



**UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES
ESPÍRITU SANTO**

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA
EXPORTACIÓN DE MALANGA, AL MERCADO
DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA.**

**Trabajo de titulación que se presenta como
requisito para obtener el título de:**

Economista Empresarial

John Daniel Reyes Neira

2014

Índice.

1. Resumen ejecutivo.	4
1.1. Propósito del proyecto.	5
1.2. Información básica.	5
1.3. Requerimientos Financieros.	6
2. Definición del negocio.	7
2.1. Misión.	7
2.2. Objetivos del negocio.	7
2.3. Metas.	7
3. Viabilidad legal, social y ambiental.	8
3.1. Viabilidad legal.	10
3.2. Marco Societario.	10
3.3. Incentivos Tributarios.	11
3.4. Normas sanitarias y ambientales.	11
4. Estudio de mercado.	13
4.1. Mercado objetivo.	15
4.2. Análisis político, económico, social y tecnológico (PEST).	17
4.3. Evaluación de mercados potenciales.	19
4.4. Análisis de la oferta y análisis de la demanda.	19
4.5. Análisis de las 4P'S.	25
4.5.1. Producto	28
4.5.2. Precio.	28
4.5.3. Plaza.	29

4.5.4. Promoción.	29
4.5.5. Análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.	29
5. Análisis operativo.	31
5.1. Localización del negocio.	32
5.2. Tamaño del negocio.	33
5.3. Determinación de la capacidad instalada.	33
5.4. Diseño del producto.	33
5.5. Diagrama de procesos.	34
5.6. Ciclo del negocio.	36
5.7. Diseño de la planta.	36
5.8. Inversiones en insumos y tecnologías.	36
5.9. Abastecimiento de materias primas.	36
5.10. Recursos humanos.	38
6. Análisis financiero.	39
6.1. Plan de inversiones, clasificación y fuentes de financiamiento.	39
6.2. Ingreso-egreso proyectado a 5 años.	40
6.3. Flujos de cajas proyectados.	41
6.4. Proyecciones de los estados financieros.	42
6.5. Punto de equilibrio.	44
6.6. Análisis de sensibilidad.	45
6.7. Resultado de la valoración del plan de negocios.	46
6.8. Impacto y sostenibilidad del negocio.	47
7. Conclusiones.	49

8. Biografia.

50

Anexos.

51

1. Resumen ejecutivo “Estudio de viabilidad para la exportación de malanga, al mercado de los Estados Unidos de América”.

El presente plan de negocio se realizó con la finalidad de exportar Malanga blanca al estado de Florida ubicado en Estados Unidos de América, por parte de la empresa Agrobussines of Ecuador S.A., bajo términos de negociación valor CIF.

Se realizó un excelente análisis de mercado, pudiendo determinar que nuestro mercado objetivo es el correcto, se analizaron los cuatro puntos principales de la operación que realizara Agrobussines of Ecuador S.A. los cuales son: compra de materia prima, empaque, exportación y venta.

Para cada punto de la operación se analizó la mejor manera de llevarlo a cabo. En el primer punto la empresa será la responsable de la compra de materia prima a los productores locales ubicados en Santo Domingo, La Concordia y el oriente Ecuatoriano, para el 2do y 3er punto se contratará empresas que tenga la experiencia necesaria para realizar dichas tareas y el 4to punto igual de importante que los anteriores, se buscó un socio estratégico en Miami, Florida; dedicado a la importación de alimentos el cual tenía que tener un excelente nombre y reconocimiento en Estados Unidos en dicha área

Para el empaque del producto “malanga blanca” o 2do punto, se hizo un contrato para el empaque de 2800 cajas de malanga mensuales durante un año; este contrato fue realizado con la empresa empacadora Translatin ubicada en la ciudad de Santo Domingo de los Tsachilas, esta empresa tienen más de 10 años en el mercado y es una de las pioneras en la producción y comercialización de Malanga.

En la exportación por falta de experiencia se contratara el servicio de exportación con una consolidadora de carga, este servicio se lo contratara con la empresa Opercarga de la ciudad de Guayaquil, ellos brindaran un servicio completo el cual consiste en: traslado vía terrestre de la carga de Santo Domingo a Guayaquil, Flete marítimo hacia Miami, Traslado vía terrestre en Miami hacia J&C products y todos los tramites que eso incluyan.

Para la venta del Producto se buscó un socio estratégico ubicado en Miami, Florida; es una empresa importadora de productos tropicales llamada J&C Products la cual tiene más de 20 años en el mercado y llega gracias a sus canales de distribución a una gran red de supermercados, tiendas, etc.; dando la confianza al consumidor en nuestro producto.

El proyecto tiene una TIR del 75,88%, un VAN de 368860.39 dólares y un PAYBACK de 1.7 años; estos indicadores financieros se realizaron bajo un flujo de caja de 5 años.

El proyecto muestra ser positivo gracias a la demanda constante que existe de malanga en Estado Unidos y a la producción que realizan cientos de productores en Ecuador.

1.1. Propósito del proyecto.

El cambio de matriz productiva en el país impulsado por el gobierno nacional abre las puertas para nuevos negocios, en Estados Unidos de América existe una alta demanda de Malanga, la cual es insatisfecha, brindando la oportunidad de aumentar su producción al nivel nacional y por ende sus exportaciones, los precios bajos de producción de este tubérculo permiten tener un margen de utilidad considerable, haciéndolo aún más atractivo.

El apoyo al crédito que hay en el Ecuador actualmente también fue una de los factores importantes a la realización de este proyecto, la Corporación financiera nacional (CFN) está apoyando a la diversificación de enfoques de negocios, por lo cual se vio una oportunidad empresarial en la exportación de malanga.

Se vio una oportunidad de poder aportar con solución a los problemas de la visión 2050, la cual en uno de sus puntos toca a la agricultura. La malanga es un producto sano con el medio ambiente, y al exportar este productos estamos aportando a la generación de empleo directo e indirecto de una manera amigable con el medio ambiente.

1.2. Información básica.

El giro de negocio de Agrobussines of Ecuador es la exportación de malanga a Estados Unidos de América, enfocándose en el mercado de Hispanoamericanos en el Estado de Florida, casi el 25% de la población en Florida es hispanoamericana personas las cuales tienen en su dieta diaria alimenticia la malanga.

Para poder llegar a estas personas se buscó un socio estratégico como ya fue descrito en líneas anteriores, este socio no solo exporta malanga si no una serie de productos tropicales y está enfocado en el mercado hispanoamericano por lo cual nos va a servir de mucho su colaboración en nuestra exportación.

1.3. Requerimientos financieros.

El monto requerido para poner en marcha a Agrobussines of Ecuador es de 113908.79 dólares los cuales van a ser aportados de la siguiente manera: Los dos accionistas invertirán el 50% del total que es 56964.39 dólares y el restante se solicitara un préstamo a la CFN a una tasa del 10.85% anual a 5 años plazo.

Las proyecciones en los datos financieros del proyecto fueron realizadas en dos escenarios, uno positivo y otro negativo, en el cual el negativo se veía afectado por la reducción de un 25% en sus ventas.

Agrobussines of Ecuador en el escenario negativo sigue siendo aún rentable mostrando lo interesante que es el proyecto y lo viable que es aún en externalidades negativas.

2. Definición del negocio

2.1. Misión

Exportar productos alimenticios de excelente calidad, posicionándonos en el mercado, para así lograr el desarrollo rápido y sostenido de la empresa, generando bienestar a nuestros trabajadores y valor a los accionistas.

2.2. Objetivos del negocio

Agrobussines of Ecuador tiene como objetivo general la exportación de Malanga blanca hacia el estado Florida de Estados Unidos de América.

Objetivos secundarios:

1. Analizar la demanda de malanga en Estados Unidos.
2. Realizar el análisis operativo de la exportación de malanga a Estados Unidos.
3. Realizar el Estudio de viabilidad financiera para la exportación de malanga a USA.

2.3. Metas del Primer año

Las metas de Agrobussines of Ecuador en el primer año son las siguientes:

1. Entender el comportamiento de la demanda de malanga en Estados Unidos.
2. Reducir los Costos operativos al exportar malanga a Estados Unidos.
3. Obtener una alta rentabilidad para aumentar la capacidad de exportación.

3. Viabilidad legal, social y ambiental.

3.1. Viabilidad legal

Dentro del marco jurídico del Estado ecuatoriano se establecen varios parámetros de fomentación de la producción agrícola en nuestro país. Los beneficios que ofrecen las leyes ecuatorianas para incentivar el sector agrícola van desde incentivos tributarios hasta potenciar con tecnología, infraestructura y capacitación al sector agrario.

La Constitución Política de Estado ecuatoriano, recoge diversos principios que regularan la formas de producción agrícola existentes desde el punto de vista de la "Soberanía Alimentaria", donde la intervención estatal dentro del proceso de producción y transformación agroalimentaria toma un rol importante en razón de los objetivos a velar por el Estado, tal y como lo establece el artículo 281 del mencionado cuerpo legal.

“Art. 281.- La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente (Ecuador, 2012)”.

Las garantías constitucionales que el Estado ecuatoriano explotar el sector agrícola dentro de los lineamientos de responsabilidad, conservación, restauración, competencia y desarrollo, van direccionadas a la finalidad de que las comunidades busquen formas de desarrollo económico y de esta manera incentivar el Buen Vivir consagrado en nuestra Carta Magna.

De hecho la referencia constitucional a lo anteriormente expresado, tiene su fundamento en el artículo 319 de la Constitución, donde claramente podemos constatar el apoyo estatal a las formas de producción económica social.

“Art. 319.-Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o

privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional(Ecuador C. d., 2012)”.

La finalidad de establecer una producción agrícola sustentable y sobre todo responsable ambientalmente prima sobre toda forma de producción, donde el interés colectivo y el cuidado de la naturaleza serán prioritarios frente a cualquier tipo de interés particular.

El artículo 300 de la constitución es claro en decir que tipo de actividades recibirán incentivos fiscales para fomentar su desarrollo.

Art. 300.-El régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos.

La política tributaria promoverá la redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales y económicas responsables.

Sobre la importancia de la producción local de los alimentos:

Art. 13.-Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.

Como derecho personal, correspondiente a cada ecuatoriano y consagrado en la Carta Suprema, se establece en el artículo 66 en su numeral 15 lo siguiente:

El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

La iniciativa económica personal que es finalidad del presente Plan de Negocio buscará su sustento en lo constitucionalmente establecido, haciendo hincapié a la responsabilidad social y ambiental.

3.2 Marco societario

Para la realización del proyecto se decidió la creación de una empresa de tipo sociedad anónima que es: una compañía cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente hasta el monto de sus acciones. (Derecho_empresarial, 2013)

Socios.- La sociedad anónima necesita para ser constituida de por lo menos 2 dos accionistas , pero la misma puede seguir funcionando con un accionista si el uno le compra al acciones al otro.

Constitución.- Su constitución será bajo escritura pública, previa autorización de la superintendencia de compañías, esta deberá ser registrada en el registro mercantil, desde ese momento la compañía será figura de persona jurídica.

Responsabilidad.- Cada accionista depende de su monto de acciones.

Capital.- Se conforma con el capital de los accionistas, no tiene límite, el mínimo para crear una compañía sociedad anónima puesto por la Superintendencia de compañías es de \$800 dólares americanos, también la compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de sus acciones.

Percepción de utilidades.- Cada accionista por ley tiene derecho a recibir sus utilidades y esta será siempre en proporción a su número de acciones en la compañía.

Agrobussines of Ecuador será creada por medio de la figura de compañía limitada, teniendo dos accionistas que aportaran con el capital.

3.3. Incentivos tributarios

El Estado Ecuatoriano fomenta la producción agrícola y la apoya de en diversos puntos: El artículo 300 de la constitución dice que tipo de actividades recibirán incentivos fiscales para fomentar su desarrollo.

Art. 300.-El régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos.

La política tributaria promoverá la redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales y económicas responsables.

3.4. Normas sanitarias y ambientales

En Ecuador el ente gubernamental encargado de las normas sanitarias y ambientales es Agrocalidad, el cual regula las empacadoras de productos alimenticios en general.

Para exportar a Usa hay que tomar en cuenta ciertos departamentos que controlan las normas sanitarias y ambientales de Estados Unidos, Las importaciones de alimentos en Estados Unidos de América son reguladas bajo una serie de organismo, los cuales tiene repartidas sus obligaciones. A continuación se da una lista de las principales agencias que regulan y controlan las importaciones de alimentos

- La Environmental Protection Agency (EPA);
- La Food and Drugs Administration (FDA), que pertenece al Department of Health and Human Services (HHS);
- El Animal and Plant Health Inspection Service (APHIS), que pertenece al United States
- Department of Agriculture (USDA)

- El Food Safety and Inspection Service (FSIS), que pertenece al United States Department of Agriculture (USDA); y El Alcohol and Tobacco Trade And Tax Bureau (TTB), que pertenece al United States
- Department of the Treasury.

4. Estudio de mercado

El Estudio de mercado es una herramienta la cual nos permite vincular los puntos de interés más importantes en un proyecto como son: Productores y consumidores, por lo tanto mediante el análisis de estos se podrá identificar los problemas y las oportunidades de mercado (Nassir_Sapag_Chain, 2010) y así relacionarlo con la exportación de malanga.

En la actualidad la producción de malanga en Ecuador se exporta en su totalidad a mercados en el exterior, esto se debe a que en dichas regiones q se exporta hay un gran número de personas emigrantes originarias de países centroamericanos y de la zona del Caribe, dominicanos, cubanos, jamaquinos, entre otros, los cuales tienen a este tubérculo dentro de su dieta diaria alimenticia.

En Ecuador la malanga es un tubérculo muy poco consumido ni comercializado, prácticamente el 100% de la producción de este tubérculo se destina para la exportación, esto se debe al desconocimiento de sus beneficios nutricionales y sus diferentes usos en la gastronomía, la malanga ha demostrado ser superior al resto de tubérculos y raíces.

Agrobussines of Ecuador cuenta con dos socios estratégicos, uno en Ecuador que es TransLatin S.A. la cual es una empackadora y exportadora de Malanga ubicada en Santo Domingo de los Tshachilas con la cual se va a contratar el servicio de copacking; el otro socio estratégico es J&C Tropicals, el está ubicado en Miami, Florida y va a ser el encargado de vendernos la fruta en Estados Unidos bajo la figura de consignación.

Agrobussines of Ecuador S.A. tiene como mercado objetivo el Mercado Estadounidense por lo que a continuación, explicaremos el comportamiento de este mercado con las transacciones de malanga utilizando la correspondiente partida arancelaria.

La subpartida arancelaria designada por el SENA E en el Ecuador (entidad competente del proceso de clasificación arancelaria) con la que se dan las transacciones de malanga es la siguiente 071490, esta subpartida esta designada para los demás tubérculos, hortalizas, raíces que no están indicados en la partida 0714.

Sección II: PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
Capítulo 7:
Hortalizas, plantas raíces y tubérculos alimenticios
Partida Sist. Armonizado 0714:
raíces de yuca(mandioca) arruzum o salep, aguatarmas (patatas), camotes (batatas, boniatos) y raíces y tubérculos similares ricos en fécula o inulina, frescos, refrigerados, congelados o secos, incluso troceados o enteros.
Subpartida Sist. Armoniz. 071490:
Los demás

Fuente: Servicio nacional de Aduana del Ecuador (SENAE)

Elaborado por: El Autor

Es de importancia analizar también las barreras arancelarias y acuerdos comerciales que se tiene con Estados Unidos con la partida 071490, el importador de Estados Unidos de América aplica la siguiente tarifa arancelaria a las importaciones que realice con el Ecuador bajo dicha partida:

CODIGO DE PRODUCTO	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	DESCRIPCION REGIMEN COMERCIAL	TARIFA APLICADA	EQUIVALENTE TARIFA DE TOTAL DE AD VALOREM (ESTIMADO)
.07149010	Malanga, frescos o refrigeradas, sea o no en rodajas (pellets)	trato Arancelario preferencial para los paises SPG	0,00%	0,00%

.07149010	Malanga, frescos o refrigeradas, sea o no en rodajas (pellets)	Acuerdo preferencial para los países Andinos	0,00%	0,00%
-----------	--	--	-------	-------

Fuente: Market Access Map.

Elaborado por: El autor.

Los acuerdos que tiene Ecuador con Estados Unidos antes mencionados serán validos siempre que se presente el certificado de origen que asegure que el producto es de producción Ecuatoriana.

También hay que analizar las barreras no arancelarias que aplica los Estados Unidos de América para la partida 071490 son las siguientes: Licencia de importación, requisitos sanitarios y fitosanitarios, frutas y verduras, requisitos técnicos, de calidad y seguridad, ley contra bioterrorismo, marcado de origen y etiquetado (ver en anexos).

Analizando estas barreras y cumpliéndolas en la parte operativa del plan de negocio no hay ningún problema en el momento de la exportación de malanga que ejercerá Agrobussines of Ecuador S.A hacia los Estados Unidos de América.

4.1. Mercado Objetivo.

Nuestro mercado objetivo es Florida, es un estado de Estados Unidos de América ubicado en la región sur de dicho país. Limita al norte con Alabama y Georgia, al oeste con el golfo de México y al este con el Océano Atlántico, tiene más de 20 millones de habitantes siendo el tercer estado más poblado de ese país.

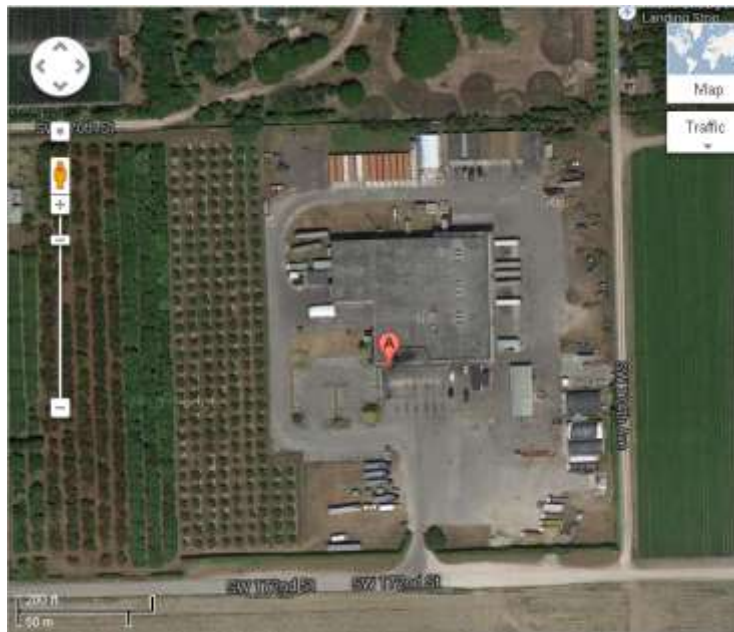
La población hispana representa casi el 24% de la población total de Florida, 1 de cada 5 personas en Florida es hispano, ellos tienen un poder adquisitivo de más \$100 mil millones convirtiéndose en el tercero más alto de todo Estados Unidos; haciéndolo muy atractivo para ser nuestro mercado objetivo.

La mayoría de hispanos en Florida son Cubanos y Puertorriqueños, población que consume malanga en su dieta diaria de alimentación, ya sea en purés, cremas, frituras, etc., una serie de platillos que incluye en su gastronomía.

Por las razones antes descritas se ha ubicado un socio estratégico que brinda confianza y seguridad en Florida, así se podrá hacer llegar nuestro producto a los consumidores y hacernos conocer en dicho mercado.

El socio estratégico es J&C Tropicals, una empresa dedicada a la importación de productos Tropicales la cual tiene una tradición y excelencia en la importación de productos tropicales desde 1965, distribuye y comercializa las mejores raíces tropicales, frutas y verduras en todo el mundo, y tiene su sede en Florida, Estado Unidos.

J&C Tropicals, Inc., está ubicado en 17425 SW 172 Street, Miami, FL 33187, el número de teléfono es 3052555100 y su dirección de correo electrónico es info@jctropicals.us.



Fuente: Google maps.

Elaborado por: Google maps.

Otro punto importante que se analizó para escoger a J&C Tropicals fue su red de canales de distribución, cuentan con dos tipos de canales, primarios que son dos puntos de distribución y corrientes que son los lugares donde entregan. Los canales primarios quedan en: Stockton, CA; Nogales, AZ; Mc Callen, TX; Philadelphia, PA y sus canales corrientes están en 16 estados y llegan a 36 clientes.

J&C Tropicals no solo comercializa malanga, sino una serie de frutas tropicales como: aguacate, camote, coco, limón, calabaza, chayote, culantro, jengibre, mamey, mango, papaya, entre otros; dándonos la opción a en un futuro poder diversificar nuestra oferta exportadora.

4.2. Análisis Político, económico, social y tecnológico (PEST).

El Pest, es un análisis del sector que se investiga con la situación actual del País. En este plan de negocio se analiza el sector agrícola y cómo influye el sector político, económico, social y tecnológico.

Análisis Político

- El gobierno nacional a través de su proceso de transformación de la matriz productiva del país, que se basa en fortalecer y diversificar los sectores estratégicos productivos e industriales del Ecuador, se enfoca en unos de sus puntos, en la industria agrícola del Ecuador, mediante el apoyo al desarrollo agrario con líneas de crédito para este sector.
- Gracias al proceso de sustitución de importaciones que lleva el gobierno central las líneas de créditos para el sector agrícola han aumentado de parte de la banca estatal y privada, con créditos más accesibles, unas de las entidades públicas son el Banco del Fomento y la Corporación Financiera Nacional.

Análisis Económico

- Según datos del Banco central del Ecuador (BCE) las exportaciones no petroleras del Ecuador tuvieron un aumento del 8,77% en el periodo de enero-octubre del 2013, nuestro país exporto 7,159 miles de toneladas de productos no petroleros, que representaron USD 8,869 millones de dólares(BCE, 2013).
- Las exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales tuvieron un aumento en el periodo enero-octubre del 2013, las no tradicionales a las que pertenece el producto impulsado por Agrobussines of Ecuador S.A tuvo un aumento del 3,45% con respecto al periodo anterior y la de productos tradicionales del 15,49%. (Pro_Ecuador, 2013)

Análisis Social

- La producción de malanga en el Ecuador está en constante crecimiento brindando así más puestos de trabajo en la sociedad y disminuyendo el nivel de desempleo en el Ecuador.
- La producción de malanga está ayudando al desarrollo de comunidades ya que es un producto de muy pocas exigencias y hace exequible su producción a campesinos, comunas, etc.
- El nivel de Latinos en nuestro mercado objetivo es muy considerable alcanzado en 25% del total de la población, son personas que consumen malanga todos los días y esta es parte de su dieta diaria alimenticia.
- El porcentaje de hispanos en Florida sigue aumentando cada vez más, esto se da por la disminución de sus impuestos, y el aumento de puestos de trabajo. Al aumentar la población de hispanos aumenta el nivel de consumo de la malanga en dicho Estado.

Análisis Tecnológico:

- El gobierno nacional del Ecuador viendo el potencial de este producto para su exportación está apoyando mediante transferencia tecnológica el desarrollo de este cultivo, el INIAP está trabajando en semillas certificadas..

- Se ha creado paquetes tecnológicos con los que los productores pueden guiarse en el cultivo de este tubérculo, mejorando su producción y minimizando costos.

4.3. Evaluación de mercados potenciales.

Nuestros futuros mercado potenciales se enfoca en lugares donde la población hispano americana es representativa ya que ellos consume malanga en su dieta diaria. En Estados Unidos de América hay ciertos Estados con un alto porcentaje de población hispano americana, aún mayores que el estado de Florida que es nuestro mercado objetivo; sabiendo que para poder llegar a estos mercados tenemos que adquirir conocimiento y experiencia en la exportación de malanga.

La población hispana en Estados Unidos en el 2012 tuvo un increíble crecimiento a 50.5 millones de personas en total, según el censo del 2012 (libre, 2011). Los estados con mayor porcentaje de hispanos en Estados Unidos son: Nevada, New York, Colorado, California, Nuevo México, Texas y Florida que es ya nuestro mercado objetivo.

4.4. Análisis de la oferta y análisis de la demanda.

En este punto se puede tener una mejor idea de cómo se comporta el mercado de la malanga en el mundo, como interactúa Ecuador y Estado Unidos de América haciendo un comercio bilateral con este tubérculo.

4.4.1 Análisis de la Demanda

Bajo la partida arancelaria 071490 que es la utilizada para las transacciones de malanga por parte de Estados Unidos y Ecuador se hace un análisis de los principales 10 países proveedores de malanga a Estados Unidos de América:

Exportadores	Valor importada en 2009	Valor importada en 2010	Valor importada en 2011	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013

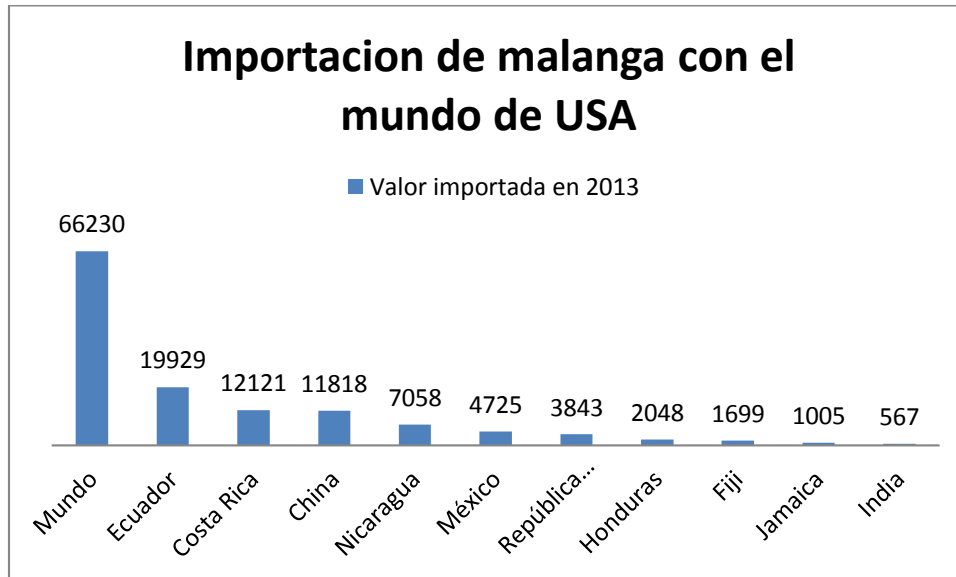
Mundo	117666	109069	108514	64475	66230
Ecuador	17345	16802	15231	15507	19929
Costa Rica	25549	27960	24288	10977	12121
China	11713	8744	10438	9900	11818
Nicaragua	13577	10359	10155	12754	7058
México	2387	4939	5796	2492	4725
República Dominicana	5828	2915	1691	4686	3843
Honduras	1441	1328	1586	3253	2048
Fijipinas	1866	1766	1703	1479	1699
Jamaica	17992	17435	19378	1110	1005
India	144	196	214	402	567

Fuentes: Trademap.

Elaborado por: El autor.

Analizando el cuadro anterior podemos ver que la demanda de malanga de Estados Unidos en el último año fue de \$66230000, Ecuador es uno de los principales proveedores de malanga a Estados Unidos, teniendo un 30% de la demanda de dicho producto en este país, vemos que las importaciones de Estados Unidos de malanga con Ecuador han permanecido casi constante en años anteriores y en el último año 2013 han aumentado significativamente, esto se debe a que la demanda de malanga dada por el alto porcentaje de hispano americanos en dicho país, no está totalmente abastecida.

A continuación se explica por medio de un gráfico la cantidad importada o demandada por Estado Unidos de malanga, y vemos los principales socios comerciales en este rubro.

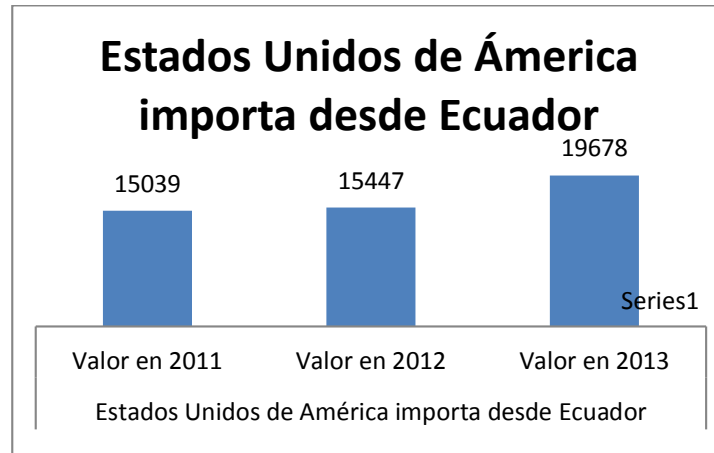


Fuente: Trademap.

Elaborado por: El autor.

Costa Rica, China y Nicaragua aparecen como los principales competidores directos y en menor cantidad México, esto se debe a que dichos países también cuentan con el clima apropiado para el cultivo de este tubérculo. La calidad de la fruta ecuatoriana ha hecho que la producción de Ecuador se poseione en el mercado Estadounidense y los importadores de Estados Unidos prefieran el producto Ecuatoriano.

A continuación detallamos las importaciones de Estados Unidos en los últimos 3 años desde Ecuador:



Fuente: Trademap

Elaborado por: El autor.

Podemos ver como la demanda de malanga expresada en dólares a aumentado, la tendencia de importaciones está en alza y se espera que continúe así ya que el nivel de población hispano en Estados Unidos está aumentando, y por consiguiente aumentando el consumo de este tubérculo.

4.4.2. Análisis de la oferta.

El análisis de la oferta de malanga también lo hacemos bajo el análisis de la partida arancelaria 071490 como se describió anteriormente, mediante el mismo grafico detallado en el análisis de demanda podremos analizar la oferta mundial:

Exportadores	Valor importada en 2009	Valor importada en 2010	Valor importada en 2011	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013
Mundo	117666	109069	108514	64475	66230
Ecuador	17345	16802	15231	15507	19929
Costa Rica	25549	27960	24288	10977	12121
China	11713	8744	10438	9900	11818

Nicaragua	13577	10359	10155	12754	7058
México	2387	4939	5796	2492	4725
República Dominicana	5828	2915	1691	4686	3843
Honduras	1441	1328	1586	3253	2048
Fijipinas	1866	1766	1703	1479	1699
Jamaica	17992	17435	19378	1110	1005
India	144	196	214	402	567

Fuente: Trademap.

Elaborado por: El autor.

Los principales países ofertantes de malanga al nivel mundial, los cuales se convierten en nuestra competencia son: Costa Rica, China; Nicaragua, México y Ecuador. Según las cifras descritas podemos ver que Ecuador es el único país que ha aumentado su oferta constantemente en el tiempo a diferencia de los demás países que han disminuido su oferta de hace 5 años hasta la actualidad.

A continuación analizamos los destinos de la malanga ecuatoriana en el mundo en los últimos 5 años y su comportamiento en dólares.

Importadores	Valor exportada en 2009	Valor exportada en 2010	Valor exportada en 2011	Valor exportada en 2012	Valor exportada en 2013
Mundo	11126	11809	11008	12439	9186
Estados Unidos de América	10909	11803	10954	12418	9184
Bélgica	0	0	22	0	2
Canadá	0	0	0	4	0

Francia	2	0	21	0	0
Países Bajos (Holanda)	24	0	8	17	0
Nueva Zelandia	0	3	0	0	0
Nicaragua	2	0	0	0	0
Portugal	4	0	0	0	0
España	185	2	3	0	0

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de Banco Central del Ecuador desde enero del 2013.

Elaborado por: El autor.

Por medio del cuadro anterior podemos que la oferta de malanga hace 5 años era a ciertos países como: España, Holanda, Francia, Estados Unidos, entre otros; pero en la actualidad en el año 2013 casi la totalidad del producto fue exportado hacia Estados Unidos, convirtiéndolo en prácticamente nuestro socio directo de malanga.

La producción de malanga en Ecuador ha tenido un crecimiento muy acelerado en los últimos años; las principales zonas de producción están en: Santo domingo, Puerto Quito, La concordia y el oriente Ecuatoriano.

Todas estas regiones destinan el 100% de su producción al mercado Estadounidense, dejando en el Ecuador simplemente la cantidad de fruta que no califica para ser exportada.

Por la baja información que se cuenta de la oferta de malanga de Ecuador con el mundo, analizaremos la oferta de Costa Rica que es uno de nuestros competidores pudiendo así analizar los destinos de la oferta de malanga de una mejor manera:

Importadores	Valor exportada en 2009	Valor exportada en 2010	Valor exportada en 2011	Valor exportada en 2012	Valor exportada en 2013
Mundo	19139	28583	27827	4260	2866
Estados Unidos de América	15190	21070	21613	1943	1482
Reino Unido	683	2069	1084	755	568
Francia	894	1899	1676	565	223
Italia	77	259	206	281	202
Países Bajos (Holanda)	432	1262	1175	509	194
España	313	243	254	149	78
Canadá	503	734	906	31	75
Bélgica	62	17	41	16	21
Dominica	0	0	0	0	14
Aruba	0	0	0	6	6

Fuente: Trademap.

Elaborado por: El autor.

La tabla de datos nos explica como Costa Rica distribuye su oferta de producción del tubérculo, exportando a diferentes países como: Reino Unido, Francia, Italia; países bajos; España; Canadá, Bélgica, entre otros; a diferencia de Ecuador que prácticamente exporta solo ha Estado Unidos, eso sí teniéndolo como socio principal al igual que Ecuador.

4.5. Análisis de las 4 P'S

4.5.1. Producto

La malanga es un tubérculo muy poco conocido en el Ecuador, por lo cual se detallara como se lo identifica y las características que tiene:

Reino: Vegetal
Clase: Angiospermae
Subclase: Monocotyledonae
Orden: Spathiflorae
Familia: Aráceas
Género: Xanthosoma

Fuente: Raíces y tubérculos.

Elaborado por: El autor.

La malanga pertenece a la familia de tubérculos llamada aráceas, del genero Xanthosoma, del cual existen dos especies más conocidas en el mercado que son la malanga blanca y la malanga lila.



Imagen 1.

La planta de la malanga es herbácea y perenne, no tiene tallos aéreos y llega a medir de 1 metro a 2 metros, Los cornos o tallo central son de corteza café oscuro, tienen pulpa como la yuca, esta puede ser blanca, lila, amarilla; según su tipo (Penteado, 2012).



Imagen 2.

La parte utilizable de la malanga es el tallo subterráneo, este es muy rico en nutrientes y supera a la yuca, papa y papa chola.

En 100 gr la malanga supera a otros tubérculos, los cuales en Ecuador son de mayor producción, presentándola como una opción más de producción.

La presentación del producto para exportación se da en cajas de cartón de 40 libras, clasificada en malanga de primera y malanga de segunda.



Imagen 3.

4.5.2. Precio

Siempre en el comercio exterior el cálculo correcto del precio es un elemento crítico y es un ítem fundamental de la fórmula de comercialización, cuyos elementos son interdependientes. El precio es una variable estratégica, de cuyo nivel dependerá el posicionamiento, la imagen del producto y la importancia de los clientes potenciales. (Bice, 2012).

El precio del producto de la malanga no es constante, este fluctúa de acuerdo a la oferta y demanda que haya en el momento de venta. La malanga se la clasifica en dos grupos, malanga de 1era y malanga de 2da, la malanga de primera es una malanga de mejor calidad y más robusta por lo que es mejor pagada en mercados internacionales y de igual manera Agrobussines of Ecuador la paga mejor y la malanga de 2da que es una malanga de menor tamaño tiene un precio inferior al de primera.

4.5.3. Plaza

El producto será distribuido por medio de un socio comercial estratégico ya descrito anteriormente que es J&C Tropicals ubicado en Miami, Florida; este socio venderá el producto en sus canales de distribución bajo la figura de consignación, en la cual Agrobussines of Ecuador S.A. le ubica el producto en sus bodegas en Miami y ellos lo venden cobrando \$1,5 por caja vendida.

4.5.4. Promoción

Agrobussines of Ecuador S.A se hará conocer en el mercado de Florida gracias a su socio comercial el cual ya cuenta con una red de distribución en Estados Unidos.

4.5.5. Análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA).

FORTALEZAS:

- La malanga es un tubérculo de alto valor nutritivo.
- Realizar el proceso en una empacadora con más de diez años de experiencia.
- Entrar al mercado de Estado Unidos por medio de un socio comercial con gran prestigio como es J&C Tropicals.

OPORTUNIDADES

- El proceso de cambio de matriz productiva que se impulsa en el país.
- La demanda de malanga no se encuentra cubierta en su totalidad, incentivando su oferta.
- Su uso en la gastronomía de naturistas y dietéticos ha aumentado ya que está considerado como producto exótico y no tradicional

DEBILIDADES

- Contar con un capital modesto lo cual nos puede complicar en un retraso de pagos.
- Poca experiencia en Exportación de tubérculos.

AMENAZAS

- Las fuertes lluvias y cambios de climas inesperados pueden causar daños a los cultivos.

5. Análisis operativo

El Proyecto de negocio de la empresa Agrobussines of Ecuador se basa en la exportación de Malanga en presentación de cajas de 40 libras, su análisis operativo se divide las siguientes partes:

1. Compra de materia prima: La compra de materia prima será realizada por el gerente de la empresa, la materia prima para ser cancelada será recibida en planta para así luego ser clasificada. Se pagara el 50% estimado en el momento que se deje el producto y el otro 50% al término del proceso ya que al productor se le cancela por la clasificación de la malanga entregada.
2. Empaque: El empaque del producto se dará en la empacadora Translatin bajo la figura de copacking, la empacadora está ubicada en el km 40 de la vía a Chone de la ciudad de Santo Domingo de los Tsachilas, el servicio brindado por ellos incluye: recepción de la materia prima, lavado, clasificado, empacado y almacenado por 7 días. A Translatin se le cancelara su servicio al término del proceso.



Imagen 4.

3. Exportación: El servicio de exportación se lo contratara con una consolidadora de carga, la que ofrezca mejor precio en el momento, ya que el volumen de exportación que maneja Agrobussines S.A no es justificativo para formar una comisión exportadora, el servicio brindado por la consolidadora incluye: transporte vía terrestre de Santo Domingo al Puerto de Guayaquil, flete marítimo hacia Miami, Florida; costos

de agente de aduana en Ecuador, costos de tramites de exportación, costos de transporte vía terrestre del puerto de Miami a la empresa J&C Tropicals, agente de aduana en Miami. La forma de pago a la consolidadora será de forma inmediata y será cancelado por el gerente de la empresa.



Imagen 5.

4. Venta de Producto: La venta del producto se la hará a la empresa J&C Tropicals ubicada en Miami, Florida; bajo la figura de consignación, esto quiere decir que la empresa recibe el producto y no los cancela después de que lo venda, tiene una demora de 15 a 30 días el pago del producto.



Imagen 6.

5.1. Localización.

Agrobussines of Ecuador S.A. contará con una oficina en la ciudad de Santo Domingo de los Tsachilas la cual se rentada, en la vía a Esmeraldas. En esta oficina trabajaran dos personas: el gerente general y la contadora; ellos serán los encargados de llevar la parte operativa y financiera de la empresa.

La oficina se la ubicara en la ciudad de Santo Domingo porque es una zona malanguera en la cual se puede tener contacto con el productor y también con el lugar donde se va a empacar el producto que queda en también en dicha ciudad.

5.2. Tamaño del negocio.

Agrobussines S.A. comienza sus funciones con metas reales las cuales se puedan cumplir, va a contar con una oficina desde la cual se organizara todo el trabajo operativo y financiero del proyecto.

Los bienes que se necesitara para comenzar el proyecto son: un vehículo, equipos de computación, muebles y equipos de oficina.

El proyecto comienza con un plan de exportación de dos contenedores mensuales durante el primer año, el 2do año se exportara 3 contenedores y el 3er año 4 contenedores mensuales. Se espera un crecimiento sostenido y duradero en el tiempo de la empresa.

5.3. Determinación de la capacidad instalada.

La capacidad de Agrobussines of Ecuador S.A. es de dos contenedores mensuales en el primer año, esto se da por el capital con el que se cuenta, el personal y el cupo de venta en el exterior. En el 2do año se tiene previsto aumentar las ventas a 3 contenedores mensuales y en el 3er año a 4 contenedores mensuales.

5.4. Diseño o descripción del producto.

El producto que se exportara es malanga fresca refrigerada, la cual va a ir en cajas de 40 libras de peso neto, a continuación se describe la caja de cartón corrugado que se usara:

Dimensiones de Caja de cartón 208: 40*30*9 cm

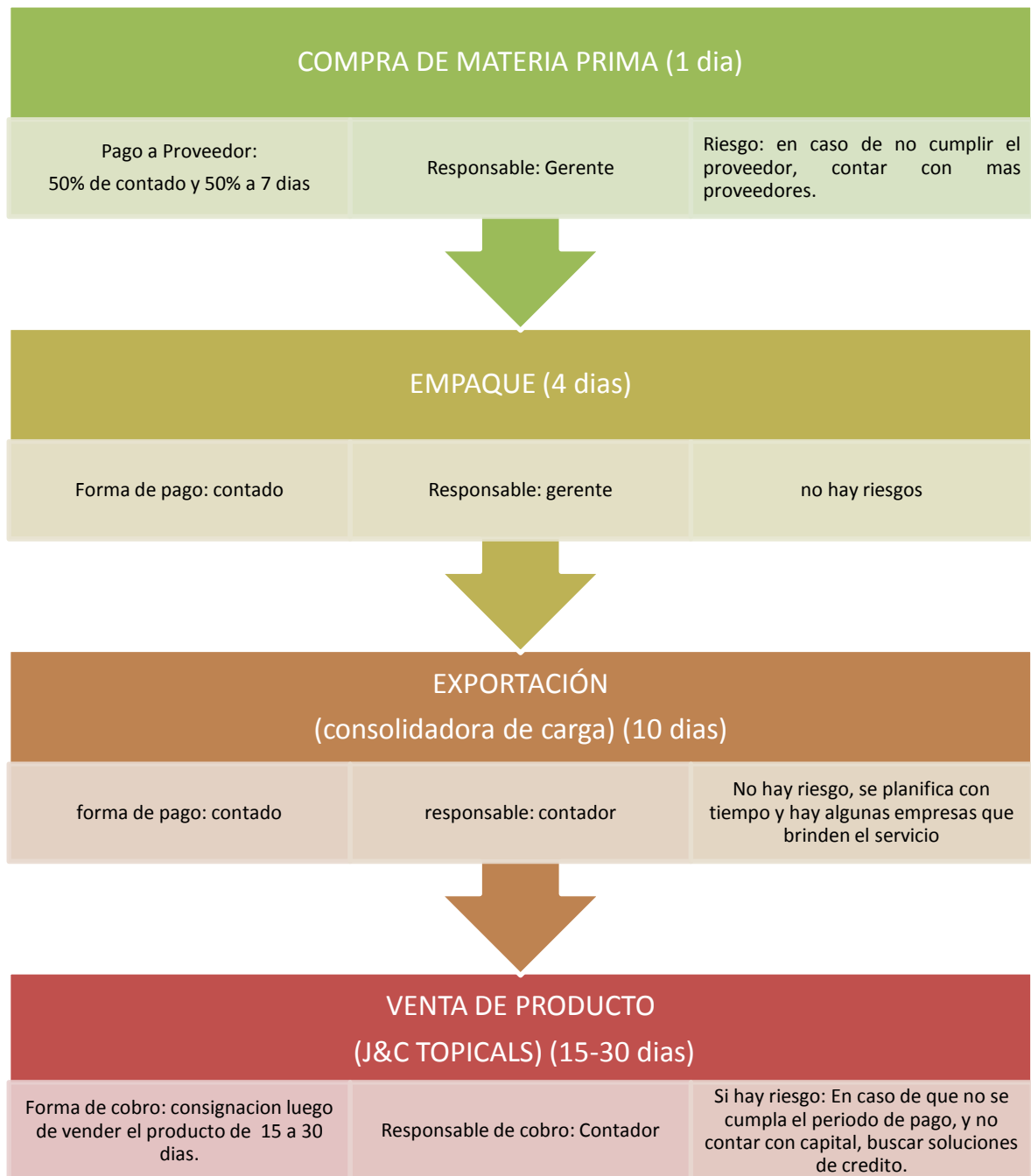
20 pallets por contenedor de 70 cajas cada uno haciendo un total de 1400 cajas por contenedor.



Imagen 7.

5.5. Diagrama de procesos.

En el diagrama de procesos analizaremos el orden de las actividades que se realizaran, los tiempos requeridos por cada actividad, formas de pago, responsables a cargo y el riesgo en caso de que pueda pasar alguna externalidad negativa.



Fuente: Agrobussines of Ecuador.

Elaborado por: El autor.

5.6. Ciclo de negocio.

El ciclo de Agrobussines of Ecuador S.A. se espera sea ilimitado, comenzando con la exportación de dos contenedores mensuales y sin límites de tope, a medida que se va aumentando el capital, se va a invertir en producción para así poder aumentar el nivel de ventas.

5.7. Diseño de planta y costos.

Agrobussines of Ecuador no necesitara de planta ya que no es justificativo la inversión que necesita una planta para la cantidad exportada, los primero años se pagara por el servicio de copacking a una planta Empacadora existente.

No se descarta que a un futuro se construya una planta propia claro esto se dará cuando el nivel de exportación aumente y se lo amerite.

5.8. Inversiones en Insumos y tecnologías.

Los activos que se necesita para llevar el trabajo operativo y administrativo de Agrobussines of Ecuador S.A. son básicos, a continuación se los detalla:

- Vehículo: Necesario para las visitas a productores, empacadora y traslado en general.
- Computadoras: Necesario para llevar un registro contable y tener constate comunicación con el cliente en el exterior.
- Escritorio, sillas e impresora: Equipos básicos de oficina.

5.9. Abastecimiento de materias primas

Para el abastecimiento de la materia prima (malanga) vamos a analizar los siguientes puntos:

1. Localización y características de la zona de producción: La zona de producción en la que nosotros nos enfocamos es la de la ciudad de Santo Domingo y sus alrededores ya que hay una gran cantidad de agricultores dedicados al sembrío de malanga, por lo cual se instaló la oficina de la empresa en dicha ciudad.
2. Ciclos de producción: La malanga en dicha zona por ser húmeda no tiene un ciclo de producción en el año, si no que su producción se da en todo el año por lo cual no habría ningún problema a la hora de comprar el producto.
3. Materias prima: Abastecimiento todo el año.
4. Disponibilidad de insumos complementarios: Por ser una empresa exportadora, se planifica el proceso de exportación por lo cual no habría problema en la hora de insumos como la compra de cartón, tampoco en la contratación de servicios de copacking y de exportación.
5. Programación de abastecimiento: La empresa en la que se realizara el empaque será la encargada de vendernos el cartón por lo cual no habría problema, la compra de materia prima se a realizar una vez al mes ya que aproximadamente para dos contenedores de malanga que serían 2800 cajas se necesita la producción de 2,5 a 3 hectáreas de producción de malanga en lo que no habría problemas ya que es una cantidad relativamente baja.



Imagen 8.

5.10. Recursos Humanos.

El recurso humano necesario y pensando en que es una empresa nueva y hay que ahorrar en costos ser de 2 personas, distribuidas de la siguiente manera:

- Gerencia general: Es donde se centraliza la máxima autoridad y el poder de decisión de la empresa, se lleva a cabo la planeación de las acciones a realizar y el trabajo operativo necesario, así como también es de su responsabilidad el buen funcionamiento de la empresa y saber actuar hacia alguna externalidad en que se enfrente la empresa.
- Contabilidad: Este departamento es el encargado de llevar a cabo el registro de toda operación contable que realice la empresa, ya sea por compra de materia prima, pago de servicios en general, cobro de ventas, pago de sueldos, elaboración de estados financieros, etc.

6. Análisis Financiero

6.1. Plan de inversión, clasificación y fuentes de financiamiento.

A continuación se detallara el aporte económico que se necesita para llevar a cabo el pan de negocio impulsado por Agrobussines of Ecuador:

INVERSIÓN INICIAL		Valor Total
TOTAL INVERSIÓN FIJA		\$ 29.260,00
TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES		\$ 2.150,00
CAPITAL DE TRABAJO		\$ 82.498,79
TOTAL INVERSIÓN INICIAL		\$ 113.908,79

Fuente: Datos financieros Agrobussines of Ecuador.

Elaborado por: El autor.

El aporte económico total que necesita el proyecto para un correcto funcionamiento es de \$117226,70 dólares, este aporte cubre todos los gastos necesarios para realizar la operación: el pago por el proceso de empaque, el pago de exportación, de materia prima y los gastos en generales administrativos y operativos.

Para el desarrollo del proyecto la inversión total va a ser invertida de la siguiente manera:

INVERSION DEL PROYECTO	CANTIDAD
SOCIOS (2)	\$ 56.954,39
PRESTAMO CFN	\$ 56.954,39
TOTAL	\$ 113.908,79

Fuente: Datos financieros Agrobussines of Ecuador.

Elaborado por: El autor.

El préstamo a la CFN será por el valor de \$58613.39 y será cancelado a 5 años plazo bajo un interés del 10,85% anual, a continuación se muestra un resumen anual de la tabla de amortización de deuda.

Años	Principal	Intereses
1er.	\$ 9.071,62	\$ 5.737,22
2do.	\$ 10.106,34	\$ 4.702,50
3er.	\$ 11.259,09	\$ 3.549,76
4to.	\$ 12.543,32	\$ 2.265,53
5to.	\$ 13.974,03	\$ 834,82
TOTAL	\$ 56.954,39	\$ 17.089,82

Fuente: Datos financieros Agrobussines of Ecuador.

Elaborado por: El autor.

6.2. Ingresos-egresos proyectados.

A continuación se detalla las proyecciones de ventas esperadas en Agrobussines of Ecuador por los próximos 5 años:

INGRESO POR VENTA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unid. Vendidas al					
Mes	2.800	4.200	5.600	7.000	8.400
	\$	\$	\$	\$	\$
Precio de Venta	21,61	22,30	23,02	23,75	24,51
	\$	\$	\$	\$	\$
Ingresos Mensuales	60.508,00	93.666,38	128.884,94	166.261,58	205.898,34

	\$	\$	\$	\$	\$
INGRESOS ANUALES	726.096,00	1.123.996,61	1.546.619,33	1.995.138,94	2.470.780,06

Fuente: Datos financieros Agrobussines of Ecuador.

Elaborado por: El autor.

Las proyecciones de ventas están dadas por cajas vendidas de malanga, en el primer años Agrobussines of Ecuador exportara 2 contenedores mensuales o 2800 cajas de malanga, en el 2do año se espera exportar 3 contenedores, en el 4to año 4 contenedores y en el 5to año 5 contenedores de malanga.

El precio en el primer año es de 21,61 dólares por caja, anticipando que el precio de venta está sujeto al del mercado el cual puede variar de un momento a otro, se analiza un aumento del precio bajo la inflación actual del país.

6.3. Flujos de caja proyectados.

Mediante el presupuesto efectivo de Agrobussines of Ecuador podremos evaluar la viabilidad financiera del proyecto, anticiparnos a futuros escenarios y poder realizar un correcto sustento de nuestro préstamo a obtener (sapag, 2010):

El flujo de caja de Agrobussines of Ecuador de los próximos 5 años es:

Exportación de Malanga a USA						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN FIJA*	\$ (29.260,00)					
UAIT		\$ 60.368,48	\$ 113.809,27	\$ 168.354,80	\$ 226.317,57	\$ 287.867,93

Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (9.055,27)	\$ (17.071,39)	\$ (25.253,22)	\$ (33.947,64)
Pago de Imp. A la renta		\$ -	\$ (12.828,30)	\$ (24.184,47)	\$ (35.775,40)	\$ (48.092,48)
EFFECTIVO NETO		\$ 60.368,48	\$ 91.925,70	\$ 127.098,94	\$ 165.288,96	\$ 205.827,81
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 3.186,00	\$ 3.186,00	\$ 3.186,00	\$ 3.186,00	\$ 3.186,00
(+) Aporte Accionistas	\$ 56.954,39					
(+) Préstamo concedido	\$ 56.954,39	\$ (9.071,62)	\$ (10.106,34)	\$ (11.259,09)	\$ (12.543,32)	\$ (13.974,03)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ 84.648,79	\$ 54.482,86	\$ 85.005,35	\$ 119.025,85	\$ 155.931,64	\$ 195.039,79
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 84.648,79	\$ 139.131,64	\$ 224.137,00	\$ 343.162,85	\$ 499.094,49
(=) FLUJO ACUMULADO	\$ 84.648,79	\$ 139.131,64	\$ 224.137,00	\$ 343.162,85	\$ 499.094,49	\$ 694.134,28

Fuente: Datos financieros Agrobussines of Ecuador.

Elaborador por: El autor.

Mediante el flujo de caja proyectado podemos ver como la idea de negocio es positiva, y es duradera en el tiempo, se tiene una política de reinversión por lo cual los ingresos van a ir aumentando año tras año considerablemente, ya que todos los años se exportara más que el anterior.

6.4. Proyecciones de los estados financieros.

A continuación se muestra el estado de pérdidas y ganancias de Agrobussines of Ecuador.

Exportación de Malanga a USA

ESTADOS DE PERDIDAS Y GANANCIAS

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		\$ 726.096,00	\$ 1.123.996,61	\$ 1.546.619,33	\$ 1.995.138,94	\$ 2.470.780,06
(-) Costo de Venta		\$ (632.688,00)	\$ (979.401,02)	\$ (1.347.655,81)	\$ (1.738.475,99)	\$ (2.152.928,67)
(=) Utilidad Bruta		\$ 93.408,00	\$ 144.595,58	\$ 198.963,52	\$ 256.662,95	\$ 317.851,39
(-) Gastos Administrativos		\$ (26.102,30)	\$ (24.883,82)	\$ (25.858,97)	\$ (26.879,85)	\$ (27.948,64)
(-) Gastos de Ventas		\$ (1.200,00)	\$ (1.200,00)	\$ (1.200,00)	\$ (1.200,00)	\$ (1.200,00)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 66.105,70	\$ 118.511,77	\$ 171.904,56	\$ 228.583,10	\$ 288.702,75
(-) Gastos Financieros		\$ (5.737,22)	\$ (4.702,50)	\$ (3.549,76)	\$ (2.265,53)	\$ (834,82)
(=) UAIT		\$ 60.368,48	\$ 113.809,27	\$ 168.354,80	\$ 226.317,57	\$ 287.867,93
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (9.055,27)	\$ (17.071,39)	\$ (25.253,22)	\$ (33.947,64)	\$ (43.180,19)
(-) Impuesto a la Renta	25%	\$ (12.828,30)	\$ (24.184,47)	\$ (35.775,40)	\$ (48.092,48)	\$ (61.171,94)
UTILIDAD NETA		\$ 38.484,90	\$ 72.553,41	\$ 107.326,19	\$ 144.277,45	\$ 183.515,81

Fuente: Datos financieros Agrobussines of Ecuador.

Elaborado por: El autor.

Se puede ver como las ventas superan todos los gastos, los operativos, administrativos, beneficios de ley y de deuda. Mostrando un escenario positivo para el proyecto impulsado.

6.5. Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio es un indicador financiero que nos muestra el momento exacto en que nuestra ventas van a cubrir los costos generados por el proyecto, también nos indica la utilidad que alcanza a generar el proyecto o la pérdida que está alcanzando según el caso.

Es un indicador que ayuda a poner en alerta al emprendedor o gerente del proyecto cuando las ventas excedan o caigan por debajo del punto de equilibrio para así poder regular diferentes rubros como: salarios, depreciaciones, alquiler, etc.

Este indicador también nos permite ver a partir de cuantas unidades vendidas los proyectos generara utilidades.

PE =	11.885	unidades al año, o	\$ 256.828,82		35%
PE =	990	unidades al mes, o	\$ 21.402,40		

Fuente: Datos financieros Agrobussines of Ecuador.

Elaborado por: El autor.

El cuadro anterior indica que el punto de equilibrio para Agrobussines of Ecuador es 11.885 cajas de malangas vendidas en el año o a su vez 256828,82 dólares facturados, cuando Agrobussines of Ecuador llegue a ese número quiere decir que ha superado sus gastos anuales y a partir de allí comienza a generar utilidades.

6.6. Análisis de sensibilidad.

Un análisis de sensibilidad es muy positivo para la preparación de un proyecto ya que es en el cual podemos imaginarnos o anticiparnos a futuros cambios que se puedan generar, siempre hay que tomar en cuenta un escenario optimista y uno más conservador, en el actual proyecto se hace el análisis de sensibilidad con una caída de las ventas en 25% al igual que en los costos de ventas.

Exportación de Malanga a USA							
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD							
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
INVERSIÓN TOTAL	\$(113.908,79)						VAR
VENTAS		\$ 544.572,00	\$ 842.997,46	\$ 1.159.964,50	\$ 1.496.354,20	\$ 1.853.085,05	-25%
(-) Costo de Venta		\$ (474.516,00)	\$ (734.550,77)	\$ (1.010.741,86)	\$ (1.303.857,00)	\$ (1.614.696,50)	-25%
(=) Utilidad Bruta		\$ 70.056,00	\$ 108.446,69	\$ 149.222,64	\$ 192.497,21	\$ 238.388,54	
(-) Gastos Administrativos		\$ (26.102,30)	\$ (24.883,82)	\$ (25.858,97)	\$ (26.879,85)	\$ (27.948,64)	
(-) Gastos de Ventas		\$ (1.200,00)	\$ (1.200,00)	\$ (1.200,00)	\$ (1.200,00)	\$ (1.200,00)	
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 42.753,70	\$ 82.362,87	\$ 122.163,67	\$ 164.417,36	\$ 209.239,90	
(-) Gastos Financieros		\$ (5.737,22)	\$ (4.702,50)	\$ (3.549,76)	\$ (2.265,53)	\$ (834,82)	
(=) UAIT		\$ 37.016,48	\$ 77.660,37	\$ 118.613,92	\$ 162.151,84	\$ 208.405,09	
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (5.552,47)	\$ (11.649,06)	\$ (17.792,09)	\$ (24.322,78)	
Pago de IR		\$ -	\$ (7.866,00)	\$ (16.502,83)	\$ (25.205,46)	\$ (34.457,27)	
EFFECTIVO NETO		\$ 37.016,48	\$ 64.241,90	\$ 90.462,03	\$ 119.154,29	\$ 149.625,05	
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 3.186,00	\$ 3.186,00	\$ 3.186,00	\$ 3.186,00	\$ 3.186,00	

(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 13.320,00
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 82.498,79
(+) Préstamo concedido		\$ (9.071,62)	\$ (10.106,34)	\$ (11.259,09)	\$ (12.543,32)	\$ (13.974,03)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$(113.908,79)	\$ 31.130,86	\$ 57.321,56	\$ 82.388,95	\$ 109.796,97	\$ 234.655,81

Fuente: Datos financieros Agrobussines of Ecuador.

Elaborador por: El autor.

Podemos ver como aun afectando las ventas en 25% el proyecto sigue siendo rentable, lo cual nos sirve de preparación en el momento de que esto suceda.

6.7. Resultados de la valoración del plan de negocios.

A continuación mostramos diferentes pruebas de valoración financieras para medir un proyecto o negocio:

TIR	75,88%
VAN	\$368.860,39
Pay Back	1.70 años
Índice de rentabilidad	\$ 3,24

Fuente: Datos financieros Agrobussines of Ecuador.

Elaborado por: El autor.

La TIR es una tasa de rendimiento que nos ayuda a medir y comparar la rentabilidad de la inversión realizada, en este caso tenemos una Tir de 75.88% que es mucho más alta que la tasa pasiva de un banco, esto quiere decir que el proyecto es rentable y que va a generar mucha más utilidad que tenerlo guardado en el banco.

El VAN, o valor actual neto es la suma de todos los flujos de cajas anuales llevados a valor presente, es el valor de la empresa en el momento actual, entre el Van sea más alto,

el proyecto es más rentable, en este caso el van triplica la inversión inicial haciendo muy atractivo para el inversionista.

El PAYBACK, es el tiempo expresado en cantidad en que el proyecto va a demorar en recuperar la inversión, en este caso es de 1.70 años.

El índice de rentabilidad obtenido fue de 3.24, este nos muestra el valor actualizado de los cobros generados por cada unidad monetaria invertida en el proyecto.

El análisis costo beneficio que nos ayuda a determinar cuál de las alternativas de negocio es posita, nos indica que Agrobussines of Ecuador es un proyecto muy factible y rentable mucho mejor que invertir en bancos o poner el dinero a interés.

6.8. Impacto y sostenibilidad del negocio.

Análisis del El impacto Financiero de Agrobussines of Ecuador en los siguientes puntos:

- Generación de empleo: Agrobussines of Ecuador generara dos empleos directos pero a su vez genera decenas de empleos indirectos en las diferentes áreas como: cultivo, empaque, transporte, comercialización, etc.
- Valor agregado: Agrobussines of Ecuador da un proceso a una materia prima por lo cual genera valor agregado, haciendo conocer y posesionar el producto ecuatoriano mediante su calidad en mercados extranjeros.
- Impacto social: Agrobussines of Ecuador no solo beneficia a los inversionistas si no a decenas de personas, el impacto social que se realiza como exportadora es incentivar al productor pequeño a la producción de malanga ya que de ellos depende la continuidad duradera y exitosa en el tiempo de esta empresa. Brindando asesoría gratuita en el cultivo de este tubérculo.
- Impacto ambiental: Ecuador atraviesa un momento histórico en el cambio de su matriz productiva, no depender de petróleo y vivir en mundo más sano, la

producción de malanga es un ingreso verde, no se contamina el medio ambiente ya que su producción no necesita de una gran cantidad de químicos, se fomentara mediante publicidad la producción de malanga orgánica

- Innovación tecnológica: Agrobussines of Ecuador tiene claro que para el desarrollo de las comunidades hay que avanzar e impulsar la tecnología, por lo que se apoyara mediante charla de información en el desarrollo de tecnología para la producción de malanga, mejorando los sistemas de cultivos y el beneficio que tiene su tecnificación.

7. Conclusiones.

1. Mediante el análisis de mercado realizado se pudo asegurar una demanda constante y al alza de malanga por medio de Estados Unidos de América, asegurando un desarrollo sostenido en los próximos años en nuestras exportaciones.
2. Agrobussines of Ecuador reducirá sus costos operativos, a partir de la experiencia en trámites de exportaciones que adquiriera pudiendo evitar este costo al realizar esta operación desde sus oficinas.
3. Por medio del análisis financiero se pudo ver que Agrobussines of Ecuador es un proyecto rentable enfocado en la visión 2050; el cual puede destinar parte de su utilidad a la reinversión aumentando su capacidad de exportación para los siguientes años.

Bibliography

BCEBCE

Bice, B. (2012). precio. *Guia del exportador* , 10.

Derecho_empresarial. (2013). *sociedad anonima*. Guayaquil: Gobierno nacional.

Ecuador, C. d. (2012). *Asamblea Nacional*. Montecristi: Gobierno nacional.

Ecuador, c. p. (2012). *Soberania alimentaria*. Montecristi: Asamblea nacional.

Gutiérrez, T. A. (2009). *Estructura Presupuestal de un proyecto económico*. Universidad Santo Tomas.

libre, p. (2011, 03 25). *prensa libre.com*. Retrieved 03 08, 2014, from hispanos en EEUU tuvieron un crecimiento a 50,4 millones: http://www.prensalibre.com/internacional/EEUU-politica-censo-hispanos_0_449955218.html

Nassir_Sapag_Chain. (2010). *Preparacion y evaluación de proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.

Penteado, S. (2012). *Agricultura Organica*. Santo Domingo: EARTH.

Pro_Ecuador. (2013). *Boletin de comercio Exterior*. Guayaquil: Pro Ecuador.

sapag. (2010). *Evaluacion de proyectos 4ta edicion*. Mexico D.F.: Mc. Graw Hill.

Anexos

Estimado John

Deseándole un excelente día, doy a conocer detalle completo de lo solicitado:

BENEFICIOS LOGISTICOS:

- TRANSITO 11 DIAS APROX.
- POL: GUAYAQUIL
- POD: MIAMI
- CONDICION DE SERVICIO: CY/CY
- PRODUCTO: MALANGA
- VALIDO PARA EL PRODUCTO MENCIONADO
- ENTREGA DEL PRODUCTO EN BODEGAS DE MIAMI BASADO EN LA DIRECCION INDICADA
- VALIDEZ HASTA ABRIL 2014
- APLICA PARA EQUIPOS REEFER
- TRANSPORTE INTERNO INCLUYE RETIRO DE CONTENEDOR EN PATIOS-
ENVIO DEL CONTENEDOR A BODEGAS DEL CLIENTE PLANTA- RETORNO DE CONTENEDOR A PUERTO DE CARGA

DETALLE	
FLETE MARITIMO EXPORTACION	
PUERTOS	REEFER 40' HR
GYE - MIAMI	\$ 4.250,00
TRANSPORTE INTERNO	\$ 550,00
ENTREGAEN BODEGAS MIAMI FL 33187	\$ 575,00
THC X CONTENEDOR	\$ 140,00
MANEJO DE DOCUMENTACION	\$ 40,00
GASTOS LOCALES	
PROCESAMIENTO DE BL	\$ 50,00 (+IVA)
ADMINISTRACION X CONT	\$ 75,00 (+IVA)
EECHO X CONT	\$ 70,00 (+IVA)
CONTROL NAVIERO X CONT	\$ 110,00 (+IVA)
INVERSION FINAL NETA	\$ 5.860,00

- COSTOS LOCALES DEBEN APLICAR IVA 12%
- SUJETO A DISPONIBILIDAD DE ESPACIOS
- NO APLICA PARA CARGA PELIGROSA NI EXTRADIMENSIONADA
- EN CASO DE QUE REQUIERA GENERADOR EL VALOR SERIA DE \$ 120 POR GENERADOR

Cualquier inquietud no dude en indicarme estoy para servirle

Aspirando contar con su aprobación y valiosos comentarios, quedo de usted muy agradecida

Saludos **Cordiales**,



Ing. Kelly Reina Torres

Comercial Executive

Mobile: 0982921254

Address: Av. Joaquín Orrantía 14 NE y Leopoldo Benítez
Trade Building Piso 8 Oficina 808

PBX: (593) 4 2639185 / 2639186 **ext.** 104

Skype: kelly.reina3

MSN: doll_taz17@hotmail.com

Guayaquil - Ecuador