



Enero 2019 - ISSN: 1696-8352

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE BARRAS DE CHOCOLATE ORGÁNICO CON CHÍA HACIA EL MERCADO ALEMÁN

Srta. Catherine Stefaní Vallejo Lizalde

vallejizaldecatherine@hotmail.com

Egresada de la Carrera de Comercio Exterior

Sr. Abraham Dario Barberi Duarte

Adbd1613@gmail.com

Egresado de la Carrera de Ingeniería Comercial
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Master. Roberto Flores M.

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
rfloresm@ulvr.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Catherine Stefaní Vallejo Lizalde, Abraham Dario Barberi Duarte y Roberto Flores M. (2019): "Plan de negocios para la exportación de barras de chocolate orgánico con chía hacia el mercado alemán", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (enero 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/01/exportacion-chocolate-organico.html>

RESUMEN:

En el Ecuador, existen dos principales variedades de cacao que son apetecidas en el mercado chocolatero que son el CCN51 y el cacao fino y de aroma que tiene características distintivas de aroma y sabor buscadas por los industriales del chocolate. A nivel de exportación, el cacao fino y de aroma representa aproximadamente el 75% de esta mientras que el 25% restante pertenece a otras variedades como el CCN51 según ANECACAO. Como factor importante sobre la problemática es el hecho que en la actualidad el país se enfoca en exportar directamente la materia prima, hacia mercados internacionales y no existe un enfoque en cuanto a la elaboración de productos terminados para su venta y exportación, en este caso como lo es el chocolate y la chía, por tal motivo se ve la idea de exportar una barra de chocolate orgánico con chía hacia el exterior, teniendo la oportunidad de hacerlo con una potencia mundial como lo es el mercado Alemán que es uno de los mayores consumidores en Europa. Se aplicó metodología basado en los consumidores y especialistas del comercio exterior en el mercado europeo. Como resultados del focus group se obtuvo que el tamaño del producto es lo recomendable con el 80% de aceptación y que el sabor del chocolate con chía es el correcto con el 100% favorable; en encuesta dio que las personas consumen el chocolate por antojo y además el chocolate negro tipo orgánico tiene un 16% de captación en los consumidores. En la entrevista se mostró como importante la

característica de la presentación para que así sea atractivo para el consumidor alemán. Se dio la determinación de la factibilidad de un análisis financiero del plan de negocios para la exportación de barras de chocolate orgánico con Chía hacia el mercado alemán y este fue favorable

SUMMARY:

In Ecuador, there are two main varieties of cocoa that are desired in the chocolate market that are the CCN51 and the fine cocoa and aroma that has distinctive characteristics of aroma and flavor sought by the chocolate industry. At the export level, fine and aroma cocoa represents approximately 75% of this while the remaining 25% belongs to other varieties such as CCN51 according to ANECACAO. As an important factor on the problem is the fact that currently the country focuses on exporting raw material directly to international markets and there is no focus on the production of finished products for sale and export, in this case as it is the chocolate and chia, for this reason you see the idea of exporting a bar of organic chocolate with chia to the outside, having the opportunity to do so with a world power as is the German market which is one of the biggest consumers in Europe. Methodology based on consumers and foreign trade specialists in the European market was applied. As a result of the focus group it was obtained that the size of the product is recommended with 80% acceptance and that the taste of chocolate with chia is correct with 100% favorable; In the survey, it was said that people consume chocolate as a whim and in addition, organic black chocolate has a 16% uptake in consumers. In the interview, the characteristic of the presentation was shown to be important so that it would be attractive for the German consumer. The determination was made of the feasibility of a financial analysis of the business plan for the export of organic chocolate bars with Chía to the German market and this was favorable.

PALABRAS CLAVE:

Cacao, Cacao en el Ecuador, Chocolate orgánico, Comercio exterior, Plan de negocios

KEY WORDS:

Cocoa, Cocoa in Ecuador, Organic chocolate, Foreign trade, Business plan.

1. INTRODUCCIÓN

En la década de 1890, los primeros bancos se originaron por la seguridad económica que les brindaba el cacao siendo el motor que movía la economía en el país, acotando que el Ecuador se convirtió en el mayor exportador mundial en esa época hasta la actualidad, presentando en el 2011, acorde con informes de Proecuador, 224.163 toneladas métricas de producción nacional, obtenidas de haber sembrado 521.091 hectáreas y cosechado una superficie de 337.467 hectáreas, lo que representó un incremento del 14.28% en la producción de cacao y ha seguido aumentando sus ventas llegando a exportar 710 millones de dólares y 223 mil toneladas de cacao en el 2014 (PROECUADOR, 2017).

Actualmente se encuentran 12 asociaciones productoras de cacao orgánico en 5 provincias del país y a su vez están en proceso de formar un nuevo consorcio de comercio justo para competir con las grandes haciendas. Su cacao fino de aroma es de alta calidad, producido orgánicamente y el consorcio en formación está trabajando hacia esta certificación. Muchos de los bosques de cacao de sus productores tienen características de antigüedad y no solo producen el mejor cacao, pero también soportan una amplia variedad de biodiversidad (Progreso Verde, 2017).

Como punto importante, es la consideración de una planta industrial por medio de un proveedor que produzca las barras a un costo determinado y que se realice netamente la comercialización hacia el mercado exterior (en el mercado alemán) como la idea principal del presente proyecto ya que eso no se ha logrado en la actualidad con un producto innovador como el indicado.

2. Justificación de la Investigación

Una empresa que aproveche la oportunidad de comercializar un producto con valor agregado, tomando en consideración que será la unión de dos materias primas apetecidas a nivel mundial y del que reconocen su procedencia ecuatoriana, es una ventaja competitiva considerable, porque se busca participar en mercados internacionales exigentes como lo es en el mercado Alemán y por esta razón se ha optado por la barra de chocolate orgánico con chía, tomando en cuenta que será de tipo semiamargo al 70% de cacao.

El incursionar en nuevos mercados internacionales, abre las puertas a más productos ecuatoriano y el impulso a las empresas nacionales que tienen la iniciativa de ofrecer algo novedoso a quienes cada vez más buscan alimentos que aporten a la salud sin que se eliminen lo agradable como es un dulce y, en este caso, es lo que la barra de chocolate orgánico con chía puede ofrecer y que en la actualidad se observa muy poco.

3. Objetivo General de la Investigación

Desarrollar un plan de negocios para la exportación de barras de chocolate orgánico con chía a través de una investigación descriptiva y exploratoria, logrando la apertura en el mercado alemán

4. Objetivos Específicos

- Analizar cuáles son los requisitos de exportación y empaque que solicita el país alemán al querer exportar un nuevo producto como es el chocolate orgánico con chía.
- Elaborar el plan de exportación mediante recopilación de información del mercado para la determinación de la demanda potencial.

- Establecer estrategias administrativas para llevar a cabo la exportación de barras de chocolate orgánico con Chía hacia el mercado alemán.
- Determinar la factibilidad de un análisis financiero del plan de negocios para la exportación de barras de chocolate orgánico con Chía hacia el mercado alemán.

Idea a Defender

El desarrollo de un plan de negocios para la exportación de barras de chocolate orgánico con chía hacia el Mercado Alemán, contribuirá a que las compañías ecuatorianas de chocolate tengan mayor acogida con sus productos en el país europeo.

Antecedentes referenciales de investigación

De acuerdo a Torres (2011) en su trabajo denominado “Proyecto de pre factibilidad de exportación de chocolate orgánico desde la comuna El Poste - Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas a la ciudad de Berlín- Alemania” de la Universidad Técnica Equinoccial, Nuestro país adoptó el dólar como patrón monetario, lo que sin lugar a dudas le trajo algunos beneficios para estabilizar su economía. Sin embargo, esta particular circunstancia le obliga a ser mayoritariamente exportador, antes que importador, si quiere mantener su régimen de dolarización a lo largo del tiempo. Una de las características de nuestra economía es la de ser productores de materia prima para que sean otros países los que la procesen y nos vendan los productos elaborados, lo que perjudica nuestra balanza de pagos por una parte y quizá la más importante, nos impide el desarrollo, por cuanto no podemos generar ocupación para nuestra gente, que se limita a su rol de extractores primarios. En tal virtud, es imprescindible que el gobierno adopte políticas que favorezcan la industrialización de nuestros productos, con las características que demanda la competencia de un mundo global. El éxito en el comercio exportador depende de la calidad de lo que se ofrece dentro de un límite razonable de costos; la simple oferta no es suficiente para cumplir con los objetivos, hay que recurrir a tácticas y estrategias para llegar a los reales y posibles compradores, para abrir nuevos mercados y para mantener los existentes.

Marco Teórico Referencial

1.1.1.1. Cinco elementos clave para la elaboración de un plan de negocios

Existen 5 elementos clave que se deben incluir en un plan de negocios para que sea realmente viable:

- Descripción clara del producto o servicio
- Información de mercado y competencia
- Propuesta Única de Venta (PUV)
- Tecnología y estrategias requeridas
- Listado de comentarios obtenidos a lo largo de su proceso

El plan de negocios debe de proporcionar una descripción clara del producto o servicio y contener una mirada en profundidad al mercado que planea ingresar y a sus principales competidores. Esto también debe mostrar qué hace que el producto o servicio sea único y hará que los clientes lo elijan y no al de los competidores.

El outsourcing o externalización ocurre cuando una compañía contrata a otra para que se encargue de realizar algunas de sus actividades (procesos) de trabajo. El outsourcing puede proporcionar algunos beneficios significativos para las empresas, por ejemplo, les permite enfocarse en las competencias laborales en las que se destacan, es decir, pueden emplear una estrategia de externalización para centrarse mejor en los aspectos principales del negocio, lo cual aumentará la productividad, la eficiencia y la efectividad.

En este caso, la elaboración de un producto como el chocolate orgánico con chía será en un mediano plazo, en el que luego se pueda hacer una inversión mayor en la compra de las máquinas y equipos que ayudarán a realizarlo y de esta forma asegurarse de que los procesos continuarán con la misma calidad con la que se espera iniciar con la que se ha optado en la primera instancia con el outsourcing.

Marco Conceptual

Gestión: Según lo determinado por Castillo (2012), “la gestión es un proceso que se encarga de llevar a cabo una actividad a través y por medio de otras personas.” (pág. 78).

Control: “acción de controlar, generalmente procesos u actividades que se ejercen para el rendimiento de una operación favorable acorde a las pautas o reglas establecidas”. (Varo, 2011)

Producto: “Un producto puede ser definido por una serie de características, entre ellas, la marca, la calidad, el embalaje y el precio” (Pérez V. , 2007, pág. 58).

Ventaja competitiva: Según Villacorta (2010): “La generación de una ventaja competitiva a través del cambio requiere que las empresas dispongan de diferentes dotaciones de recursos y capacidades”. (pág. 77)

Arancel de aduanas: Son las tarifas que gravan las mercancías en la importación, la exportación y el tránsito, así como los impuestos fiscales, las disposiciones complementarias y los índices correspondientes. (Ministerio de Comercio Exterior, 2015)

1.1.Comercio Exterior: Conjunto de transacciones comerciales realizadas entre los residentes de un país y los residentes del resto del mundo. El comercio exterior centra su atención en el estudio de las relaciones económicas entre dos o más naciones. Las compras son las importaciones y las ventas las exportaciones, la diferencia entre los valores de las compras y las ventas es el saldo de la balanza comercial (Balanza de pagos). Íntimamente ligado con el desarrollo económico de una nación. (Servicio Nacional de Aduana en

Tipo de investigación

Descriptiva: Será empleada para el análisis de todas las partes del problema actual que no existen un plan de negocios para comercialización en gran cantidad sobre productos terminados, como lo es una barra de chocolate orgánico con chía hacia el mercado alemán.

Exploratoria: Determinada en función de que se utilizan fuentes de información para indagar el problema a investigarse, que es el realizar un focus group, entrevistas y estadísticas de exportación de chía y chocolate de Ecuador a Europa, y también las importaciones de estos mismos productos de parte del mercado alemán.

Enfoque de la Investigación

Mixta: Se basará en el uso de varios recursos como la base teórica sobre el conocimiento de la exportación y la gestión comercial, además de la entrevista como enfoque cualitativo, y, por otra parte, con la información estadística de las exportaciones e importaciones sobre la chía y el chocolate y del focus group a realizarse a la comunidad alemana en Guayaquil, como enfoque cuantitativo.

Población y Muestra

Como primer segmento de población de la investigación, se tiene que para el focus group se requiere de un grupo entre 5 a 10 personas para que puedan ser parte del proceso de preguntas y respuestas sobre el producto. Es necesario que sean del país donde se dará la exportación del producto final, porque ellos darán la información sobre los gustos generales y culturales referente al consumo de chocolate y chía.

Por otra parte, la población para la encuesta son los consumidores de chocolate de la ciudad de Guayaquil que según el INEC (2018) son 1'316.639 personas, tomando en consideración que el consumo per cápita a nivel nacional es de 300 gramos anuales (Revista Líderes, 2016). Al ser una población mayor a 100.000, se aplica la fórmula de población infinita, compuesta por el 94% de nivel de confianza, 6% de estimación de error, 50% de probabilidad de éxito y 50% de probabilidad de fracaso, lo cual da como muestra un total de 245.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Z = nivel de confianza (1.88)²

P= probabilidad de que ocurra (0.5)

q= probabilidad de que no ocurra (0.5)

e²= error de estimación (0.06)²

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{(e)^2}$$

$$n = \frac{1.88^2 \times (0.5)^2}{(0.06)^2}$$

$$n = \frac{3.5344 \times 0.25}{0.0036}$$

$$n = \frac{0.8836}{0.0036}$$

$$n = 245$$

El último segmento de población es derivado de la entrevista, la cual será a 1 persona profesional de comercio exterior para que brinde su opinión sobre los parámetros legales para la exportación hacia la Unión Europea respecto a productos de consumo como lo sería una barra de chocolate con chía.

Capítulo IV

Estados Financieros

Balance general

BALANCE GENERAL						
ACTIVO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE						
EFFECTIVO GENERADO	\$	45.699,66	\$ 102.558,36	\$ 169.607,68	\$ 245.675,69	\$ 447.467,51
CAJA	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00	\$ 52.000,00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 52.000,00	\$ 97.699,66	\$ 154.558,36	\$ 221.607,68	\$ 297.675,69	\$ 499.467,51
ACTIVO NO CORRIENTE						
ACTIVO INTANGIBLE	\$ 9.500,00	\$ 7.600,00	\$ 5.700,00	\$ 3.800,00	\$ 1.900,00	\$ -
ACTIVOS FIJOS	\$ 117.264,34	\$ 117.264,34	\$ 117.264,34	\$ 117.264,34	\$ 117.264,34	\$ 117.264,34
(-)DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ -	\$ 22.514,97	\$ 45.029,93	\$ 67.544,90	\$ 86.540,54	\$ 105.536,17
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 126.764,34	\$ 102.349,37	\$ 77.934,41	\$ 53.519,44	\$ 32.623,80	\$ 11.728,17
TOTAL ACTIVO	\$ 178.764,34	\$ 200.049,03	\$ 232.492,77	\$ 275.127,12	\$ 330.299,49	\$ 511.195,68
PASIVO						
PASIVO NO CORRIENTE						
CREDITO BANCARIO	\$ 125.164,34	\$ 117.885,75	\$ 109.764,31	\$ 100.702,39	\$ 90.591,11	\$ 79.308,95
TOTAL PASIVO	\$ 125.164,34	\$ 117.885,75	\$ 109.764,31	\$ 100.702,39	\$ 90.591,11	\$ 79.308,95
PATRIMONIO						
APORTE SOCIAL	\$ 53.600,00	\$ 53.600,00	\$ 53.600,00	\$ 53.600,00	\$ 53.600,00	\$ 53.600,00
UTILIDADES RETENIDAS	\$ -	\$ 28.563,28	\$ 69.128,46	\$ 120.824,73	\$ 186.108,38	\$ 378.286,73
TOTAL PATRIMONIO	\$ 53.600,00	\$ 82.163,28	\$ 122.728,46	\$ 174.424,73	\$ 239.708,38	\$ 431.886,73
PASIVO + PATRIMONIO	\$ 178.764,34	\$ 200.049,03	\$ 232.492,77	\$ 275.127,12	\$ 330.299,49	\$ 511.195,68
AUDITORIA						
ACTIVO	\$ 178.764,34	\$ 200.049,03	\$ 232.492,77	\$ 275.127,12	\$ 330.299,49	\$ 511.195,68
PASIVO+ PATRIMONIO	\$ 178.764,34	\$ 200.049,03	\$ 232.492,77	\$ 275.127,12	\$ 330.299,49	\$ 511.195,68
AUDITORIA = ACT - (PAS+PATRI)	-	-	-	-	-	-

Elaborado por Catherine Vallejo y Dario Barberi

El balance general de la empresa muestra que el registro contable se encuentra correctamente asentado en la proyección anual de los activos, pasivos y patrimonio.

Estado de resultado

ESTADO DE RESULTADO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$	1.956.371,30	\$ 2.004.726,27	\$ 2.054.276,42	\$ 2.105.051,29	\$ 2.337.996,49
COSTO DE VENTA	\$	1.239.442,40	\$ 1.254.140,87	\$ 1.271.110,71	\$ 1.288.683,53	\$ 1.306.885,15
UTILIDAD BRUTA	\$	716.928,90	\$ 750.585,41	\$ 783.165,71	\$ 816.367,76	\$ 1.031.111,35
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$	634.101,04	\$ 649.773,90	\$ 665.834,15	\$ 682.291,35	\$ 699.155,32
DEPRECIACIÓN	\$	22.514,97	\$ 22.514,97	\$ 22.514,97	\$ 18.995,63	\$ 18.995,63
AMORTIZACIÓN	\$	1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00
UTILIDAD OPERACIONAL	\$	58.412,89	\$ 76.396,54	\$ 92.916,60	\$ 113.180,78	\$ 311.060,39
GASTOS FINANCIEROS	\$	(\$ 13.607,74)	(\$ 12.764,88)	(\$ 11.824,42)	(\$ 10.775,05)	(\$ 9.604,16)
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN E IMPUESTOS	\$	44.805,15	\$ 63.631,66	\$ 81.092,18	\$ 102.405,73	\$ 301.456,23
PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORE	15%	\$	6.720,77	\$ 9.544,75	\$ 12.163,83	\$ 15.360,86
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$	38.084,38	\$ 54.086,91	\$ 68.928,35	\$ 87.044,87	\$ 256.237,80
IMPUESTO	25%	\$	9.521,09	\$ 13.521,73	\$ 17.232,09	\$ 21.761,22
UTILIDAD NETA	-	\$ 28.563,28	\$ 40.565,18	\$ 51.696,26	\$ 65.283,65	\$ 192.178,35

Elaborado por Catherine Vallejo y Dario Barberi

Al realizar el estado de resultados de la empresa, se tiene que en el primer año se genera una utilidad neta de \$28.520,32 y en el quinto año será de \$192.104,83.

TIR y VAN

TIR y VAN con Flujo de caja de operaciones – puro

Tabla 1 TIR y VAN proyecto puro

TIR	35,11%
VAN	\$102.860,48

Elaborado por Catherine Vallejo y Dario Barberi

Al tener en cuenta toda la información de los costos, gastos y ganancias en ventas que se espera contar, el TIR del proyecto puro es de 35,11% lo que lo hace financieramente rentable, mientras que el VAN es de \$102.860,48 transformando al proyecto en un económicamente rentable.

TIR y VAN con Flujo de caja financiado – inversionistas

Tabla 2 TIR y VAN proyecto financiado

WACC	17.21%
TIR	104,73%
VAN	\$199.815,04

Elaborado por Catherine Vallejo y Dario Barberi

Para el flujo de caja financiado también se estimó el TIR y el VAN, siendo el primero de 104,73% que lo hace financieramente rentable siendo muy favorable realizar la inversión y el VAN se refleja en \$199.815,04 y que es de igual forma económicamente rentable. Para estimar el valor del VAN se tuvo en cuenta el cálculo del WACC que es la tasa de descuento

Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTOS FIJOS	\$ 170,000.00	\$ 174,201.83	\$ 178,507.52	\$ 182,919.63	\$ 187,440.80
COSTOS VARIABLES UNITARIO	\$ 0.53	\$ 0.53	\$ 0.53	\$ 0.53	\$ 0.52
PRECIO DE VENTA	\$ 0.62	\$ 0.62	\$ 0.62	\$ 0.62	\$ 0.61
PUNTO EQUILIBRIO \$	\$ 1,232,500.00	\$ 1,277,678.59	\$ 1,244,853.22	\$ 1,277,834.70	\$ 1,239,553.49
PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES	1,990,793	2,063,767	2,007,048	2,073,368	2,023,500
% EQUIVALENTE DE LA PRODUCCIÓN	86%	88%	84%	85%	81%

Elaborado por Catherine Vallejo y Dario Barberi

El punto de equilibrio de la empresa se logra al vender 1.990.793 unidades o \$1.232.500,00, lo que representa el 86% de la producción estimada.

PAYBACK

PAYBACK con flujo de caja de operaciones - puro

	WACC		17.21%			
DETALLE	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA	(\$178,764.34)	\$52,935.76	\$64,935.29	\$76,063.86	\$86,129.26	\$213,000.4
FC DESCONTADO	(\$178,764.34)	\$45,165.04	\$47,270.19	\$47,243.08	\$45,641.92	\$96,304.5
DESCONTADO ACUMULADO	(\$178,764.34)	(\$133,599.30)	(\$86,329.11)	(\$39,086.03)	\$6,555.89	\$102,860.4

Elaborado por Catherine Vallejo y Dario Barberi

Tabla 3 PAYBACK proyecto puro

Periodo anterior al cambio de signo	3
Valor absoluto del flujo acumulado	\$39,086.03
Flujo de caja del siguiente periodo	\$86,129.26
PAYBACK	3.45 AÑOS

Elaborado por Catherine Vallejo y Dario Barberi

El retorno de la inversión o PAYBACK con el proyecto puro se lo logrará a los 3.45 años de iniciadas las operaciones en la compañía.

PAYBACK con flujo de caja financiado - inversionistas

	WACC	17.21%			
DETALLE	0	1	2	3	4
FLUJO DE CAJA	(\$53,600.00)	\$45,657.17	\$56,813.84	\$67,001.95	\$76,017.98
FC DESCONTADO	(\$53,600.00)	\$38,954.92	\$41,358.11	\$41,614.75	\$40,283.71
DESCONTADO ACUMULADO	(\$53,600.00)	(\$14,645.08)	\$26,713.03	\$68,327.78	\$108,611.49

Elaborado por Catherine Vallejo y Dario Barberi

Tabla 4 PAYBACK proyecto financiado

Periodo anterior al cambio de signo	1
Valor absoluto del flujo acumulado	\$14,645.08
Flujo de caja del siguiente periodo	\$56,813.84
PAYBACK	1.26 AÑOS

Elaborado por Catherine Vallejo y Dario Barberi

El retorno de la inversión o PAYBACK con el proyecto financiado se lo logrará a los 1.26 años de iniciadas las operaciones en la compañía.

CONCLUSIONES

Dentro de las conclusiones de la investigación, se tiene que se ha podido analizar cuáles son los requisitos de exportación y empaque que solicita el país alemán al querer exportar un nuevo producto como es el chocolate orgánico con chía, y en este caso se acogen a lo que determina la Unión Europea de la que forma parte Alemania porque todo producto debe ser sometido a una inspección fitosanitaria en el primer punto de ingreso fronterizo comunitario autorizado, según el Reglamento (CE) nº 882/2004.

También se ha logrado establecer las estrategias administrativas al plan de negocios para llevar a cabo la exportación de barras de chocolate orgánico con Chía hacia el mercado alemán, el cual se lo ha hecho por medio de una correcta estructura administrativa y un acuerdo comercial para que se realice el contrato de outsourcing con una empresa que cuenta con una planta para producir la barra "ABBI".

Se ha dado la elaboración del plan de exportación mediante recopilación de información del mercado para la determinación de la demanda potencial, teniendo en cuenta el conocimiento

de los consumidores alemanes y su forma de compra, junto con las condiciones de entrada de producto, el pre-embarque y post-embarque que se debe realizar en el comercio exterior.

Finalmente se dio la determinación de la factibilidad de un análisis financiero del plan de negocios para la exportación de barras de chocolate orgánico con Chía hacia el mercado alemán y este fue favorable, ya que el producto será comercializado por un precio de \$0,65 pero con presentaciones de 4,8 y 12 unidades, además se muestra que el proyecto puro es económica y financieramente rentable al tener un TIR de 35,11%, un VAN de \$102.860,48 y un punto de equilibrio de \$ 1.232.500,00.

RECOMENDACIONES

- Ampliar el canal de distribución a otras ciudades del país y tener un mayor alcance del mercado chocolatero.
- Participar en ferias gastronómicas, chocolateras y fitness tanto locales, nacionales e internacionales con la finalidad de hacer mayor promoción del producto y los beneficios que posee.
- Desarrollar otras presentaciones sobre el producto como una forma de ampliar las preferencias de los consumidores.
- Buscar nuevos mercados internacionales en donde se tenga la oportunidad de participar con la barra de chocolate orgánico con chía.
- Fusionar el chocolate orgánico con otras materias primas que se produzcan en los campos ecuatorianos, con el objeto de incentivar lo elaborado en el Ecuador.

Bibliografía

Andes. (31 de Enero de 2014). *Siete marcas ecuatorianas de chocolate fino de aroma forman un consorcio en busca de nuevos mercados internacionales*. Obtenido de Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/economia/1/siete-marcas-ecuatorianas-chocolate-fino-aroma-forman-consorcio-busca-nuevos-mercados>

ANECACAO. (12 de Octubre de 2015). *La industria chocolatera ecuatoriana*. Recuperado el 20 de Mayo de 2017, de Anecacao: <http://www.anecacao.com/es/noticias/la-industria-chocolatera-ecuatoriana.html>

ANECACAO. (29 de Marzo de 2016). *Exportación ecuatoriana de cacao 2015*. Recuperado el 20 de Mayo de 2017, de ANECACAO: <http://www.anecacao.com/index.php/es/estadisticas/estadisticas-actuales.html>

ANECACAO. (1 de Enero de 2017). *Cacao nacional: un producto emblemático del Ecuador*. Obtenido de Asociación Nacional de Exportadores de Cacao - Ecuador: <http://www.anecacao.com/es/quienes-somos/cacao-nacional.html>

Asobancaria. (29 de Septiembre de 2016). *Asobancaria Colombia* . Obtenido de Asobancaria Colombia : <http://www.asobancaria.com/sabermassermas/que-es-leasing/>

Ayerza, R., & Coates, W. (2006). *Chía, redescubriendo un olvidado alimento de los aztecas*. Buenos Aires: Del Nuevo Extremo.

Banco Central del Ecuador. (24 de Octubre de 2017). *Participación porcentual de los principales productos de exportación*. Obtenido de BCE: <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>

BCE. (20 de Enero de 2017). *Exportaciones de cacao*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/762>