperacion de Inversion
0	3.466.591,23	0	0	0
1	3.438.008,41	483.061,60	454478,7767	28.582,82
2	3.294.954,99	593.784,92	450731,4976	143.053,42
3	3.155.649,28	571.282,55	431976,8369	139.305,71
4	2.984.793,36	584.569,43	413713,5103	170.855,92
5	2.928.849,97	447.257,26	391313,8716	55.943,39
6	2.307.936,10	1.004.893,42	383979,5535	620.913,87
7	1.587.518,88	1.022.993,42	302576,1931	720.417,23
8	772.653,15	1.022.993,42	208127,6934	814.865,73
9	-130.943,51	1.004.893,42	101296,7593	903.596,66
10	-2.614.543,74	2.466.433,20	-17167,02215	2.483.600,23

## 6.7 Conclusiones del Análisis Financiero

- La inversión en el proyecto es rentable por cuanto se satisfacen los niveles mínimos de rentabilidad exigidos por los inversionistas.
- Puesto que todas las utilidades se reinvierten a favor del crecimiento de la empresa, solo se pagará una tasa de impuesto corporativo de 15%, de acuerdo a lo establecido en la Ley de Régimen Tributario Interno.
- La inversión inicial realizada en el proyecto es una suma de dinero muy fuerte y solo podrá ser recuperada en aproximadamente nueve años. Este hecho, junto con la ausencia de dividendos, podría hacer que los inversionistas no

quieran participar en el proyecto porque no recibirán utilidades sino hasta el año diez aproximadamente.

## **Conclusiones Generales del Proyecto**

Habiendo realizado un análisis general del proyecto sobre la producción y exportación de conchas congeladas a Europa, podemos asegurar que su implementación tendrá aceptación en el mercado puesto que existe la necesidad de consumo de este tipo de marisco exótico por parte de nuestros clientes objetivos.

El estudio de Mercado concluye que nuestro producto será aceptado por el 53% del mercado europeo, siendo la cadenas de supermercados y restaurantes nuestros mayores demandantes de conchas congeladas.

En el estudio técnico se define que el canal de compra de los productos se realiza de manera directa, o por medio de una llamada telefónica o videoconferencia para realizar los contratos correspondientes. Además, se determino que la inversión de la infraestructura es muy fuerte.

En el Estudio de Costos determinamos que los costos variables dependerán de la cantidad de toneladas mínima que se producirá diariamente y también dependerá de los servicios adicionales de embalaje transporte.

En el estudio Organizacional pudimos establecer el organigrama de la empresa en base al personal que va a formar parte del

equipo de trabajo, el cual nos ayudara a cumplir los objetivos planteados de manera eficiente.

En el estudio financiero podemos constatar que el proyecto es aceptable en el Mercado Europeo; habiendo proyectado el flujo de caja para diez años, se halló un valor actual neto (VAN) de \$ 1.461.788,15 y también se pudo diagnosticar que el tiempo en el que se va a recuperar la inversión es de nueve años.

Si un inversionista cuenta con los recursos económicos suficientes, se recomienda que invierta en este negocio, ya que se tendrá un beneficio positivo por la necesidad existente en el mercado respecto al consumo de conchas.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- INSTITUTO NACIONAL DE PESCA
- Tesis Peruana sobre la Producción & Exportación de conchas
- Aduana del Ecuador
- Plan de Negocio: Exportación de Conchas Congeladas a Estados Unidos (ESPOL)
- Tesis Peruana sobre la Producción & Exportación de conchas
- Trade Map



## **ANEXOS**

### **ENTREVISTA A EXPERTOS EN EL INSTITUTO NACIONAL DE PESCA EN GUAYAQUIL**

#### **1.- ¿Qué factores son determinantes para captar la demanda del mercado objetivo?**

Tener autorización por parte de las autoridades competentes del país que exporta el producto, luego que el recurso pueda realmente ser explotado porque posiblemente el recurso solo está para ser un recurso interno, otros factores importantes es la forma como se captura y las condiciones higiénicas del producto. EL producto posee aminoácidos esenciales para el desarrollo del cuerpo humano.

#### **3.- ¿Cuáles serán los motivos para que nuestros clientes adquieran nuestros productos?**

El mercado europeo se enfoca mucho en la calidad del producto y que tenga su debido registro sanitario ya que las conchas al ser un producto que requiere de manipulación la misma que debería ser controlada para evitar cualquier tipo de contaminación.

#### **4.- ¿Qué tipo de parámetros determinarían la cantidad, diseño y presentación de nuestros productos?**

El producto puede ser congelado y empacados al vacío , también puede ser pre cocido enlatado al vacío o también enlatado con un líquido de cobertura que puede ser el aceite de oliva.

#### **5.- ¿En qué sectores de Europa podría ser más accesible comercializar?**

Generalmente todo el mercado Europa es un excelente mercado para la comercialización de las conchas en los países que más viable puede ser son España, Alemania, Francia; Holanda también nos podemos enfocar en las grandes colonias Ecuatorianas en el sector Europeo. También lo prefieren como gourmet ya que son países de clase alta.

**6.- ¿Cuál sería la mejor estrategia de Marketing a utilizar?**

La publicidad que se puede utilizar es la garantía del producto la calidad, la garantía de que Ecuador es un país libre de cualquier tipo de riesgo generalmente a Europa le gusta mucho el cuidado del medio ambiente, de hecho es un tipo de Marketing el uso de sellos verdes que significa que el producto fomenta el cuidado del medio ambiente.

**7.- ¿Como afectaría la situación actual por la que están pasando los países Europeos a nuestras negociaciones?**

Las exportaciones pueden llegar a disminuir pero por el momento las exportaciones por ahora no afectarían ya que los países como Alemania ya han logrado superar la crisis pero países como España todavía no logran superar la crisis económica.