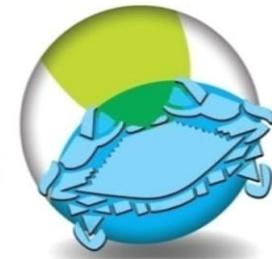


# Bluecrab Gye



***“Las jaibas, criaturas acorazadas de los mares y delicia de nuestros paladares”***

# *“Proyecto de exportación de jaiba”*



*Diana Lara*



*Noelia Muñoz*



*Carlos Quevedo M.*

# INTRODUCCIÓN

# PROBLEMA

La Demanda de importaciones de jaiba en Estados Unidos se ha incrementado considerablemente, al punto de cerrar la brecha con el principal importador del producto; por lo cual existe una necesidad por satisfacer en este país

# DEBIDO A:



Entre la tendencias actuales está el consumo de alimentos sanos.



La Jaiba es muy apetecida en mercados internacionales.



Generando riqueza, en un mercado que no está saturado.

# OBJETIVO GENERAL

-  Analizar la factibilidad de la exportación de pulpa de Jaiba a Estados Unidos

# OBJETIVOS ESPECÍFICOS

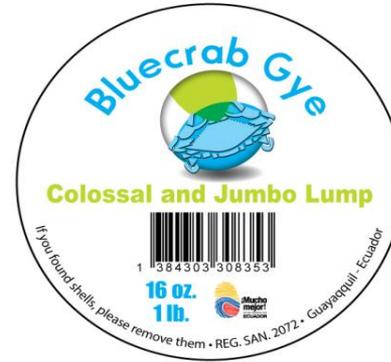
-  Definir nuestro producto estableciendo las presentaciones que vamos a ofrecer en base a la necesidades del mercado estadounidense
-  Determinar el monto de la inversión, así como costos de los activos y gastos que se necesitaran para la producción
-  Establecer estrategias para competir dentro de mercados internacionales

# ALCANCE



El mercado de Estados Unidos, expandiéndonos a los principales compradores del productos, que son las empresas procesadoras/exportadoras de productos elaborados a partir de las Jaibas

# PRODUCTOS



# ESTUDIO ORGANIZACIONAL

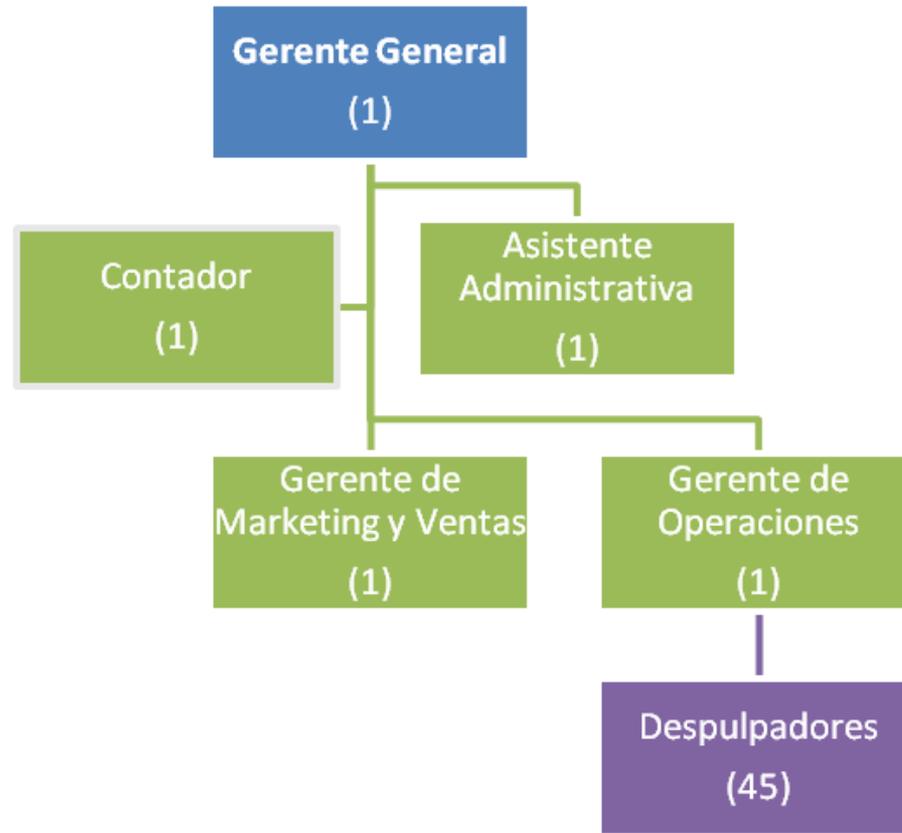
## MISIÓN

Ser la empresa líder en producción y exportación de carne de jaiba, cumpliendo con altos estándares de calidad y contribuyendo a la economía nacional.

## VISIÓN

Ser la empresa ecuatoriana exportadora de Jaiba con mayor volumen de ventas al mercado Estadounidense

# ORGANIGRAMA



# FODA DEL PROYECTO

## FORTALEZAS

-  Es un producto escasamente explotado.
-  Bajos costos de producción y alta valoración en el mercado.
-  Ser especializada en jaiba.
-  La factibilidad de producir más productos derivados de la jaiba.

# DEBILIDADES

-  Cumplir con altas exigencias del mercado.
-  Ser un producto perecedero que requiere pronta manufactura y envío.
-  Se incurriría en una alta inversión.
-  Poca diversificación de riesgo.

# OPORTUNIDADES

-  La competencia no incrementará en mayor medida con el pasar de los años.
-  La jaiba no se ve afectada por veda.
-  Captar más socios a nivel internacional.
-  Expandirnos a grandes mercados como el asiático y europeo.

# OPORTUNIDADES

-  Fomentar su consumo como sustituto del cangrejo.
-  Crear asociaciones con otros exportadores de jaiba.
-  La posibilidad de producir más productos derivados de la jaiba.
-  Es un producto saludable que va acorde con las nuevas tendencias alimenticias.

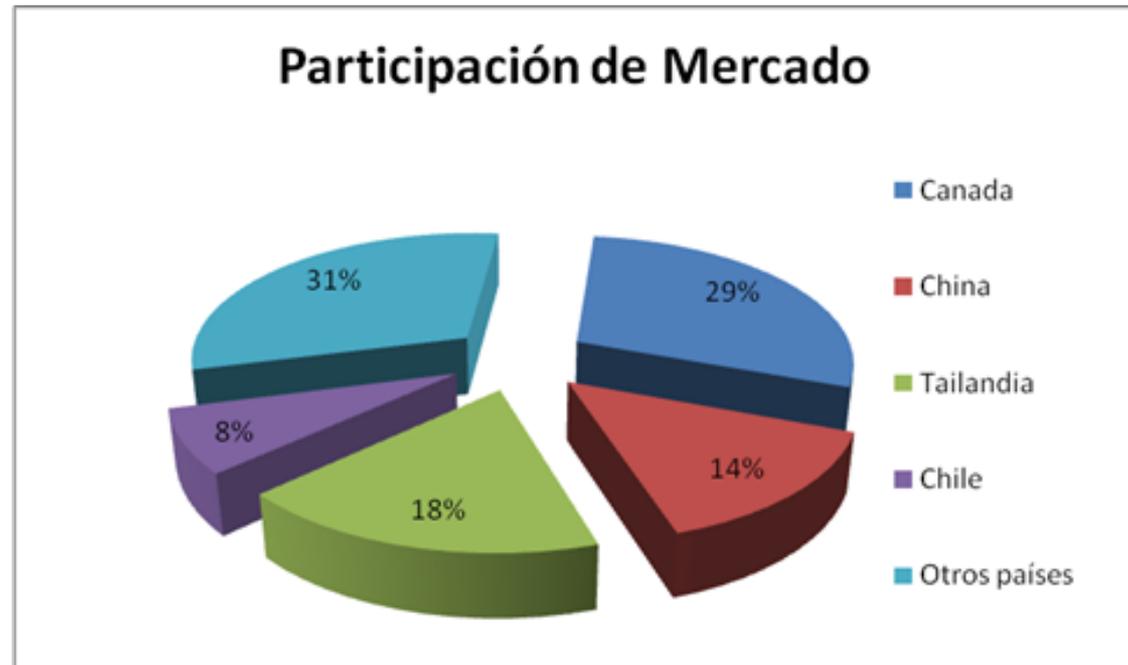
# AMENAZAS

-  Dificultad para obtener financiamiento.
-  La competencia podría obstaculizar el desempeño de la nueva compañía.
-  Falta de proveedores de jaiba.
-  Cualquier enfermedad o circunstancia impredecible que provoque la Caída del precio.

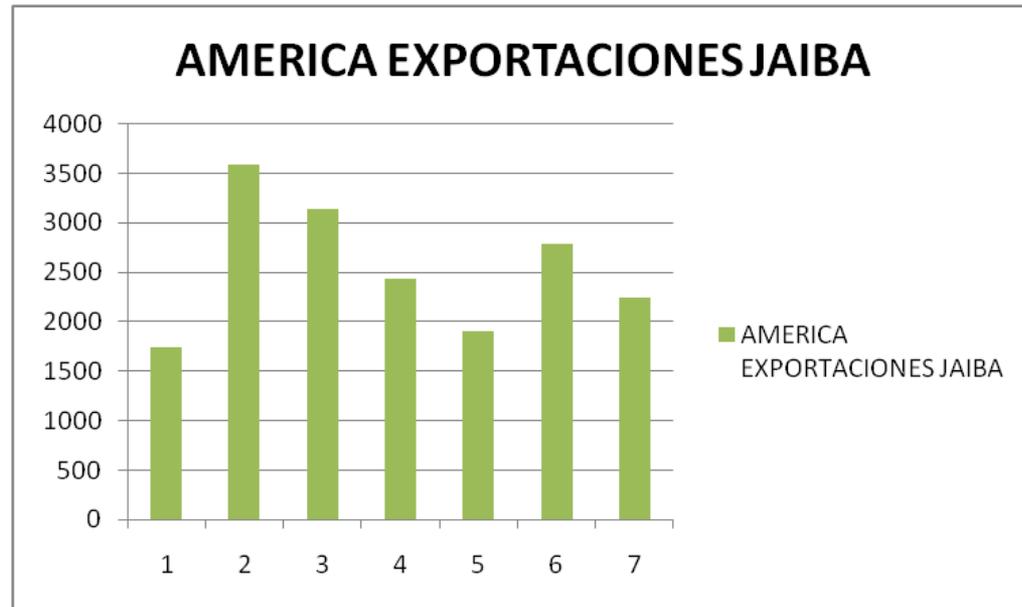
# EXPORTACIÓN

-  Registro de exportación.
-  Contratación de exportación.
-  Trámites de exportación.
-  Elaboración y aprobación del Formato Único de Exportación (FUE).
-  Elaboración y aprobación del certificado de origen.
-  Elaboración y aprobación de la Declaración aduanera Única (DAU).
-  Certificados fitosanitarios.
-  Justificación de divisas.

# Análisis del mercado internacional



# LATINOAMÉRICA



# EUROPA

Tabla N° 8

Producto	Importaciones	Exportaciones	Balanza Comercial
Jaiba viva y fresca	10097	3587	6510
Carne de jaiba congelada	3189	325	2864
Carne de Jaiba preservada	4101	177	3924

Fuente: Eurostat

Elaborado por: Los autores

# ASIA

Land Area	Trade flow	Commodity	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Asia	Export	Crab meat, frozen	2 266	3 402	7 313	9 285	28 812	6 820	5 796
	Import	Crab meat, frozen	139	19	61	101	26	53	32
	Production	Crab meat, frozen	632	610	519	1 086	2 782	2 667	2 181
<b>Total Asia</b>			3 037	4 031	7 893	10 472	31 620	9 540	8 009
Grand total			3 037	4 031	7 893	10 472	31 620	9 540	8 009

# COMPETENCIA INTERNACIONAL

 Peru : Ocean Eagle Seafood SAC.

 Chile : Novofoods & Company.

 México: Exportadora Miramar S.A de C.V.

 Argentina: Pesquera Costa Brava S.A.

 Italy: Ocean Eagle Seafood SRL.

 Indonesia : PT Makmur Hasil Bahari.

 China: Lighthouse Seafood International Pte  
Ltd.

# OFERTA ECUATORIANA

Alprojanza S.A.

Promariscos S.A.

Canino Hector Marty

Piadorza S.A.

# Estrategias F.O.D.A

-  *Explotar campos de producción de jaiba y cangrejo en las costas ecuatorianas para su exportación y consumo local.*
-  *Expandirnos nuestra cartera de clientes abarcando mercados donde la jaiba es altamente valorada.*
-  *Posicionar la marca en el mercado internacional utilizando eficientemente nuestra especialización en jaiba como ventaja competitiva*

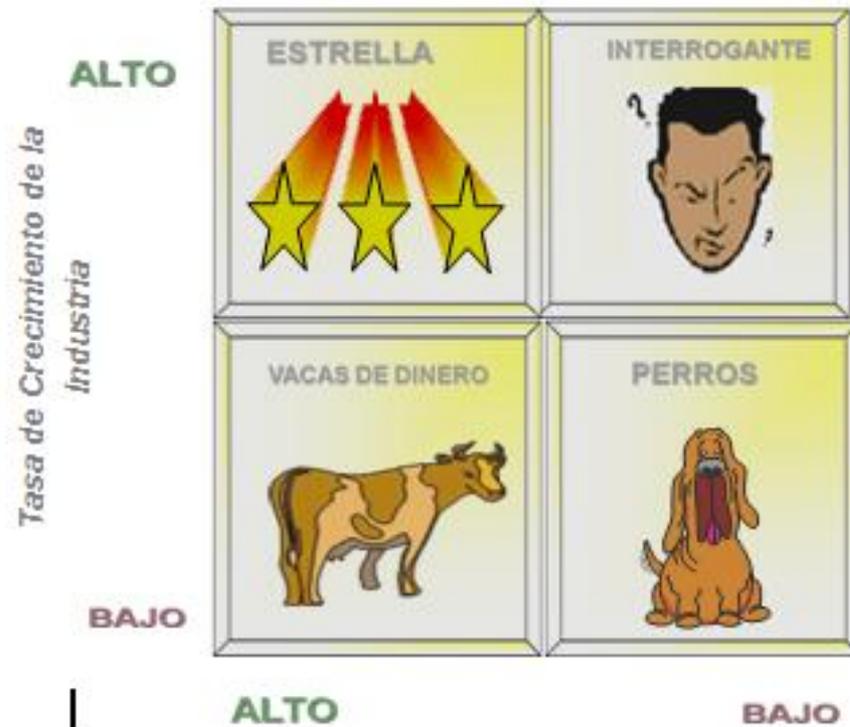
# Estrategias F.O.D.A

-  *Generar productos financieros en alianza con entidades financieras. Desarrollar con profundidad el crédito.*
-  *Desarrollar imagen de lo nacional: "COMPRALE AL ECUADOR".*
-  *Potenciar la capacidad técnica de la zona para aumentar la producción*

# PLAN DE MARKETING

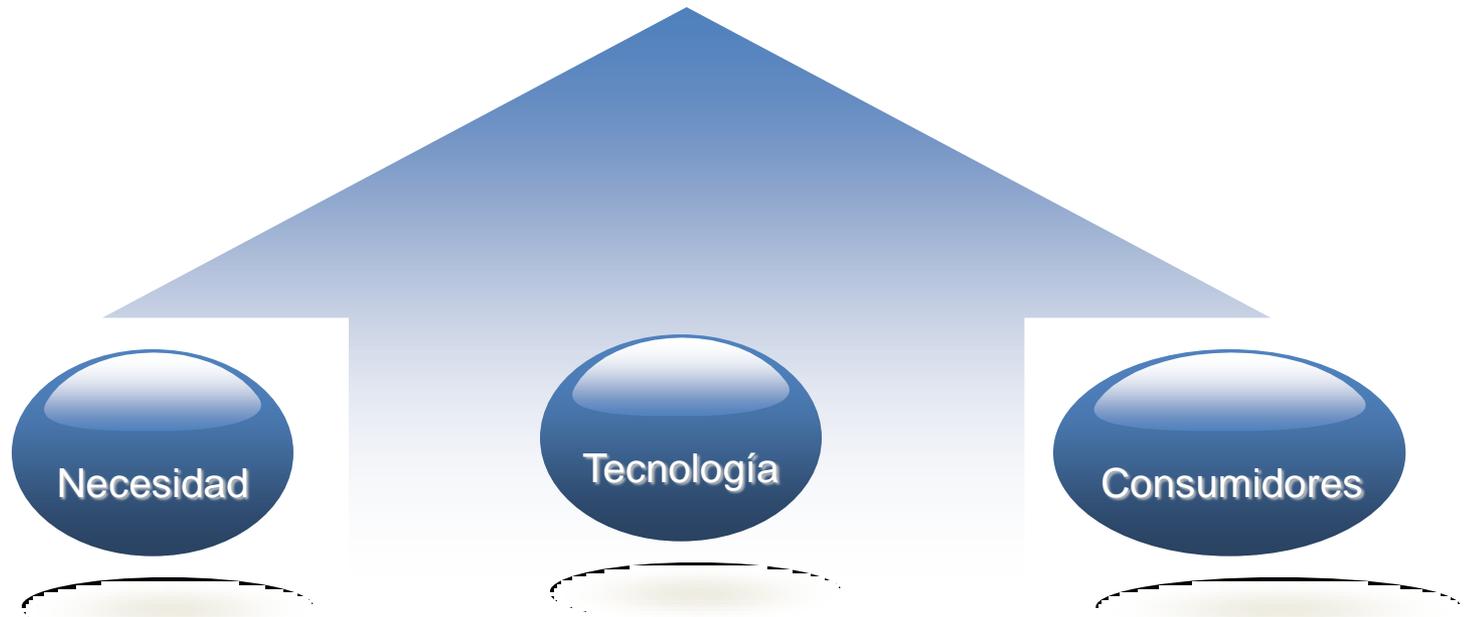
## Matriz BCG

*Participación de la Compañía en el Mercado*



# PLAN DE MARKETING

MERCADO OBJETIVO



# MICRO SEGMENTACIÓN

🦀 Seattle, WA.

🦀 New York, NYS.

🦀 Los Angeles, CA.

🦀 San Francisco, CA.

🦀 Buffalo, NY.



# SOCIO ESTRATÉGICO

## ***American Seafood Group:***



 *American Pride Seafoods*



 *American Seafoods  
internacional/Frionor*



# FUERZAS DE PORTER

- 🦀 El Ingreso Potencial de Nuevos Competidores.
- 🦀 La intensidad de la rivalidad entre competidores.
- 🦀 Poder de negociación de los consumidores.
- 🦀 El poder de negociación de proveedores.
  - Guasmo
  - Posorja.

# PRUDUCTOS SUSTITUTOS

 Cangrejos.

 Centolla.

 Langostinos.

 Camarones.

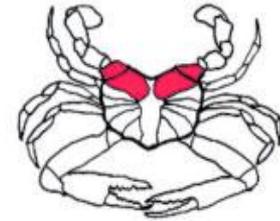
 Mariscos en general.

 Alimentos bajos en calorías.

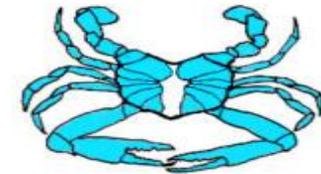
# MARKETING MIX: 4 P'S

## Producto

 **Colossal and Jumbo Lump**

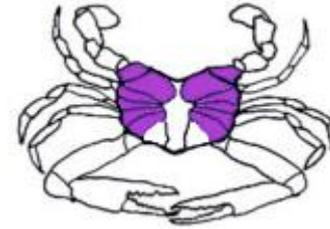


 **Culinary Jumbo**

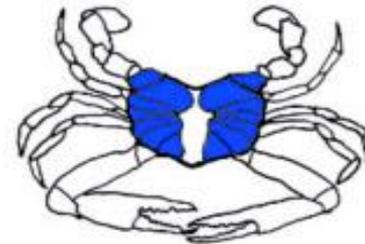


# LÍNEAS DE PRODUCCIÓN

 **Lump**

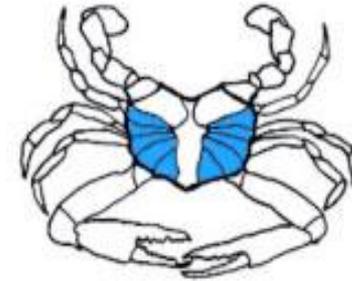


 **Backfin**

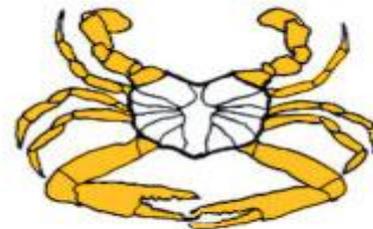


# LÍNEAS DE PRODUCCIÓN

 **Special**



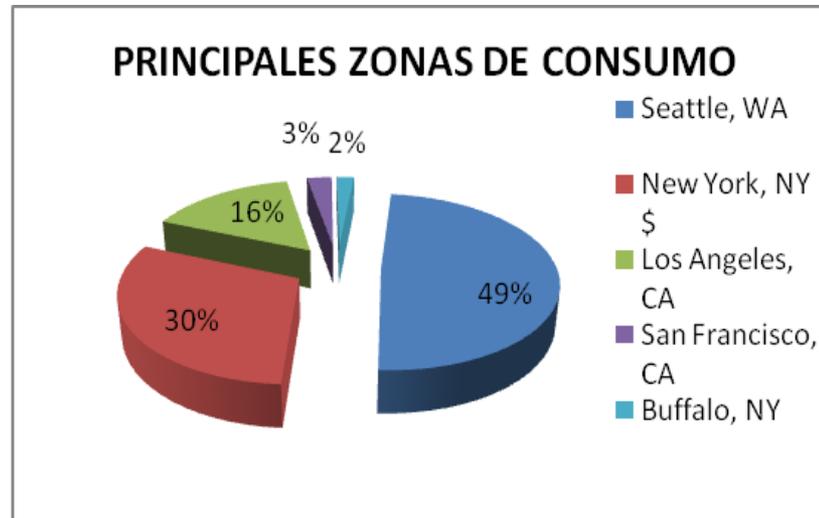
 **Claw Meat**



# MARKETING MIX: 4 P'S

 **Precio**

 **Plaza**

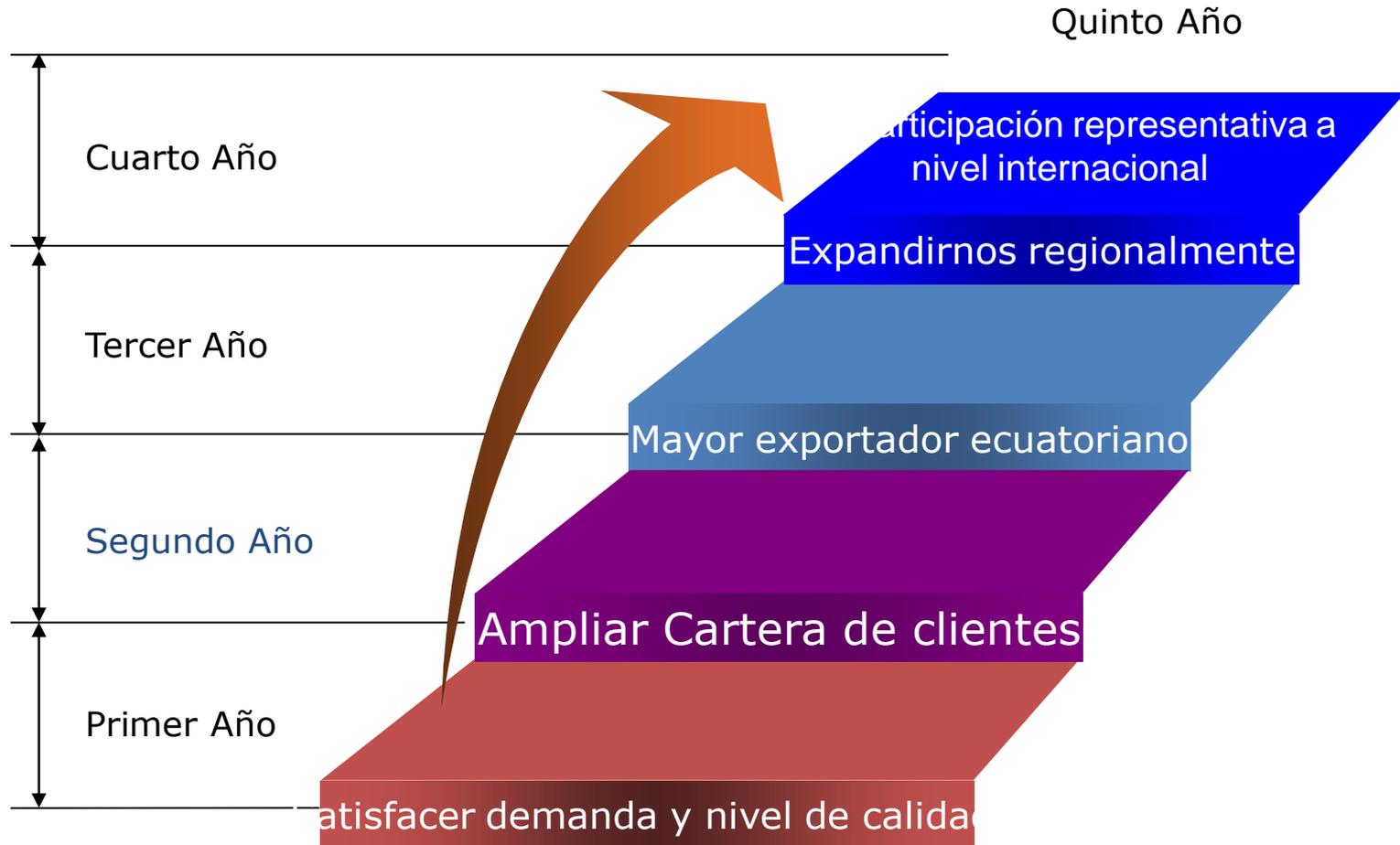


# ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

- 🦀 Envío de muestras y realización de seguimiento de la aceptación del producto.
- 🦀 Visitas a importadores en el mercado de destino.
- 🦀 Creación de un sitio web
- 🦀 Participación o visitas a ferias exhibiciones especializadas



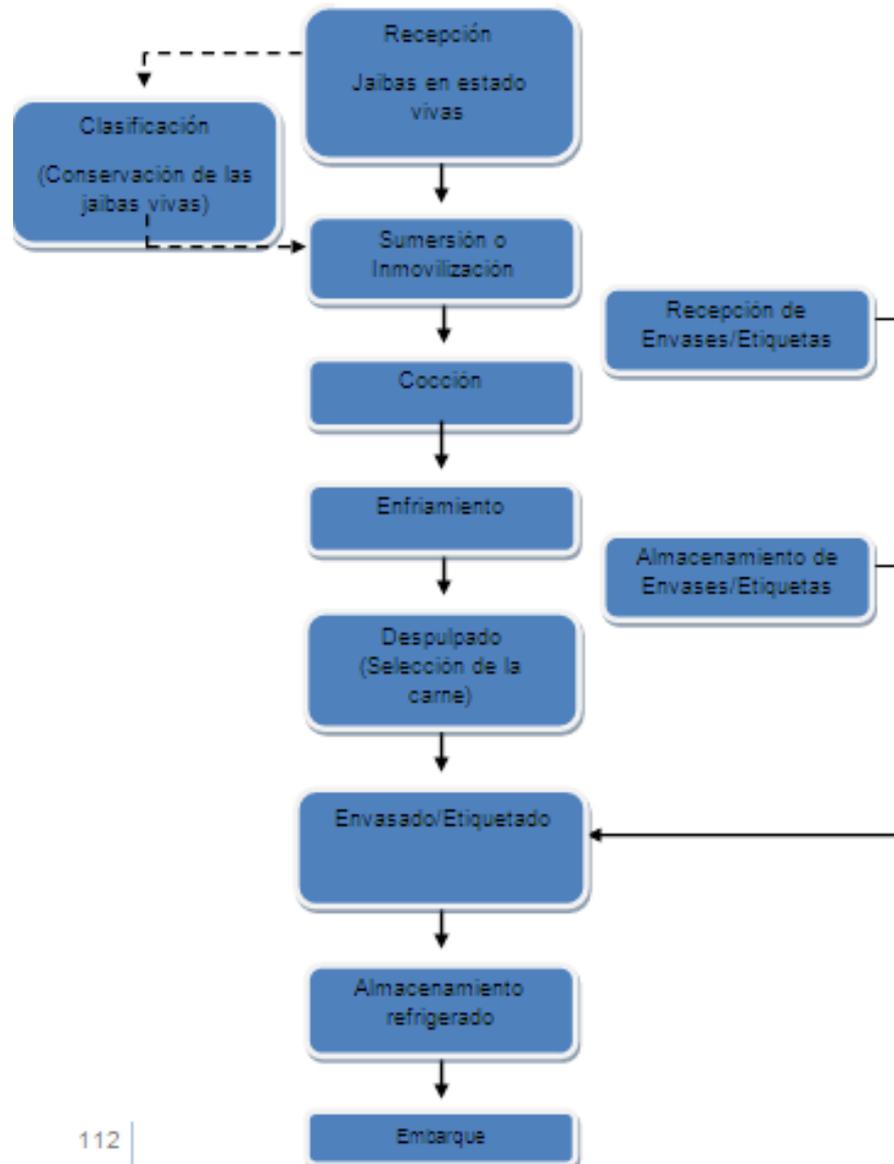
# PROYECCIONES



# ESTUDIO TÉCNICO



# FLUJO GRAMA DE PRODUCCIÓN



# INVERSIÓN EN ACTIVOS

## TERRENO:

-  Cantidad demandada proyectada a futuro.
-  Disponibilidad de insumos humanos, materiales y financieros.
-  Localización del proyecto

# TERRENO

## Demanda creciente:

### Demanda Proyectada

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Demanda Annual</b>	90000	93110	96328	99657	103102	106665

## Disponibilidad de insumos:

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Producción diaria</b>	625	647	669	692	716	741
<b>Materia prima</b>	5000	5173	5352	5537	5728	5926
<b>Capacidad requerida</b>	5625	5819	6021	6229	6444	6667

# TERRENO

## Determinación óptima de planta.

Opción Tecnológica	Capacidad (Libras)	Inversión	Costo Mantenimiento	Valor de desecho
<b>A</b>	6000 lbs	\$ -15.000,00	\$ -1.000,00	\$ 7.500,00
<b>B</b>	8000 lbs	\$ -21.000,00	\$ -1.500,00	\$ 10.500,00
<b>C</b>	7000 lbs	\$ -17.000,00	\$ -1.000,00	\$ 8.500,00
	2000 lbs	\$ -6.000,00	\$ -500,00	\$ 3.000,00

	<b>OPCIÓN A</b>	<b>OPCIÓN B</b>	<b>OPCIÓN C</b>
<b>VAN</b>	<b>-\$ 29.692,31</b>	<b>-\$ 26.188,52</b>	<b>-\$ 27.771,87</b>

# LOCALIZACIÓN

- 🦀 Medios y costos de transporte
- 🦀 Disponibilidad y costo de mano de obra idónea
- 🦀 Cercanía con los proveedores.
- 🦀 Cercanía del mercado.
- 🦀 Costo y Topografía de suelos (adecuaciones)

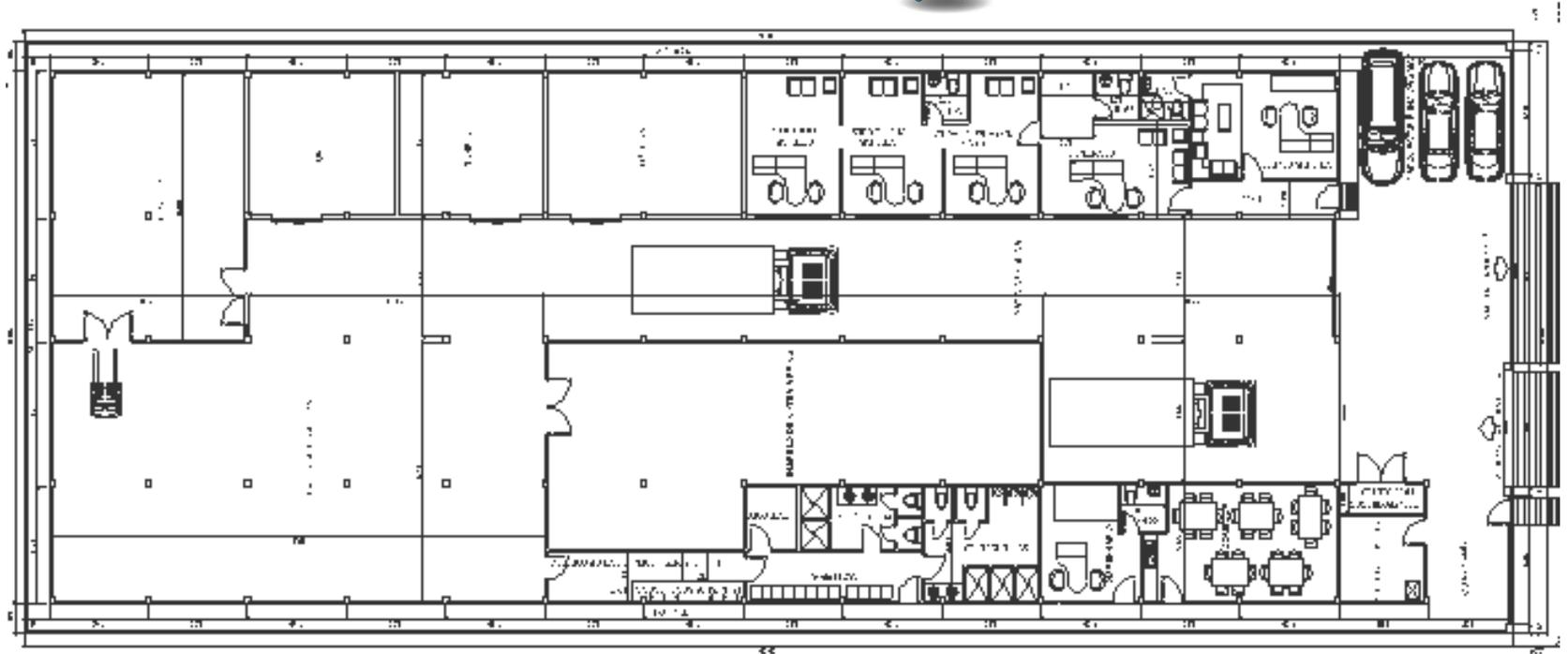


# TABLA DE LOCALIZACIÓN

# EDIFICACIÓN DE PLANTA

- Permisos
- Obra civil
- Dimensiones del terreno: 20,00 x 60,00 m (área 1.200,00 m<sup>2</sup>);
- Ubicación
- Características del solar e infraestructura existente e sector
- Parámetros del diseño

# PLANO ARQUITECTÓNICO





# CARACTERISTICAS DE PLANTA

# ESTUDIO FINANCIERO

# INVERSIÓN REQUERIDA

INVERSIÓN REQUERIDA	
<b>TERRENO</b>	\$ 90.000,00
<b>ADECUACIONES</b>	\$ 16.645,17
<b>EDIFICACIÓN</b>	\$ 384.800,00
<b>MAQUINARIA</b>	\$ 75.230,00
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>	\$ 8.965,00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	\$ 48.971,97
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	\$ 2.365,00
<b>IMPREVISTOS (1%)</b>	\$ 6.269,77
<b>TOTAL</b>	\$ 633.246,91

# CALENDARIO DE INVERSIONES

Concepto	Meses					Subtotales
	1	2	3	4	5	
Compra del terreno	█					\$ 90.000,00
Constitución de la empresa	█					\$ 1.450,00
Licencia de uso de suelo	█					\$ 200,00
Permiso de construcción	█					\$ 150,00
Compra de materiales		█				\$ 120.433,55
Contratación de servicios básicos		█				\$ 200,00
Construcción		█	█	█	█	\$ 281.011,62
Permiso de funcionamiento				█		\$ 915,00
Adquisición de maquinaria					█	\$ 75.230,00
Adquisición de equipos de oficina					█	\$ 8.965,00
Contratación de personal					█	-
Compra de insumos					█	\$ 16.816,80
Compra de materia prima					█	\$ 17.500,00
<b>TOTAL</b>						\$ 633.246,91

# FINANCIAMIENTO



## TABLA DE AMORTIZACIÓN DE DEUDA

Bluecrab Gye S. A.

Tasa de interés: 9,15% Años: 7

Moneda: Dólares Capital: \$ 290.698,29

Años	Capital	Intereses	Pago	Saldo
<b>0</b>				\$ 290.698,29
<b>1</b>	\$ 31.451,12	\$ 26.598,89	\$ 58.050,02	\$ 259.247,16
<b>2</b>	\$ 34.328,90	\$ 23.721,12	\$ 58.050,02	\$ 224.918,26
<b>3</b>	\$ 37.470,00	\$ 20.580,02	\$ 58.050,02	\$ 187.448,26
<b>4</b>	\$ 40.898,50	\$ 17.151,52	\$ 58.050,02	\$ 146.549,76
<b>5</b>	\$ 44.640,71	\$ 13.409,30	\$ 58.050,02	\$ 101.909,05
<b>6</b>	\$ 48.725,34	\$ 9.324,68	\$ 58.050,02	\$ 53.183,71
<b>7</b>	\$ 53.183,71	\$ 4.866,31	\$ 58.050,02	\$ 0,00

Capital propio	50%	290698,29
Financiamiento	50%	290698,29



# INGRESOS

<b>Ratio de Producción</b>	<b>0,24</b>
Materia Prima	17,63
Producto terminado	4,22

<b>Líneas de Producción</b>		
	<i>Participación</i>	<i>Precio por lb</i>
<b>Lump</b>	12%	\$ 6,12
<b>Colossal</b>	10%	\$ 7,15
<b>Backfin</b>	15%	\$ 8,00
<b>Claw Meat</b>	20%	\$ 9,34
<b>Culinary</b>	43%	\$ 8,81
<b>Precio ponderado</b>		<b>\$ 8,31</b>

# COSTOS Y GASTOS

## Supuestos de Costos Operativos

	<i>Mensual</i>	<i>Anual</i>
<i>Materia prima</i>	\$ 17.500,00	\$ 210.000,00
<i>MOD</i>	\$ 21.600,00	\$ 259.200,00
<i>Tarrinas</i>	\$ 686,40	\$ 8.236,80
<i>Cartones</i>	\$ 286,00	\$ 3.432,00
<i>Etiquetas</i>	\$ 429,00	\$ 5.148,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 42.995,97</b>	<b>\$ 580.920,37</b>

## Supuestos de Gastos Administrativos

<i>Rubros</i>	<i>Mensual</i>	<i>Anual</i>
<i>Laboral-administrativo</i>	\$ 5.110,00	\$ 61.320,00
<i>Servicios</i>	\$ 280,00	\$ 3.360,00
<i>Imprenta y suministros</i>	\$ 250,00	\$ 3.000,00
<i>Publicidad</i>	\$ 1.034,17	\$ 12.410,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.976,00</b>	<b>\$ 87.102,00</b>

# TASA DE DESCUENTO (TMAR)

## CAPM

$$Ke = Rf + \beta ( Rm - Rf ) + Rp$$

---

<b>Rf</b>	10,75%
<b>Rm</b>	12,00%
<b>B</b>	0,69%
<b>RIESGO PAIS</b>	9,87%
<b>Ke</b>	20,63%

# TASA DE DESCUENTO (TMAR)

## WACC

$$K_0 = K_d (1-t) \frac{D}{V} + (1 - \frac{D}{V}) k_e$$

---

<b>Kd</b>	9,15%
<b>Ke</b>	20,63%
<b>t</b>	25%
<b>D</b>	\$ 29.0698,29
<b>P</b>	\$ 29.0698,29
<b>V</b>	\$581.396,57
<b>Ko</b>	13,75%

# FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA

FLUJO DEL INVERSIONISTA	
AÑOS	FLUJOS
0	-\$ 290.698,29
1	\$ 77.140,96
2	\$ 81.753,69
3	\$ 86.444,45
4	\$ 91.208,49
5	\$ 96.040,23
6	\$ 100.933,13
7	\$ 105.879,62
8	\$ 168.921,01
9	\$ 176.585,19
10	\$ 202.735,80

<b>VAN</b>	122.010,51
<b>TIR</b>	30%
<b>TMAR</b>	20,63%

# FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

FLUJO DEL PROYECTO	
AÑOS	FLUJO
0	-\$ 581.396,57
1	\$ 121.980,98
2	\$ 128.022,92
3	\$ 134.273,66
4	\$ 140.740,43
5	\$ 147.430,69
6	\$ 154.352,17
7	\$ 161.512,85
8	\$ 168.921,01
9	\$ 176.585,19
10	\$ 202.735,80

<b>VAN</b>	185.989,17
<b>TIR</b>	21%
<b>TMAR</b>	13,75%

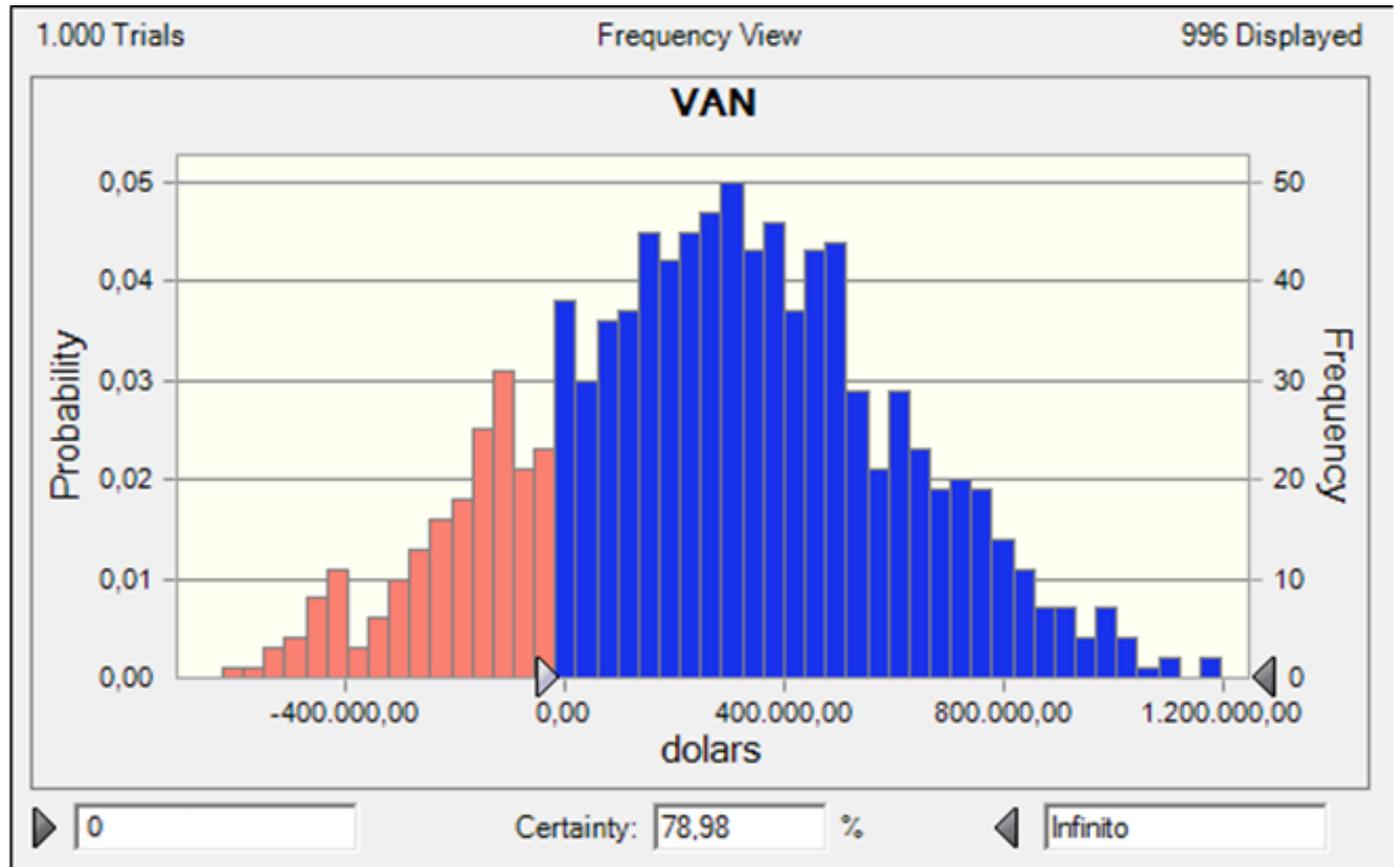


# PAYBACK

# ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

FLUCTUACIONES	PRECIOS	VAN	TIR
ORIGINAL	\$ 8,31	\$ 265.173,84	30,43%
AUMENTO 5%	\$ 8,72	\$ 427.060,28	40,06%
AUMENTO 10%	\$ 9,14	\$ 591.173,98	49,65%
AUMENTO 15%	\$ 9,55	\$ 751.380,21	58,92%
DISMINUCIÓN 5%	\$ 7,89	\$ 102.740,35	20,41%
DISMINUCIÓN 10%	\$ 7,48	-\$ 57.465,88	9,84%
DISMINUCIÓN 15%	\$ 7,06	-\$ 221.579,58	-
	CANTIDAD	VAN	TIR
ORIGINAL	715	\$ 265.173,84	30,43%
AUMENTO 5%	751	\$ 425.366,52	39,96%
AUMENTO 10%	787	\$ 585.559,19	49,33%
AUMENTO 15%	822	\$ 745.751,87	58,60%
DISMINUCIÓN 5%	679	\$ 109.430,96	20,83%
DISMINUCIÓN 10%	644	-\$ 50.761,72	10,31%
DISMINUCIÓN 15%	608	-\$ 210.954,40	-
	COSTOS	VAN	TIR
ORIGINAL	\$ 3,50	\$ 265.173,84	30,43%
AUMENTO 5%	\$ 3,68	\$ 225.866,61	28,04%
AUMENTO 10%	\$ 3,85	\$ 187.156,25	25,67%
AUMENTO 15%	\$ 4,03	\$ 146.168,82	23,14%
DISMINUCIÓN 5%	\$ 3,33	\$ 305.564,41	32,85%
DISMINUCIÓN 10%	\$ 3,15	\$ 346.551,84	35,30%
DISMINUCIÓN 15%	\$ 2,98	\$ 385.262,20	37,60%

# CRYSTAL BALL



# CONCLUSIONES

- 🦀 Proyecto rentable.
- 🦀 VAN mayor a cero.
- 🦀 TIR mayor a la TMAR.
- 🦀 El período de recuperación es de 3 años y 7 meses.
- 🦀 Sensibilidad.
- 🦀 No hay concentración de mercado.
- 🦀 Estándares de calidad.
- 🦀 Marketing internacional.

# RECOMENDACIONES

 Diversificar la cartera de clientes.



**GRACIAS**