



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE ARROZ INTEGRAL PRECOCIDO
CERTIFICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL Y SU EXPORTACIÓN A
LA CIUDAD DE NUEVA YORK EN LOS ESTADOS UNIDOS

AUTOR

JUAN PABLO GALLEGOS MOYA

AÑO

2020



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA
A LA PRODUCCIÓN DE ARROZ INTEGRAL PRECOCIDO CERTIFICADO EN
LA CIUDAD DE GUAYAQUIL Y SU EXPORTACIÓN A LA CIUDAD DE NUEVA
YORK EN LOS ESTADOS UNIDOS

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los
requisitos establecidos para optar por el título de Licenciado en
Negocios Internacionales

Profesor Guía
Francisco Miguel Pulupa

Autor
Juan Pablo Gallegos Moya

Año

2020

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido el trabajo, plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la producción de arroz integral precocido certificado en la ciudad de Guayaquil y su exportación a la ciudad de Nueva York en los Estados Unidos, a través de reuniones periódicas con el estudiante Juan Pablo Gallegos Moya, en el semestre 2020-10, orientando sus conocimientos y competencias para su eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

Francisco Miguel Pulupa Quishpe

C.I 1711091452

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la producción de arroz integral precocido certificado en la ciudad de Guayaquil y su exportación a la ciudad de Nueva York en los Estados Unidos, de Juan Pablo Gallegos, en el semestre 2020-10, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

María Belén Loor Iturralde

C.I 1713693042

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

Juan Pablo Gallegos Moya
C.I 1804283701

Resumen

El presente trabajo tiene como finalidad determinar la factibilidad de exportar arroz integral precocido con certificado BPM, ISO 22000, ISO 9000 y AAA, hacia New York, Estados Unidos

Para poder conocer el mercado se realizó el respectivo análisis PESTEL, PORTER y matriz EFE para, mediante dichos análisis, poder conocer los factores políticos, económicos, sociales, legales y ambientales de los países analizados -Ecuador y Estados Unidos- y así poder encontrar estrategias viables y que el producto sea aceptado por el mercado.

El segmento específico del mercado objetivo es aquel comprendido por ecuatorianos radicados en la ciudad de New York, de entre 20 y 54 años de edad, y de todos los niveles socioeconómicos. Para identificar sus hábitos de consumo, se realizó encuestas a las personas dentro del segmento objetivo y se llegó a la conclusión de que la presentación que se va a ofrecer será de 20 libras con un costo de \$18.78. Este precio obedece a que los consumidores conocen el valor de obtener un producto proveniente de su país de origen y más sano.

La fabricación de este producto se basa en deshidratarlo para convertirlo en precocido y posteriormente empaquetarlo. El financiamiento se realizará en dos partes, 60% de los accionistas y 40% crédito bancario. Finalmente, los indicadores financieros, como por ejemplo el Valor Actual Neto (VAN) presentan valores positivos siendo mayores a la inversión inicial a partir del año 4, la tasa interna de retorno es mayor que el WACC y la tasa interna de retorno de los inversionistas es mayor al CAPM, dando como conclusión que la exportación de arroz integral precocido con certificación es viable.

ABSTRACT

The following work has as its purpose to determine the feasibility of exporting precooked integral rice towards New York, United States of America with the following certificates: BPM, ISO 22000, ISO 9000 y AAA.

To be able to know the market PESTEL, PORTER and EFE matrix analysis were done so that, through them it was possible to know the political, economic, social, legal and environmental factors about the involved countries, Ecuador and the United States and therefore find viable strategies in order to the project to be accepted

The specific aimed market segment is the one established by eradicated Ecuadorians in New York City in between the age of 20 and 54 years in all the economic levels range. In order to identify their consumption habits, polls were made to the people of the people in the aimed segment and it was concluded that the presentation which will be offered to these consumers will be of 20 pounds at a cost of \$18.78. This price is set due to consumers knowing that the value of obtaining a product coming from their origin country and therefore a healthier product.

The product fabrication is based in dehydrating it in order to precook it and lastly package it. The financing will be made in two parts, 60% from the shareholders and 40% from a bank credit. Finally the financial indicators, as the Net Present Value (NPV) show positive values being higher than the initial investment values starting from the fourth year, the internal rate of return is higher than the WACC and the investors internal rate of return is higher than the CAPM, resulting as a conclusion that the exporting of precooked integral rice with certification is viable.

ÍNDICE

1. Introducción	1
1.1. Justificación del Trabajo	1
1.1.1 Objetivo General del trabajo	2
1.1.2 Objetivos Específicos	2
2. Análisis del entorno	3
2.1. Análisis del entorno externo	3
2.1.1 Entorno externo	3
2.1.2 Análisis de la industria PORTER	8
3. Análisis al cliente	12
Hipótesis	13
Hipótesis Nula	13
3.5. Investigación Cualitativa	14
Entrevista a Experto 1	14
4. Oportunidad de Negocio	21
5 Plan de Marketing	24
5.1 Estrategia general de marketing	24
5.1.1 Mercado Objetivo	24
5.1.2 Propuesta de valor	24
5.2 Mezcla de Marketing	26
Características y atributos	26
6 Propuesta de filosofía y estructura organizacional	32
6.1 Misión, visión y objetivos de la organización	32
6.2 Plan de Operaciones	34
Procesos requeridos para el funcionamiento de la organización	34
6.3 Estructura organizacional	42
7. Evaluación financiera	45
7.1 Proyección de ingresos, costos y gastos	45
7.2 Inversión inicial, estructura de financiamiento y capital de trabajo	47
7.3 Proyección de estado de resultados, situación financiera, estado de	

flujo de efectivo y flujo de caja.....	48
7.4 Proyección de flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento y criterios de valoración	50
8. Conclusiones generales	52
REFERENCIAS.....	54
ANEXOS	66

1. Introducción

1.1. Justificación del Trabajo

Durante años se ha podido evidenciar cambios en los hábitos de consumo alimenticio. Esta tendencia ha cambiado la forma de pensar de los consumidores actuales que prefieren adquirir productos que sean rápidos de consumir o productos que se encuentren precocinados. Las tendencias de mala alimentación basadas en la comida rápida llena de fritos en todo el mundo se han ido incrementando durante los años y ahora es cuando los consumidores buscan alimentos más sanos que mejore su alimentación. Los alimentos son los únicos insumos necesarios que proporcionan energía calórica al cuerpo humano para un día a día, por tal razón se ha encontrado la oportunidad de negocio en la cual se pretende exportar, distribuir y comercializar arroz integral en la ciudad de Nueva York (EE.UU.) en la cadena de supermercados Morton Williams, Walmart y New Yorkers. El arroz integral tiene varios componentes vitamínicos, por cada 100 gr de porción se tiene 275 (mg) en potasio, 1.1 (g) en grasa, 0.3 (mg) en vitamina B1, 0.06 (mg) en vitamina B2, 4.3 (mg) en vitamina B3, 1.2 (g) de fibra, 8 (g) de proteínas y 350 (kcal) de energía, 300 (mg) de fósforo, hierro, zinc, además que al no ser un tipo de arroz refinado mantiene la capa externa del grano, es decir su fibra vegetal. De igual manera contiene ácidos grasos esenciales que son saludables para la persona que lo consume previniendo problemas al corazón y el colesterol, lo que se busca es mejorar el estilo de vida alimenticio de las personas, Ecuador al ser un país con grandes posibilidades de cultivo y cosecha de arroz por factores como el clima nos da la oportunidad y facilidad de aprovechar este producto. El plan de negocio que se desarrollará será enfocado principalmente en los migrantes ecuatorianos que radican en la ciudad de Nueva York (Estados Unidos), pensando en su buena alimentación y en el producto ecuatoriano que será llevado a sus mesas. Este producto es básico en la dieta de los ecuatorianos ya que puede ser

acompañado con cualquier tipo de proteína al ser de fácil cocción, es decir que toma alrededor de 10 minutos cocinarlo, y ya no existirá una excusa para poder alimentarse de una manera más saludable saboreando la sazón ecuatoriana.

1.1.1 Objetivo General del trabajo

Determinar la factibilidad para la implementación de un plan de negocios enfocado en la creación de una empresa para la producción de arroz integral precocido con certificación BPM (regulación, control y vigilancia sanitaria), ISO 22000 (Seguridad de producción de alimentos), ISO 9000 (Calidad de producción) para su exportación y posterior comercialización en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos.

1.1.2 Objetivos Específicos

- a) Realizar la investigación del entorno externo de la producción y comercialización de arroz integral para su exportación y comercialización en Nueva York, Estados Unidos, haciendo uso de análisis Pestel y Porter, con la finalidad de poder identificar oportunidades y amenazas de la industria.
- b) Mediante investigación cuantitativa y cualitativa se pretende encontrar y conocer la aceptación de arroz integral precocido en el mercado de ecuatorianos residentes en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos.
- c) Identificar la existencia de una oportunidad de negocio tras el análisis realizado en las investigaciones internas, externas y del cliente.
- d) Diseñar un plan de marketing para poder penetrar y posicionar en el mercado objetivo la propuesta de valor del arroz integral precocido para su exportación y comercialización hacia la ciudad de Nueva York en Estados Unidos.
- e) Definir la misión, visión y objetivos de la organización para posteriormente realizar un plan de operaciones y definir los roles en la estructura organizacional.

f) Mediante el análisis de los indicadores financieros se espera identificar la viabilidad del proyecto con la utilización de estados financieros.

2. Análisis del entorno

2.1. Análisis del entorno externo

2.1.1 Entorno externo

Factor Político / Legal

- Al momento de analizar el factor político se puede observar que Ecuador se encuentra en el puesto 123 del ranking Doing Business (Banco Mundial , 2019).
 - Según el GEM o índice de espíritu emprendedor, Ecuador obtiene el segundo mejor puntaje de la región con (0.28) solo después de Perú. (Monitor, 2017)
 - Facilidad de créditos por parte de entidades bancarias como Banco del Pacífico en créditos para Pymes desde los \$2500 hasta los \$100.000 (Pacífico, 2019)
 - Existe un acuerdo SGP (Sistema General de Preferencias) con un acceso libre de aranceles. (Líderes, 2017)
 - De igual manera Ecuador forma parte de la OMC desde el 21 de enero de 1996 (Organización Mundial Del Comercio , 2019), lo que radica en la apertura y oportunidades del comercio con otros países.
 - Por otro lado Ecuador presenta la “Ley Orgánica para el fomento productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo, Estabilidad y Equilibrio Fiscal” (PROECUADOR, 2018) “Decreto Ejecutivo 617” (PROECUADOR, 2018), que promueve nuevas inversiones al país externas e internas, así también se fomenta las oportunidades de negocio tanto nacionales como extranjeras.
 - Es necesaria la obtención de la normativa técnica sanitaria para alimentos procesados, de igual manera la rotulación certificada por INEN de productos alimenticios para consumo humano. (Arcsa, 2019)
- FACTOR LEGAL.**

Factor Económico

- La tarifa de la salida a de divisas es del 5%. (SRI, 2019)
- Eliminación al anticipo al impuesto a la renta por parte del Gobierno que se hará vigente el 31 de diciembre de 2019. (services, 2018)
- Existencia de la Ley para el Fomento Productivo, atracción de inversiones tanto internas como externas, fomentando así el empleo y la economía. (ECUADOR, 2019)

Producto Interno Bruto:

- Ecuador en el año 2017 presentó un Producto Interno Bruto de 104.295.862,00 mil USD según el Banco Mundial. (Banco Mundial , 2017)

Exportaciones:

- Las exportaciones de Ecuador hacia el mundo con el código arancelario 1006.20.00.00 registran un total de \$3 mil USD en el año 2017, siendo este su mejor año en comparación con el año 2014 donde se registra un total de \$1 mil USD, por lo que se puede inferir que las exportaciones han crecido. (Trade Map, 2018)

Nivel de confianza del consumidor:

- Según el Banco Central Del Ecuador se registró que el ICC de Ecuador al último mes del año 2018 fue de 39.3 puntos, 0.4 puntos más alto en comparación que el año 2017. (Banco Central Del Ecuador , 2018)
- Por otro lado, el riesgo país de Ecuador desde el año 2018 ha estado entre los 430 y los 806 puntos (Banco Central Del Ecuador , 2018), lo que radica en que el país presenta altos riesgos que tienen que ver directamente con el tema de inversiones y financiamiento.

Factor Social**Salud:**

- Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos Ecuador registra un incremento de 3,7% en los egresos hospitalarios en el sector público, es decir de 752.316 a 780.208. (INEC, 2018)
- La secretaría técnica Plan Toda Una Vida promulga un programa de Acción Nutricional en base a fomentar mejores planes alimenticios en combate con la desnutrición y del incremento del sobrepeso en el país. (Secretaría Plan Toda Una Vida , s.f.)
- Según el Ministerio de cultura y patrimonio el cultivo de arroz es el más extenso en el país, existen alrededor de 343 mil hectáreas sembradas según el último censo Agrario. (Patrimonio, Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2016)
- Según un estudio de INEC el 26% (550.752) de la población Ecuatoriana tiene sobrepeso y obesidad. (INEC, 2013)
- En la entrada al siglo XX, el cultivo de arroz en las ciudades de clima tropical del Ecuador se ha convertido en el alimento diario de las personas, hoy no hay parte dentro de Ecuador donde no se sirva este producto. (Patrimonio, 2016)

Clima: Ecuador presenta un clima tropical lo que beneficia a varios sectores industriales como el sector agrícola. (INAMHI, 2019)

Factor Tecnológico

- Ecuador realiza la importación de máquinas y aparatos para el tratamiento de cereales como el cribado de semillas y molienda asignado con la partida arancelaria 8437.80.91.00 (Comité de Comercio Exterior, 2017), estas máquinas provienen de China, Japón, Alemania, Taipei Chino, Panamá, etc. (TRADE MAP, 2018).

Factor Ecológico

- Buenas prácticas agrícolas seguidas de normas establecidas de la Legislación Ambiental que aseguran un bajo impacto en el medio ambiente y que aseguran una producción de arroz bajo las mejores

técnicas ambientales. (AGROCALIDAD, 2015)

Problema Medioambiental:

- Ecuador pasó a formar parte de Protocolo de Montreal en 1990, en noviembre de 2017 fue aprobada la enmienda de Kigali que permite a Ecuador trabajar en la eliminación de sustancias dañinas para la capa de ozono. (Ministerio de Industrias y Productividad , 2018)
- Según el Ministerio Del Ambiente, Ecuador presenta áreas protegidas tanto en los Andes, Costa, Amazonía y Galápagos. (Ministerio De Ambiente, 2019)

Proceso de producción:

- Ecuador presenta un clima tropical, lo que beneficia al proceso de producción de arroz, realizando este proceso de una manera responsable y adecuada para el medio ambiente y el consumo humano tanto Nacional como Internacional.

PESTEL Estados Unidos

Factor Político / Legal

Forma de Gobierno:

- La forma de gobierno de Estados Unidos se cataloga como una democracia, república federal constitucional que se basa en que el gobierno rige las leyes mediante una constitución, lo que permite flexibilidad en aspectos políticos del país. (Embajada de los Estados Unidos , 2019)
- La USDA (El Departamento de Agricultura de los Estados Unidos) regula los instrumentos utilizados en el sector de la agricultura, es decir pesticidas para precautelar la calidad de los alimentos producidos e importados al país. (U.S Department of Agriculture, 2019)
- Acuerdo de Sistema General de Preferencias Arancelarias (SGP) con 300 productos exonerados de impuestos. (Expreso, 2016)

Factor Económico

Niveles de Inflación:

- Según al Fondo Monetario Internacional (FMI), la tasa de inflación de Estados Unidos se mantuvo constante en 2.4% en el año 2018, se espera que esta disminuya a 2.1% en los siguientes años. (Banco Santander, 2019)

Producto Interno Bruto:

- Estados Unidos al final de año 2017 alcanzó un PIB a precios actuales de \$19,390,604,00 billones USD, catalogándola como la más grande potencia mundial. (Banco Mundial , 2017)
- El sector de la agricultura representó el 1.0% del total del PIB de Estados Unidos. (Banco Santander, 2019)
- El 18.2% de participación del PIB se compone del sector de las finanzas, bienes raíces, seguros y renta. Por otro lado, con un 8.2% del total del PIB está la asistencia social, servicios educativos y salud. (United States Department Of Labor, 2019)
- El valor total de importaciones de Estados Unidos con el mundo en los últimos 3 años fue de \$7.267.854.830. (Map, 2019)
- En el año 2017 Estados Unidos importó \$2.16 billones, lo que radica en ser el importador más grande del mundo. (OEC, 2017)

Factor Social

Empleo:

- El desempleo en Estados Unidos se ha ido disminuyendo, con un ajuste estacional en marzo de 2018 el desempleo presentaba 7.9 %, en comparación de marzo de 2019 se presenta 7.3%, una notable reducción del desempleo. (United States Department Of Labor, 2019)
- La población migrante de ecuatorianos en Estados Unidos es de 470.319 personas, con una estimación en el año 2017 de 380.000 ecuatorianos en Nueva York. (Expansión, 2017)

Factor Tecnológico

Automatización de procesos:

- A partir del año 2012 se puso énfasis en el sector agrícola con la utilización de ingeniería transgénica y biotecnología. (U.S Department of agriculture, 2019)

2.1.2 Análisis de la industria PORTER

Barreras de Entrada

Aquellas barreras que la competencia pone para ingresar a un mercado son elementos como presentación del producto, precio, costo de transporte, que existan barreras arancelarias.

Es difícil llevar una industria de arroz integral para esto hay que saber más sobre las leyes, existen elementos que la competencia pone en el mercado para empezar un negocio, dichos elementos pueden ser presentaciones de dichos productos, precio y promociones. Por otro lado, no existen barreras arancelarias, lo que es un beneficio para poder comercializar el producto, hay que tomar en cuenta que los trabajadores de esta industria tienen que tener experiencia en el ámbito laboral ya sea para prevención de alguna grave situación tanto para los trabajadores como para la empresa y tomando también en cuenta, cuanto se va a invertir en uno de estos negocios ya sea tanto en personal como en la maquinaria. Sobre el mercado de arroz integral empleando un análisis para ver resultados positivos y que se va a reconocer la marca tendríamos que analizar el lugar en donde se va a encontrar esta industria para encontrar rentabilidad , también los gastos en productos, el nombre de la marca y los medios de comunicación más efectivos para la publicidad de la industria y toda la información necesaria para desarrollar y hacer conocer la marca de la industria, y que todo marche bien esto estaba representado en una inversión de unos USD 700 000. (LIDERES, 2018)

Con respecto a las barreras de entrada en la industria del arroz es importante tomar en cuenta las normativas legales como ingresar con las debidas certificaciones como normas ISO o BPM, de igual manera encontrar

el INCOTERM más apropiado, estas normativas deben ser cumplidas para poder llevar a cabo el correcto procesamiento y comercialización de este producto, normas técnicas sanitarias y la correcta rotulación para el consumo humano son necesarias y de suma importancia. (Arcsa, 2019)

La barrera de entrada es alta, ya que se necesitan muchos requisitos sanitarios y materiales que permitan una buena producción de arroz integral, adicional a esto, para poder producir este tipo de producto necesita estar regulado por ARCSA.

Amenaza de productos sustitutos

Los productos sustitutos para la partida arancelaria 1006.20.00.00 descrita como “Arroz descascarillado (Arroz cargo o Arroz pardo” (Comite de Comercio Exterior, 2017) pueden ser diferentes granos como la quinua, cebada, trigo o avena, ya que son muy beneficiosas para las personas que consumen un 60% de productos naturales y orgánicos, además tiene un alto nivel de complejidad debido a la propia naturaleza del mismo ya que hay gran variedad de personas que consumen este tipo de productos por ser saludables. Al cambiar a este tipo de producto varía mucho el costo por lo que las personas invertirían más que en el arroz integral (MURIEGA, 2018) Por otro lado, México es un exportador de tortillas de maíz a Estados Unidos con un total de \$21.660 en el año 2018, producto que podrá ser tomado en cuenta como producto sustituto. (Map, Trade Map, 2019)

La amenaza de productos sustitutos es media, los productos orgánicos que pueden reemplazarlos no son muchos granos y el costo de cambio es un poco elevado ya que estos granos como la cebada o la quínoa no son baratas de conseguir y cabe mencionar que en EEUU los productos orgánicos tienen precios altos.

Competidores

El arroz integral, llamado también arroz cargo o arroz descascarillado, al que sólo se le ha quitado la cáscara exterior o gluma, no comestible; tiene como competidores y reconocidos por exportar arroz y tener sus propias industrias son como: Corpagro, DAJAHU S.A que representan en la marcas

como El Arroz Tres Marias, Arroz el Serranito, Rico Arroz, Arroz Goya, Arroz Americano y otra empresa reconocida y última es (Labiza) (Agrodajahu, 2017). (COORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL, 2017)

La Industria tendrá poca competencia ya que tiene por encima a pocas empresas que son reconocidas y tendrá que tener una mejor calidez en su producto la cual le hará ser diferenciada de los otros y la industria podrá crecer y ser comercializada exitosamente. Como principal competidor en país de exportación de arroz localizamos a India que es uno de los principales países donde EEUU importa su arroz. La amenaza de competidores es alta, ya que China es un país que se lo reconoce por el bajo precio de la producción de arroz y además como un principal país de exportación a EEUU, después le sigue Tailandia, el precio de exportación de este producto es bajo en comparación con el de otros países.

Clientes

En poder de negociación de clientes es alto ya que las personas de EE.UU lo consumen en gran cantidad y sería muy beneficioso tener una industria de arroz integral ya que un 53% de la población estadounidense consumen arroz integral y utilizan un 10% de su salario en Gastos de este producto lo que se puede decir que resultaría muy bien para la empresa exportadora y sería rentable pero al ser uno de los países exportadores de arroz integral el cliente puede negociar el precio al comprar este producto ya que no es el único país exportador de arroz. Adicional a esto las personas en EEUU están conscientes de que se debe consumir productos bajo en grasa y que provea vitaminas y proteínas necesarias para el cuerpo.

Proveedores

La Empresa que sería más asociativa en Ecuador que me pueden proveer en tanto como la maquinaria y el producto para poder tener este tipo de industria y hacer el proceso nos podría colaborar como es la empresa y que tiene la marca muy conocida y exclusiva "LABIZA" que exporta a nivel mundial, y lo hace por grandes cantidades de arroz industrial entre otros proveedores que pueden colaborar con este tipo de industrias es DAJAHU

que tiene un 40% de ganancia en los mercados. (COORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL, 2017)

A los agricultores se les entrega kits agrícolas y en el último años la cifra asciende a 59 000. Con estos, se subsidia entre 10% y 15% del costo de producción del arroz.

El poder de negociación de los proveedores es baja ya que existen varias empresas centradas en la maquinaria para el arroz, los agricultores de arroz o empresas dedicadas a este sector pueden escoger entre tantos y sus costos de cambio son bajos.

Tabla No. 1: Matriz EFE

	Factores Externos Clave	Ponderación	Calificación	Puntuación Ponderada
	Oportunidades			1,94
1	Ecuador forma parte de la OMC, lo que radica en que el país tenga mayores oportunidades de realizar negocios, además de tener el apoyo de la organización en forma económica y de comercio.	10%	3	0,3
2	El riesgo país de Ecuador desde el año 2018 ha estado entre los 430 y los 806 puntos, el último año 2019 fue de 717 puntos que radica en un indicador menor riesgoso para realizar negocios en el país.	9%	5	0,45
3	Existe capacitaciones en temas de exportación y oportunidades de entrada a nuevos mercados.	6%	4	0,24
4	Ley Orgánica para el fomento productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo y Estabilidad y Equilibrio Fiscal que promueve nuevas inversiones al país externas e internas. En donde se está buscando un acuerdo comercial para un convenio con los Estados Unidos por medio del banco interamericano de desarrollo BID para un financiamiento de USD 12 millones para la creación de la ventanilla única de inversiones (VUI) en Guayaquil y Quito.	10%	4	0,4
5	Las exportaciones del Ecuador presentan crecimientos en los últimos años, en el año 2016 se exportó a Estados un total de \$5.436.084, en el año 2017 \$6.056.905 y en el año 2018 \$6.671.509, exportaciones que han ido en crecimiento lo que radica en un indicador positivo al momento de querer exportar arroz a Estados Unidos.	7%	4	0,28
6	Se registró que el ICC de Ecuador con 0.4 puntos más alto en comparación que el año 2017, además que existen capacitaciones para los productores sobre la producción de arroz en donde para la posterior exportación se utilizará la incoterm DDP.	3%	3	0,09
7	Ecuador presenta un clima tropical, lo que beneficia al proceso de producción de arroz.	6%	3	0,18
8	Existe muchos proveedores de maquinaria de arroz (Mediante la declaración conjunta del consejo de Comercio e Inversiones entre EEUU y Ecuador, se está buscando fortalecer el comercio mediante proyectos de cooperación, inversiones, aspectos de propiedad intelectual relacionadas al comercio, así como aspectos de comercio de productos agrícolas y pesqueros.)	6%	1	0,06
	Amenazas			1,11
9	Demora en tiempo de cumplir la normativa técnica sanitaria para alimentos procesados, de igual manera la rotulación certificada por INEN de productos.	4%	4	0,16
10	Ecuador realiza la importación de máquinas y aparatos para el tratamiento de cereales como el cribado de semillas y molienda ya que la maquinaria que se puede obtener en Ecuador es de baja calidad y no cumple con los altos estándares de calidad que se busca.	4%	4	0,16
11	Existen regulaciones que son dadas por la USDA que toman tiempo obtenerlas para la posterior exportación de arroz integral a Estados Unidos, esto podría impedir el proceso de normativas necesarias para la exportación.	4%	4	0,16
12	Existen competidores como China y Tailandia que ganan mercado en EEUU-New York entre estos existen varias marcas ya posicionadas en el mercado como arroz Iberia, Goya, etc.	6%	5	0,3
13	Se necesitan varias normativas y regulaciones para la producción de arroz en el Ecuador como normas fitosanitarias y normas ISO.	5%	5	0,25
14	Los granos orgánicos como la cebada o quinoa son sustitutos para el arroz integral	8%	1	0,08
16	Los clientes pueden escoger entre otros productos orgánicos (sustitutos)	7%	2	0,14
Total		95%		3,05

- Estados Unidos de Norte América importó 895.693 toneladas de todo

el mundo en el año 2017, mientras que Ecuador exportó un 0% de esta cantidad a dicho país. El mayor exportador a Estados Unidos en el año 2017 fue Colombia 31.556 toneladas que representa el 3.52% del total de importación que realiza Estados Unidos. (Map, Trade Map, 2019)

- La moneda de Ecuador, el dólar estadounidense genera confianza en el consumidor por ser una moneda sumamente fuerte, esto favorece al comercio entre países y se encuentra una gran oportunidad de comercio con Estados Unidos para comercializar. (Banco Central del Ecuador, s.f.)
- A pesar de tener como moneda el dólar estadounidense se presenta una amenaza ya que la mano de obra en el país es más costosa que en otros países como Colombia.

3. Análisis al cliente

Mediante un análisis del cliente se podrá obtener una recolección de información que permita el trabajo con la variable cualitativa.

3.1 Segmentación de mercado

Tabla No 2. Segmentación de mercado.

	Descripción	Número	Porcentaje
Geográfica	Ecuatorianos en Estados Unidos	470.319	100%
	New York	380.000	80.8%
Demográfica	Edad:	20-54 años	70%
	Nivel Socio Económico:	Bajo-medio-alto	100%
Psicográfica	Personas que consumen arroz		100%

Tomado de: (USA Census Bureau, 2017) / * (Statista, 2017)

3.2. Problema

3.2.1. Problema administrativo

Poder determinar la aceptación de arroz integral certificado en el mercado de Estados Unidos-Nueva York, en la cadena Morto Williams, Walmart y

New Yorkers.

3.2.2. Problema de investigación.

¿Cuáles son las variables que determinan la aceptación de arroz integral certificado en el mercado ecuatoriano que reside en Estados Unidos-New York?

3.3. Objetivos.

3.3.1. Objetivo general.

Evaluar el nivel de aceptación que podrá tener el arroz integral certificado en la ciudad de New York-Estados Unidos con la investigación de variables que pueden ser determinantes en el mercado.

3.2.2. Objetivos Específicos.

- Determinar los posibles consumidores de arroz integral certificado.
- Identificar los lugares para la venta de arroz integral certificado.
- Identificar y evaluar las estrategias de marketing para dar a conocer el arroz integral certificado.
- Determinar el precio de arroz integral certificado en el mercado meta.
- Conocer si el cliente potencial tiende a consumir o no arroz.
- Identificar los posibles competidores en el mercado.
- Conocer en qué tipo de presentación se desearía que se encuentre el producto.
- Identificar el precio de venta al público que el cliente estaría dispuesto a pagar.
- Identificar por qué medio de comunicación le gustaría al consumidor conocer del producto.
- Identificar en qué lugar los consumidores adquieren más este tipo de producto.

Hipótesis.

Hipótesis Nula

Ho. Al menos el 80% del mercado meta está dispuesto a comprar arroz integral certificado.

Hipótesis Alternativa.

H1. El 20% del mercado meta no estaría dispuesto a comprar arroz integral certificado.

3.5. Investigación Cualitativa.

3.5.1. Resultados de las entrevistas a expertos.

Entrevista a Experto 1.

Experto: Zoila Jara

Con 20 años trabajando en la industria del arroz, Zoila Jara desempeña el cargo de gerente de ventas en la Agroindustrias DAJAHU

- A pesar de que existen varias empresas en la industria del arroz, se considera que no existe competencia alguna ya que es esencial la calidad de arroz que se ofrece “nuestro arroz es 100% garantizado” dada la tecnología, maquinaria y talento humano que se utiliza se consideran pioneros en la industria arrocera.
- Se rescata que la inversión inicial para empezar la empresa conocida como “DAJAHU” comenzó con una inversión inicial de un millón de dólares.
- La idea es innovar en cada ocasión que sea posible, es muy importante mejorar presentaciones como en quintales, arrobas y empaquetado para mantener al cliente satisfecho brindando una mejor experiencia para el cliente.
- La distribución es muy importante, “DAJAHU” tiene como distribución Mayoristas-Bodegas-Tiendas y Supermercados.
- El modo de comunicación se lo realiza por redes sociales y boca a boca, es decir dando pequeñas muestras del producto en tiendas por ejemplo para que conozcan el producto y los soliciten para su distribución.
- La empresa “DAJAHU” tiene una calificación AAA en el mercado de valores y BPM. De igual manera el producto que se ofrece son granos seleccionados por lo que su producto es 100% garantizado.
- El precio del arroz por temporada varía mucho de acuerdo a la oferta

y demanda.

- La empresa cuenta con su propia cadena de distribución, es decir desde la planta de producción en Guayaquil hasta el cliente mayorista, supermercados y tiendas. De igual manera para poder tener su propia cadena de distribución cuentan con su propia flota de transportes y sucursales.

Entrevista a Experto 2

Experto: Victor Zuñiga

Con alrededor de 23 años trabajando en la Industria del arroz, Victor Zuñiga es dueño de la empresa

- Existe mucha competencia en lo que se refiere al valor agregado, la innovación tiene mucha fuerza en este mercado ya sea por maquinaria nueva para poder mejorar los procesos de producción.
- En los últimos 10 años la industria del arroz ha mejorado notablemente por la tecnología, dado que la industria se ha vuelto más exigente.
- El experto responde que existe una gran oportunidad de negocio al querer exportar arroz integral certificado ya que existe mucha demanda dado que los consumidores potenciales de este producto generalmente son consumidores latinoamericanos.
- Existe una gran influencia de competidores, en sí son piladoras grandes que tienen la mayor participación de mercado a nivel nacional ya que son las que distribuyen a clientes mayoristas directamente.
- Los costos más difíciles que tuvo que afrontar para la apertura de su negocio fueron la mano de obra para la producción del arroz, que por ejemplo antes se utilizaban de 5 a 10 personas para el secado del arroz, ahora todo los procesos están automatizados y se necesita menos mano de obra, 1 o 2 personas máximo para realizar este tipo

de procesos y el pago de la energía eléctrica, esto por la utilización de maquinaria.

- El experto recomienda que en el extranjero se maneje la presentación del producto en kilogramos o en libras más no en quintales o arrobas.
- El valor agregado que se le podría dar al producto para que tenga más acogida en el extranjero es vitaminizarlo, en el país aún no existe este tipo de procesos, pero se los está intentando implementar.
- El mejor método para dar a conocer una marca de arroz es por muestreo, esto quiere decir que se den muestras del producto a diferentes sitios de distribución para que conozcan el producto y lo puedan adquirir para compraventa.
- Las certificaciones que debería tener el arroz integral precocido si se desea exportar es que debe tener certificaciones Orgánicas y ecológicas.
- Los precios varían mucho dependiendo de las cosechas y de la oferta y demanda del producto, a partir de aquí el precio va a ser barato o costoso

3.5.2. Entrevista a clientes

Entrevista a cliente uno

Mediante llamada hemos podido conversar con el señor William Rivera cuya residencia es en la ciudad de New York, el cual es distribuidor de arroz en dicha ciudad y venta al público en general.

- La distribución de arroz en la ciudad de New York es un negocio rentable ya que todo el mundo consume arroz aquí ya sean estado Unidenses o latinoamericanos en general.
- La distribución de arroz generalmente es a supermercados ya que es ahí donde se puede encontrar más marcas y tipos de presentaciones

de arroz, es decir de 10 Lb, 20 Lb y 50 Lb.

- El tipo de presentación es muy importante, la presentación de 20 Lb es la más cotizada ya que por facilidades para el cliente es la que más adquiere, es decir que es más fácil para el consumidor llevar una presentación de 20 Lb en su automóvil que una presentación de 50 Lb, además que la presentación de 10 Lb no la adquieren mucho ya que les dura muy poco.
- El consumo de arroz en New York generalmente considera que es diario, el mercado al que se enfoca es en general.
- El mejor medio de comunicación para dar a conocer el producto es mediante la radio y las redes sociales ya que las personas escuchan mucho la radio de la casa al trabajo y las redes sociales ya que vivimos en un mundo de tecnología y todo el mundo está pendiente de sus redes, mientras se podría aprovechar este medio para dar a conocer el producto.
- Le parece muy interesante el interés que se muestra por la exportación de arroz integral precocido certificado para la ciudad de New York ya que el arroz ecuatoriano genera muchas emociones y recuerdos para el consumidor.
- El consumidor ecuatoriano para cualquier producto busca siempre productos ecuatorianos, es una oportunidad muy grande y una ilusión que se presentaría para los ecuatorianos poder encontrar un arroz de su país en el mercado.
- Le parece muy interesante la propuesta de este proyecto ya que como había recalado en la entrevista existe mucho mercado ecuatoriano que consume arroz diariamente y más aún porque en este país no se tiene mucho tiempo para poder cocinar en sus hogares y adquieren productos de comida (Comida rápida), es por esto que se le parece interesante que el producto sea precocido, así

ayudaría mucho al mercado en general no solo el ecuatoriano.

Entrevista a cliente dos

Mediante una llamada telefónica vía WhatsApp se pudo contactar con un cliente cuyo nombre es Yola Escobar que distribuye arroz en la ciudad de New York en supermercados de la ciudad.

- El arroz aquí es un negocio que fluctúa mucho, el mercado es muy seleccionado ya que muchas personas buscan arroz para reuniones en familia o para consumirlo diariamente.
- La distribución del arroz dentro de las marcas que existen en el mercado son importantes, dentro de estas las marcas que más se consumen son el rico, Goya e Iberia.
- La importancia de un arroz directamente ecuatoriano dentro del mercado estadounidense enfocado en el mercado ecuatoriano es una oportunidad de negocio importante, el mercado meta que se encontraría aquí es grande ya que existen alrededor de 380.000 migrantes ecuatorianos.
- El tiempo de las personas dentro de los ecuatorianos y en general de los latinoamericanos en el país es bastante apreciado por lo que un arroz integral precocido en el mercado sería muy interesante ya que reduciría el tiempo de cocción y en general ayudaría mucho a los consumidores.
- La presentación del producto depende mucho del consumidor, cada cuanto consume en un mes o dos meses, la presentación que más se adquiere de este producto son 20 Lb ya que facilita mucho la compra para el consumidor.
- El precio del producto depende mucho del empaque en el que se lo adquiera, generalmente se lo adquiere y los consumidores prefieren comprarlo en funda plástica ya que así piensan que se conserva un poco más.

- El mejor medio de comunicación para poder dar una promoción o dar a conocer el producto del arroz en mediante radio o redes sociales ya que aquí se escucha mucho la radio de la casa al trabajo.
- El arroz integral precocido es una gran oportunidad de negocio para la ciudad de New York y más aún cuando es enfocado a los ecuatorianos siendo un producto netamente ecuatoriano.

3.6 Investigación Cuantitativa

3.6.1 Objetivo General

Evaluar el nivel de aceptación que podrá tener el arroz integral certificado en la ciudad de Nueva York-Estados Unidos con la investigación de variables que pueden ser determinantes en el mercado.

3.6.2. Objetivos Específicos

- Determinar los posibles consumidores de arroz integral certificado.
- Identificar los lugares para la venta de arroz integral certificado.
- Identificar y evaluar las estrategias de marketing para dar a conocer el arroz integral certificado.
- Determinar el precio de arroz integral certificado en el mercado meta.
- Conocer si el cliente potencial tiende a consumir o no arroz.
- Identificar los posibles competidores en el mercado.
- Conocer en qué tipo de presentación se desearía que se encuentre el producto.
- Identificar el precio de venta al público que el cliente estaría dispuesto a pagar.
- Identificar por qué medio de comunicación le gustaría al consumidor conocer del producto.
- Identificar en qué lugar los consumidores adquieren más este tipo de producto.

3.7 Resultados y conclusiones análisis cualitativo

Para la recopilación de datos se utilizó un método No probabilístico con un muestreo por conveniencia a diez consumidores (Encuestas) en donde se

presentan los diferentes resultados.

- El 46.76% de los encuestados de 20 a 54 años indicaron que están dispuestos a comprar arroz integral precocido certificado.
- Del 46.76% de los encuestados que están muy dispuestos a adquirir arroz integral precocido certificado, el 33.56% afirmaron que el atributo más importante para adquirir el producto es el tiempo de cocción.
- De entre el 66.44% de los encuestados que declaran que están dispuestos a comprar arroz integral precocido certificado, el 32.63% prefieren que el tipo de empaque para el producto sea en funda plástica.
- El 66.44% que afirman que están dispuestos a comprar arroz integral precocido certificado, aseguran que prefieren comprar el producto en supermercados, mientras que el 11.57% afirma que prefieren comprarlo en tiendas en general.
- El 58.33% de los encuestados declaran que están dispuestos a pagar un precio de \$18.78 por una presentación de 20 Lb
- El 33.56% de los encuestados que está muy dispuesto a comprar arroz integral certificado precocido preferiría recibir información sobre el producto mediante la radio, mientras que el 8.56% de consumidores que están muy dispuestos a adquirir el producto prefieren recibir información por redes sociales.
- 5.74% de los encuestados que están dispuestos a comprar arroz integral precocido certificado afirman que prefieren un recetario de comida ecuatoriana acompañado del producto

4. Oportunidad de Negocio

Tabla No 3. Oportunidad de Negocio.

Oportunidad de Negocio			
PEST	PORTER	ANÁLISIS CUALITATIVO	ANÁLISIS CUANTITATIVO
<ul style="list-style-type: none"> Oportunidad por parte del Gobierno para capacitación en temas de exportación. "Ley orgánica para el fomento productivo, atracción a inversiones, generación de empleo, estabilidad y equilibrio fiscal. Las exportaciones de Ecuador hacia el mundo registran un total de \$3 mil USD. Plan de acción nutricional para fomentar mejores planes alimenticios. Clima tropical que beneficia al sector agrícola. Importación de máquinas para el tratamiento de cereales. La USDA regula los instrumentos en el sector agrícola para precautelar la calidad de alimentos. El sector de la agricultura representó el 1% del total del PIB. El 8.2% del PIB se destina a asistencia social y salud. La población migrante de ecuatorianos en EEUU es de 470.319 personas con una estimación de 380.000 personas en New York. 	<ul style="list-style-type: none"> Requisitos sanitarios, regulaciones por parte del ARCSA. Productos sustitutos como la quinua, cebada, trigo y avena. Precio de productos sustitutos alto. La principal empresa distribuidora de arroz en el país es la empresa "DAJAHU" No existen competidores ecuatorianos que exporten ningún tipo de arroz a EEUU. El 53% de la población estadounidense consume arroz y destinan un 10% de su salario en gastos de este tipo de productos. La obtención de maquinaria podría ser proporcionada por empresas como DAJAHU. 	<ul style="list-style-type: none"> Innovación en presentaciones de empaquetado. Distribución Mayoristas-Bodegas-Tiendas-Supermercados. El modo de comunicación del producto más adecuado son las redes sociales y la radio. Certificaciones orgánicas y ecológicas, además de certificados AAA y BPM son requeridas. Propia cadena de distribución. Procesos automatizados en la industria. La presentación del empaque tendrá que ser en Kg, 10,20 y 50 kg. Tanto ecuatorianos como estadounidenses consumen arroz. El consumo de arroz es diario en New York. El arroz ecuatoriano genera muchas emociones y recuerdos en EEUU, los ecuatorianos buscan siempre productos de su país. Dentro de las marcas que más se consumen son Goya e Iberia. La presentación del producto tendrá que ser en funda plástica. 	<ul style="list-style-type: none"> El 46.76% de los encuestados entre 20 y 54 años están muy dispuestos a consumir arroz integral precocido certificado. El 33.56% afirmaron que el atributo más importante para adquirir el producto es que tiene que ser integral y precocido. El 32.53% declaran que prefieren que el tipo de empaque sea en funda plástica. Dentro del % que afirmaron que están dispuestos a adquirir el producto, el 54.87% prefieren adquirir el producto en supermercados. El 58.33% declaran que están dispuestos a pagar un precio de \$18.78. De los encuestados que están dispuestos a adquirir el producto, el 33.56% de los encuestados prefieren recibir información en la radio mientras que el 8.56% lo prefiere por redes sociales.

<ul style="list-style-type: none"> • A partir del año 2012 el departamento y agricultura puso énfasis en el sector de la agricultura con la utilización de ingeniería transgénica y biotecnología. 			
---	--	--	--

Tomado de: Matriz EFE, Pest y Porter.

- A pesar de que el gobierno ecuatoriano brinda capacitaciones para adquirir y mejorar temas de exportación, no existen ninguna empresa que se dedique a la exportación de arroz hacia los Estados Unidos. Existe una gran oportunidad ya que tanto ecuatorianos como estadounidenses tienen a consumir arroz y dentro de los encuestados el 66.44% declararon que están dispuestos a comprar arroz integral precocido certificado.
- La principal y más importante empresa en el mercado ecuatoriano de comercialización de arroz en la actualidad es “DAJAHU”, a pesar de que existe una ley orgánica que fomenta la atracción a inversiones y de que existe un consumo diario de arroz en la ciudad de New York tomando en cuenta de que hay un mercado del 46.74% de los encuestados entre 20 y 54 años que están dispuestos a adquirir el producto de arroz integral pre cocido certificado y que están dispuestos a pagar un precio de \$18.78.
- La secretaría técnica Plan Toda Una Vida promulga un programa de Acción Nutricional en base a fomentar mejores planes alimenticios. De igual manera el 8.2% del PIB de estados unidos se destina a programas de salud de sobrepeso, dentro de ambos países se ha incentivado y han aparecido nuevos productos sustitutos como la quinua, cebada, trigo y avena. El 53% de los estadounidenses consume arroz y destina un 10% de sus salarios a este tipo de productos, este tipo de productos cuentan con certificaciones AAA y BPM, de los encuestados el 33.56% afirma que el atributo más

importante para adquirirlo es que tiene que ser integral precocido.

- Para la producción, distribución y posterior exportación de arroz integral precocido certificado son necesarios algunos requisitos sanitarios que deberán ser regulados por ARCSA, para un mejor cuidado y mantenimiento del producto la empresa DAJAHU podrá proporcionar maquinaria para el empaquetado. El 32.53% de los encuestados que están muy dispuestos a consumir el producto prefieren que el tipo de empaque sea en funda plástica en una presentación de 20Lb por lo que se presenta una oportunidad de empaquetado y colaboración por la empresa líder en el mercado ecuatoriano.
- La población ecuatoriana que radica en Estados Unidos, específicamente en la ciudad de Nueva York es de alrededor 380.000, entre las personas encuestadas que están dispuestas a adquirir el producto, el 33.56% prefieren recibir información por medio de la radio mientras que el 8.56% lo prefiere por redes sociales. Los gastos de estos tipos de medios de comunicación en la ciudad son baratos en comparación a la televisión.
- Por preferencias y gustos, los ecuatorianos que radican en la ciudad de New York prefieren productos ecuatorianos, ya que no existe un arroz ecuatoriano en el mercado neoyorquino, se podrá ofrecer al mercado de la ciudad un producto de la más alta calidad ya que en el país existe un clima tropical que beneficia la producción de arroz cumpliendo con el producto esperado.
- Con una distribución partiendo desde la producción hacia los mayoristas se presenta la oportunidad de negociar directamente con el cliente en la ciudad de New York que distribuye diferentes marcas de arroz a supermercados en la zona. Dentro del 66.44% de los encuestados que están dispuestos a adquirir el producto, el 54.87% afirmó que prefieren encontrar el producto en supermercados

5 Plan de Marketing

5.1 Estrategia general de marketing

5.1.1 Mercado Objetivo

En Estados Unidos de Norteamérica existen 470.319 ecuatorianos, de los cuales 380.000 radican en Nueva York. De acuerdo con los resultados de la investigación cuantitativa, se estima que alrededor del 66.44% estaría dispuestos a adquirir arroz integral precocido certificado.

$$\text{Mercado Objetivo} = \frac{380.000(66.44\%)}{100\%}$$

5.1.2 Propuesta de valor

Tabla No 4. Propuesta de valor

Aliados Clave	Actividades clave	Propuesta de Valor	Relación con el cliente	Segmentación de Clientes
<ul style="list-style-type: none"> Proveedores Intermediario en Nueva York Inversionistas 	<ul style="list-style-type: none"> Comercialización del producto Producción del Arroz integral precocido certificado Generación estrategias de marketing Logística 	<ul style="list-style-type: none"> Satisfacer la demanda de arroz integral con certificación para poder lograr un impacto en el consumo de arroz ya conocido en el mercado, además se busca mejorar el estilo de vida de las personas ecuatorianas brindándoles un producto de su país. 	<ul style="list-style-type: none"> Contenido de recetas Contenido en página Web Allianza o exclusividad con el supermercado. 	<ul style="list-style-type: none"> Hombres y mujeres ecuatorianos de New York-Estados Unidos Entre 20 y 54 años De clase social baja-media-alta.
	Recursos Clave <ul style="list-style-type: none"> Personal calificado Equipo de producción y distribución 		Canales <ul style="list-style-type: none"> Supermercados Tiendas en general 	
Estructura de Costos			Estructura de Ingresos	
<ul style="list-style-type: none"> Costes de producción Gastos Administrativos y Gastos de marketing Gastos de exportación: Embalaje de producto, pago de flete y tributos, pago de transporte terrestre hacia puerto de exportación, costos de desembarque. 			<ul style="list-style-type: none"> Venta de Arroz Integral Pre Cocido Certificado 	

5.1.3 Estrategia de posicionamiento

Tabla No 5: Estrategia de posicionamiento.

Industria Del Arroz	
Integral Ecuarice	Arroz Iberia Integral
Beneficios	Beneficios
<ul style="list-style-type: none"> • Integral • Pre Cocido • Certificado BPM, ISO 22000, ISO 9000, AAA • Presentación de 20lb • Vitaminado: por cada 100 gr de porción se tiene 275 (mg) en potasio, 1.1 (g) en grasa, 0.3 (mg) en vitamina B1, 0.06 (mg) en vitamina B2, 4.3 (mg) en vitamina B3, 1.2 (g) de fibra, 8 (g) de proteínas y 350 (kcal) de energía, 300 (mg) de fósforo, hierro, zinc • Precio: \$18.78 	<ul style="list-style-type: none"> • Integral • Presentaciones de 10, 20 y 50 lb • Precio: \$39.99

La estrategia de posicionamiento que se va a utilizar es de MAYOR CALIDAD POR MENOR PRECIO (MAS POR MENOS), esto debido a que el producto de Integral Ecuarice ofrece más beneficios al consumidor como por ejemplo su origen y que se trata de un producto certificado. Además, que el PVP de la competencia es de \$39.99 en una presentación de 20 Lb, mientras que en la misma presentación de 20Lb Integral Ecuarice tendrá un PVP de \$18.78.

5.2 Mezcla de Marketing

Producto

Características y atributos

El arroz integral precocido certificado es un producto dirigido directamente a inmigrantes ecuatorianos que radican en la ciudad de New York – Estados Unidos, a este tipo de arroz se lo deshidrata menos tiempo que un arroz común, consiguiendo así un arroz precocido donde no se pierdan tantos nutrientes y vitaminas.

Uno de los principales atributos que tiene este tipo de arroz es que tiene certificaciones (BPM, ISO 22000, ISO 9000, AAA) que confirman que el producto es de alta calidad y cumple los estándares que se esperan, además que este tipo de arroz es integral, lo que beneficia la salud de los potenciales consumidores de este producto, cuenta con una excelente fuente de fibra lo que evita el riesgo de padecer cáncer de colon y ayuda con el proceso digestivo, además que por ser un alimento rico en fibra ayuda a que el metabolismo trabaje y pueda eliminar una mayor cantidad de calorías logrando una reducción de peso en las personas que lo consumen y contiene una gran cantidad de antioxidantes que permite tener una dieta saludable. Por otro lado, este producto es precocido, una ventaja que facilita la preparación del arroz en menos tiempo.

Branding

Con respecto al branding, se detallará el nombre del producto, el logotipo y slogan. En cuanto al nombre que se le dará a la empresa se ha escogido es “INTEGRAL ECUARICE”, se considera que es un nombre que las

personas ecuatorianas podrían reconocer fácilmente entendiendo que viene de Ecuador y que es un arroz integral. El nombre “INTEGRAL ECUARICE” hace referencia a las características del producto; INTEGRAL, que define que el arroz que se está ofreciendo al público ecuatoriano es integral beneficiando así su estilo de vida alimenticio y ECUARICE, hace referencia a la esencia del producto que es el arroz ecuatoriano, es decir que es producido en Ecuador brindándoles un pedazo de su tierra en sus paladares. Finalmente se decidió poner el nombre en inglés ya que el producto será exportado a Estados Unidos y los ecuatorianos que radican en dicho país manejan este idioma, donde de igual manera se buscó atraer al mercado latinoamericano y Estado Unidense.



Figura No 1: Logotipo de Ecuarice

Empaque

Con los resultados obtenidos en las entrevistas a expertos, clientes y con las encuestas realizadas, se pudo obtener un posible empaque para la posterior exportación y comercialización del producto, este es un saco de polipropileno, lo suficientemente reforzado para poder ser embarcado y exportado a Estados Unidos. Los sacos tendrán un peso de 20Lb y 50Lb respectivamente, en donde el saco será de color blanco con el logotipo de la empresa en frente.



Figura No 2: Empaque del producto Ecuarice hecho de polipropileno.

Este tipo de material es lo suficientemente fuerte para poder soportar el proceso de embarque y desembarque por lo que no se utilizará ningún tipo de embalaje.

Etiquetado

La etiqueta que será utilizada en el producto será de un material adhesivo el cual podrá ser encontrado en la parte inferior derecha del producto en donde se detallará información cómo; ingredientes, país de origen, detalle de la empresa, fecha de elaboración y caducidad, esta información deberá constar en el adhesivo en idioma español e inglés ya que de esta manera el producto podrá ser avalado por la Agencia Nacional de Regulación y Control Sanitario de Ecuador para que el producto pueda ser exportado hacia Estados Unidos. De igual manera se deberá cumplir con las mismas normativas reguladas por la (FDA) Administración de Alimentos y Medicamentos para poder comercializar el producto en Nueva York, Estados Unidos.

Soporte

El soporte que la empresa tendrá con sus clientes será directamente mediante una página Web blog en donde los clientes podrán escribir comentarios acerca del producto y podrán de igual manera encontrar recetas ecuatorianas que podrán realizar con el producto. De igual manera se buscan alianzas con los supermercados para poder brindar un mejor servicio a nuestros clientes si tienen dudas o desean contactarse con la empresa directamente.

Precio

Costo de venta

El arroz integral precocido certificado cuenta de algunos insumos para la producción de una unidad de 20 Lb. Los costos de producción, así como los insumos, costes logísticos, empaque se detallarán a continuación, asumiendo que se comercializará una cantidad inicial de 1500 sacos de arroz.

Estrategia de precios

La estrategia de precios que se va a utilizar para este plan de negocios es la un análisis de precios basada en los precios de la competencia, se utilizará esta estrategia ya que existe este producto en el mercado al cual se va a dirigir, con lo cual se busca evitar el incremento del producto por un intermediador mayorista , cabe recalcar que al mercado que se va a ingresar cuenta con marcas de arroz integral que están ya establecidas en el mercado. Sin embargo, el arroz integral precocido certificado cuenta con un valor agregado lo que hará que el producto se diferencia de la competencia.

Estrategia de ajuste

Una vez que el producto se encuentre dentro del mercado ya posicionado y reconocido por los clientes y consumidores en New York-Estados Unidos, es de suma importancia aplicar una estrategia de ajuste de precios ya que esta permitirá utilizar una respuesta emocional de los consumidores para incrementar la cantidad de ventas. La estrategia de precios impares en este caso sería la más recomendable para realizar el ajuste de precios ya que el precio al que se va a ofrecer el arroz integral certificado está dentro del promedio de los precios de la competencia por lo que se podrá incrementar el precio del producto sin perder el nivel competitivo del producto.

Plaza

Estrategia de distribución

La estrategia que se utilizará para la distribución de Integral Ecuarice será una estrategia de distribución selectiva ya que se han identificado algunos

establecimientos de venta en los cuales será exhibido el producto, renunciando a otros puntos de venta. Con esta estrategia se busca reducir gastos logísticos y tener un mejor control sobre el precio del producto.

Puntos de venta

De acuerdo con los resultados de las encuestas el lugar en el cual se prefiere adquirir el arroz integral precocido certificado son cadenas en la ciudad de New York como; Morto Williams, Walmart y New Yorkers. Estas cadenas tienen conexión con un representante de ventas, el cual se encargará de la distribución del producto a las diferentes cadenas de supermercados en donde el producto será perchado en el área de granos.

Estructura de canal de distribución

Integral Ecuarice consta con una canal de distribución de 3 niveles, el primero es el productor-exportador del arroz integral precocido certificado, el cual se encarga de producir el producto y exportarlo, el segundo es una representante de ventas, el cual se encarga de receptor el producto y de la distribución indirecta hacia los 3 supermercados que se habían detallado anteriormente. La cadena de distribución termina con el consumidor final en New York-Estados Unidos.

Tipos de canal

Para la exportación de este producto, se utilizará una canal de distribución corto, es decir en el cual existe un intermediario que en este caso es el bróker el cual se encargará de la distribución del producto.

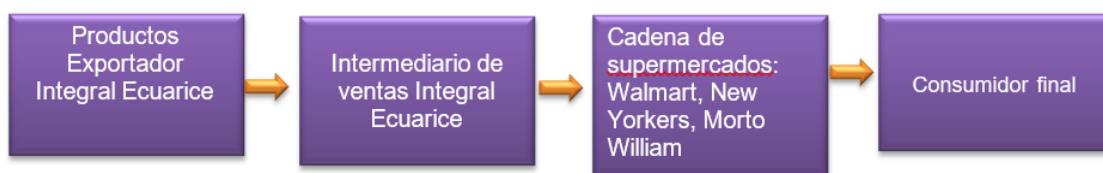


Figura No 3: Canal de distribución indirecto corto Ecuarice.

Promoción

Estrategia promocional

La estrategia que se busca aplicar es una estrategia promocional pull, con el propósito de atraer a los consumidores hacia el producto y la marca. La comunicación será de gran importancia para dar a conocer el producto en distintos medios como: Promoción de ventas, publicidad y el marketing directo, se busca de igual manera realizar una buena aplicación de la publicidad para poder llegar a otros puntos de venta en los cuales se busca que más consumidores conozcan el producto y lo adquieran.

Publicidad

El manejo que se tendrá con la publicidad será por medio de redes sociales como Instagram, Facebook y Twitter en donde se expondrán anuncios promocionales sobre la marca, promociones con una imagen visual de cómo se verá el producto , además se utilizará la radio como medio de publicidad y una página Web en donde se detallará toda la información del arroz integral precocido certificado como sus ingredientes, beneficios, procesos de producción, manejo de logística, etc. Finalmente se manejará en las mismas cuentas de redes sociales una página para obtener seguidores y que se puedan mantener informados mediante este medio de promociones frecuentes.

Promoción de ventas

En lo que respecta con la promoción de ventas en Integral Ecuarice se manejará en base a un enfoque en la motivación de la decisión de compra de los consumidores. Las promociones que se implementarán con la venta del producto según las encuestas es un recetario de comida ecuatoriana, es decir platos ecuatorianos en donde se prepare el arroz y se pueda acompañar con cualquier proteína, además se podrá regalar por la compra de 1 paquete de 20 Lb una pequeña funda adicional de 1 Lb que irá al exterior del empaque.

Fuerza de ventas y Marketing Directo

Mediante las personas que sigan las páginas en las redes sociales y dejen sus comentarios en la página web blog se podrá desarrollar un marketing directo mediante correo electrónico, de esta manera los usuarios podrán dejar su correo electrónico y podrán recibir información de promociones, anuncios y publicaciones en general. Con una constante comunicación e información dada a los consumidores se busca una forma de fidelizar a los clientes con el fin de obtener un crecimiento en la fuerza de ventas de Integral Ecuarice.

6 Propuesta de filosofía y estructura organizacional.

6.1 Misión, visión y objetivos de la organización

Misión

La formulación de la misión toma en cuenta los siguientes componentes:

1. Cientes: ecuatorianos que residen en Nueva York
2. Producto: arroz integral precocido
3. Mercado: supermercados especialistas Nueva York
4. Tecnología: uso herramientas tecnológicas en el proceso de empaque
5. Interés en la supervivencia: rentabilizar la inversión de los accionistas
6. Filosofía: acercar a los migrantes al Ecuador
7. Concepto propio: certificaciones de calidad
8. Imagen pública: aporte de acciones para el crecimiento del país
9. Interés en los empleados: colaboradores reciben el pago justo y equitativo.

Con base en esta información se construye la siguiente misión:

La razón del trabajo de Ecuarice es comercializar arroz integral precocido con altos estándares de calidad hacia mercados internacionales buscando

satisfacer las necesidades de los migrantes ecuatorianos residentes en otras latitudes del mundo. La comercialización de los productos alimenticios de nuestra empresa se fundamenta en la búsqueda de los mejores proveedores que cuenten con certificaciones de calidad, así como el uso de herramientas tecnológicas en el proceso de exportación, orientando la sustentación organizacional hacia la generación de valor para los accionistas, que aporten al crecimiento del país y a la evolución de los colaboradores con el pago justo y equitativo.

Visión

La formulación de la visión tiene los siguientes componentes:

1. Valores organizacionales: trabajo en equipo, responsabilidad social y honestidad
2. Propósito: entregar alimentos de calidad al migrante ecuatoriano
3. Meta en el tiempo: año 2025
4. Imagen: excelencia y transparencia corporativa

Para el año 2025, Ecuarice será el líder en la exportación de arroz integral precocido hacia el mercado internacional, en base del trabajo en equipo, responsabilidad social y honestidad en la ejecución de sus procesos comerciales, operativos y financieros.

Objetivos de la organización

Los objetivos de la organización están divididos según el plazo de tiempo y clasificados de acuerdo a las perspectivas del cuadro de mando integral:

Tabla No 6: Objetivos a corto y largo plazo de la organización

PERSPECTIVA	FINANCIERA	CLIENTE	PROCESOS	APRENDIZAJE
OBJETIVOS DE CORTO PLAZO	Obtener un índice de rentabilidad sobre ventas superior al 6% en el año 3	Incentivar al cliente encargado de la distribución en Nueva York con la entrega de producto gratis durante el año 1	Apoyar en la certificación de calidad a los productores de arroz en el año 2	Generar programas de capacitación en las zonas de influencia de la empresa en conjunto con organizaciones de apoyo al emprendimiento
OBJETIVOS DE LARGO PLAZO	Incrementar el patrimonio de los accionistas con la acumulación de utilidades hasta el año 5	Ampliar la entrega de arroz integral precocido a zonas aledañas a Nueva York a partir del año 6	Certificar en procesos de calidad para las actividades de exportación hacia los Estados Unidos	Destinar el 1% de las ventas anuales para el desarrollo de un programa de capacitación en procesos de calidad

6.2 Plan de Operaciones

Procesos requeridos para el funcionamiento de la organización

Mapa de procesos

En Ecuarice se han distinguido tres tipos de procesos importantes que se requieren para su buen funcionamiento, para esto se ha utilizado el mapa de procesos con el fin de identificar cuáles procesos son para las empresas estratégicas, operativas y de soporte, como se muestra en la siguiente figura:

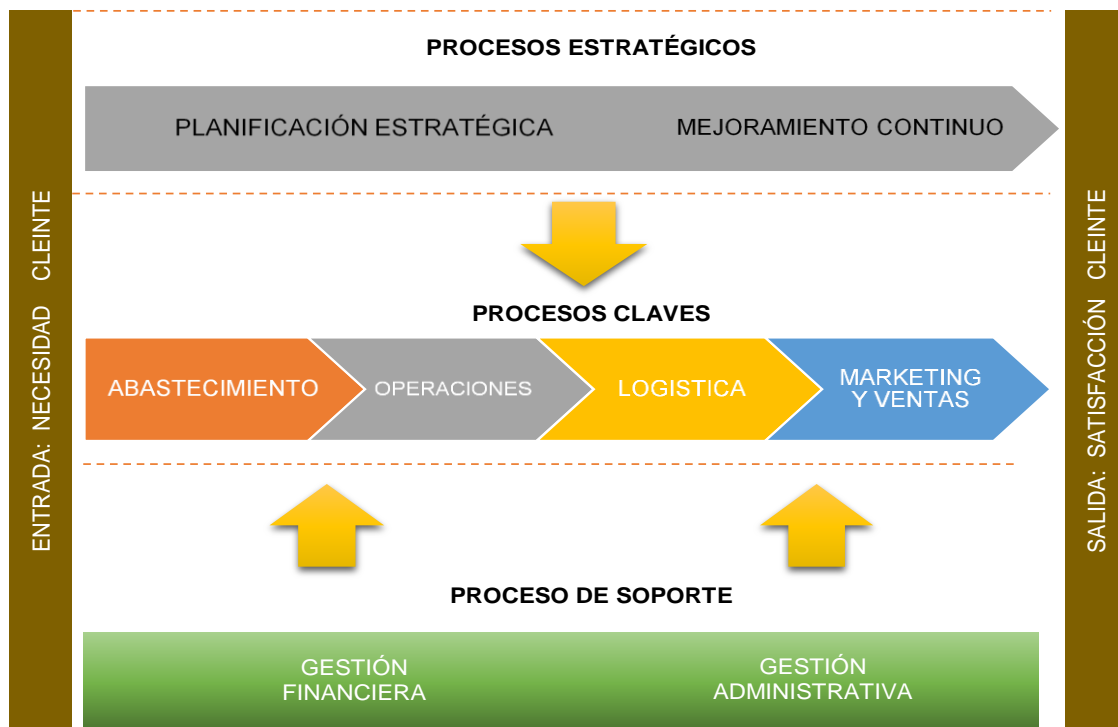


Figura No 4. Mapa de procesos Ecuarice.

Tomado de: Porter (2015)

La descripción de los procesos señalados en el mapa de procesos se detalla a continuación:

Macroprocesos Estratégicos: Estos procesos tienen como objetivo que la Dirección de la empresa establezca las políticas y fije los objetivos por los cuales Ecuarice realizará la gestión, estos procesos son:

- **Planificación estratégica:** Se implementará una planificación adecuada, oportuna y realista para que la empresa a través de su operatividad alcance los objetivos planteados apoyados en planes y sus respectivas acciones.
- **Mejoramiento continuo:** Este proceso tiene que ver con el establecimiento de acciones para que los procesos establecidos por la empresa sean eficientes y competitivos y lleven en su conjunto a lograr la satisfacción del cliente.

Macroprocesos Claves: Son procesos relacionados con las operaciones centrales de la empresa, en este caso se refieren al Abastecimiento, operaciones, logística y Marketing y ventas.

- **Abastecimiento:** Se refiere a la calificación del proveedor de arroz, adquisición del arroz integral precocido e insumos para su empaquetamiento, adquisición de equipos necesarios para la operación de la empresa.
- **Operaciones:** El proceso operativo se refiere a la recepción y verificación de la calidad del arroz integral, empaque del arroz en costales de 20 libras para la exportación, etiquetada, rotulada y almacenamiento de los costales de arroz, control del inventario.
- **Logística:** Consiste en el proceso que debe realizar Ecuarice para la exportación del arroz integral hacia el exterior, trámites aduaneros, selección de incoterm, documentación, contacto con los mayoristas y distribuidores, procesamiento de pedidos, transporte del arroz al punto de salida de manera adecuada y oportuna.
- **Marketing y Ventas:** Se refiere a las actividades de promoción a través de un plan de marketing establecido previamente, el cual permita la comercialización del arroz y el producto llegue al cliente final a través de los diferentes canales de venta que se encuentra en el exterior

Macroprocesos de Soporte: Brindan el soporte necesario para que los procesos estratégicos y claves pueden llevarse de la mejor manera, tienen que ver con la gestión administrativa y financiera y son los encargados de dotar de los recursos materiales, económicos y humanos a la empresa.

- **Gestión financiera:** consiste en la administración de los recursos financieros de la empresa con el fin de gestionar los ingresos adecuadamente para disponer de la liquidez necesaria y cubrir los gastos, costos y pagos generados en el giro del negocio.

- **Gestión administrativa:** se refiere al mecanismo eficiente de los recursos materiales y humanos con el fin de velar por que se cumplan las políticas, procesos y procedimientos alineados a los objetivos planteados por la dirección de la empresa.

Cadena de valor

La cadena de valor de Ecuarice se establece con el fin de identificar las principales actividades necesarias para la operación de la empresa y las secundarias que servirán de apoyo para la realización de las primarias, ya que todo es un conjunto de actividades que deben interactuar armoniosamente para que los procesos funcionen exitosamente, entre estas se pueden identificar también aquellas actividades que son las que aportan mayor valor para el cliente y las que aportan mayor valor para la empresa para obtener una ventaja competitiva sobre la competencia y traspasarla al cliente final.

La cadena de valor se presenta en la siguiente figura:

ACTIVIDADES SECUNDARIAS	INFRAESTRUCTURA EMPRESARIAL: Instalaciones adecuadas para la exportación del arroz integral al mercado norteamericano, para realizar el empaqueo y almacenamiento del arroz listo para la exportación, instalación de oficina administrativas.					MARGEN
	GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS: Gestión de reclutamiento, selección y contratación de personal idóneo para ocupar cada cargo.					
	DESARROLLO TECNOLÓGICO: Diseño de procesos para optimizar los recursos de la empresa y uso de equipos tecnológicos importados como la máquina deshidratadora de arroz.					
	ABASTECIMIENTO: Adquisición del arroz integral e insumos para su empaqueo, equipos y maquinaria necesarios para operaciones de la empresa, insumos y útiles de oficina.					
ACTIVIDADES PRINCIPALES	LOGÍSTICA DE ENTRADA Selección y negociación de proveedores, recepción y verificación del arroz, almacenamiento	OPERACIONES Empacado, etiquetado y rotulado de los costales de arroz integral según las normas y requerimientos internacionales del mercado internacional para lograr su ingreso.	LOGÍSTICA DE SALIDA Manejo de inventario, almacenamiento arroz. Procesamiento de pedidos, proceso de exportación trámites aduaneros, contacto con mayoristas, despacho y distribución al punto de salida para la exportación	COMERCIALIZACIÓN Ejecución del plan de marketing a través de actividades de promoción, publicidad y relaciones públicas. para la venta del producto en el mercado internacional	SERVICIOS POST VENTA Control de calidad del producto,, seguimiento a requerimientos de los mayoristas en Estados Unidos	

Figura No 5. Cadena de Valor.

Logística para la exportación

Para la exportación del arroz integral hacia Estados Unidos se da preferencia a la utilización del transporte marítimo hacia el puerto de la ciudad de Nueva York y como Incoterm se ha seleccionado el término internacional CIF que significa (Cost, Insurance and Freight), esto quiere decir que el vendedor realiza todo el trámite de exportación hasta el puerto convenido y debe asumir los costos ocasionados en el proceso como el contratación y pago de la prima del seguro. “El riesgo se traslada al comprador una vez que la mercadería llega al puerto convenido y los gastos aduaneros, así como el transporte interno corren a cargo del importador una vez que la mercancía ingresa al puerto de destino” (Proecuador - Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

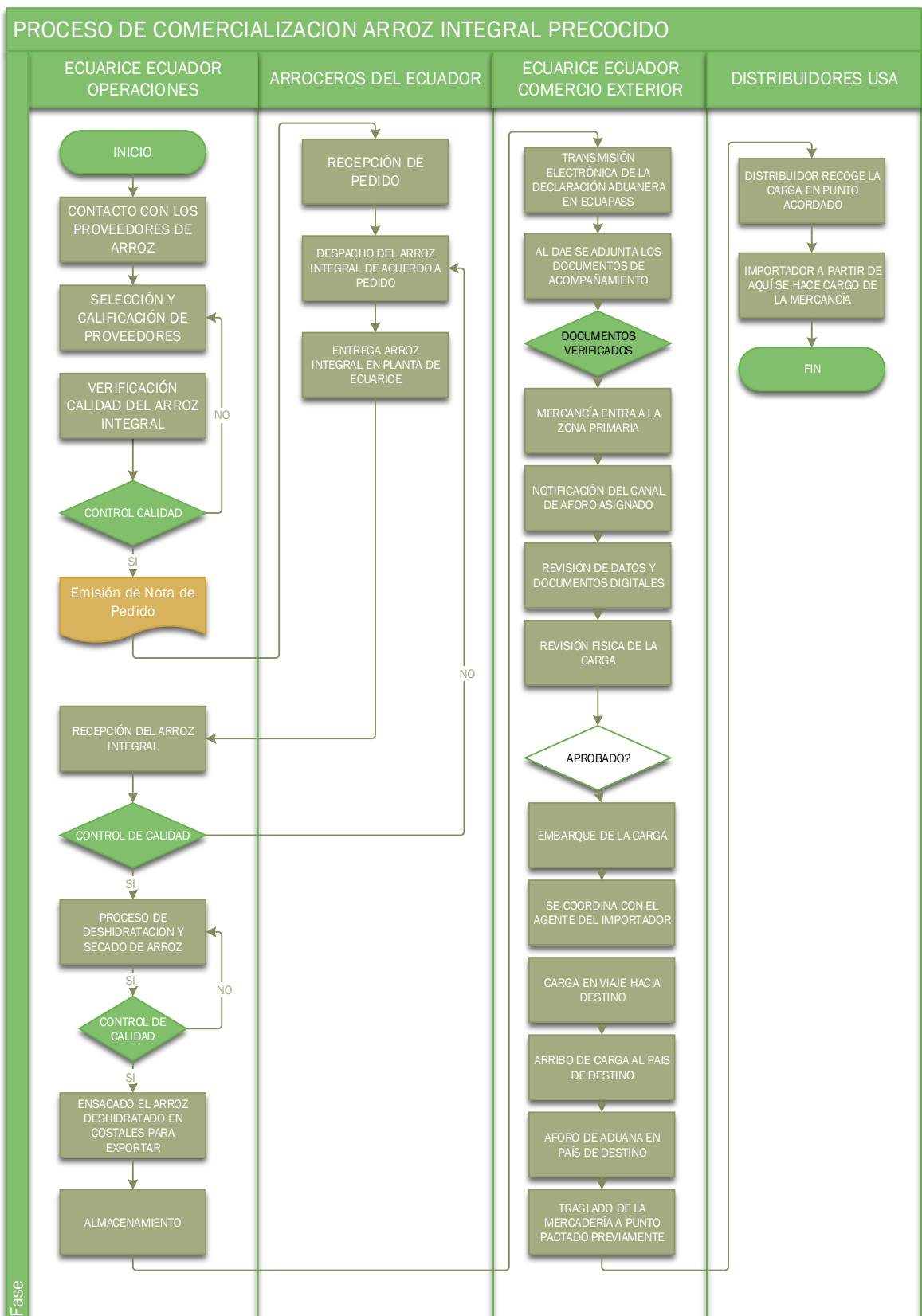


Figura No 6: Mapa de comercialización y distribución Ecuarice.

Capacidad máxima de producción

En vista de que el producto que se va a comercializar y exportar al mercado internacional se trata de un arroz integral precocido, no se requiere de un proceso productivo ya que se va a adquirir el arroz listo para ser deshidratado y enviado al exterior. La capacidad en este caso será basada en la capacidad máxima que se tiene en la máquina deshidratadora de arroz para lo cual es necesario tomar en cuenta la especificación técnica de la máquina en cuanto al tiempo y capacidad de funcionamiento, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla No 7: Descripción maquinaria y capacidad máxima de máquina.

Descripción maquinaria	Capacidad máxima máquina	Producción máxima kg/hora	Producción máxima Kg/día
Máquina deshidratadora de arroz	Rendimiento de 160 kilogramos por hora, 3000 RPM.	160	1280

CAPACIDAD MES DE PRODUCCIÓN (DESHIDRATACIÓN KILOS ARROZ)	22 Días	28.160
--	---------	--------

USO DE CAPACIDAD INSTALADA		65%
----------------------------	--	-----

CAPACIDAD REAL DE PRODUCCIÓN MENSUAL (DESHIDRATACIÓN KILOS ARROZ)		18.151
---	--	--------

Capacidad de producción: Se podrá deshidratar el arroz de acuerdo a la capacidad máxima de la máquina deshidratadora, esto es 28.160 kilos de arroz por mes, lo cual se traduce en 61.952 libras de arroz listo para exportar, sin embargo, de acuerdo a la capacidad instalada que se utilizará el primer año del 65% se deshidratarán 39.934 libras de arroz precocido que serán empacados en sacos o costales de 20 libras cada uno, es decir un total mensual de 2000 sacos o costales de arroz integral precocido. La

capacidad instalada se irá incrementando paulatinamente de acuerdo a la demanda del mercado internacional en los años posteriores.

Horario de trabajo: El horario de trabajo para el área de operaciones comenzará a las 8 am hasta las 5 pm con una hora para su respectiva alimentación cumpliendo de esta manera con las 8 horas de trabajo laborable de acuerdo con lo dispuesto en el Código de Trabajo.

Personas requeridas área de operaciones: Para realizar el proceso operativo en la planta, se requiere del área operativa, la cual cuenta con un Jefe Operativo, un operario de producción para realizar el proceso de deshidratación y ensacado del arroz, un operario de almacenamiento quien se encarga de la recepción de la materia prima, almacenamiento e inventarios y un asistente de comercio exterior para realizar todo el trámite de la exportación al mercado internacional.

Equipos, insumos, maquinaria e infraestructura requerida

La maquinaria y equipos que son requeridos para la comercialización y exportación del arroz integral precocido al mercado internacional se detallan en la siguiente tabla y el total de la inversión en este rubro asciende a \$27.120,00 mientras que la inversión en equipamiento y mobiliario para oficinas es de \$ 6.545.

Tabla No 8: Detalle de equipos, maquinarias y mobiliario.

Equipo y maquinaria	Cantidad	Valor unitario	Inversión
Escritorios	7	450,00	3.150
División modular	7	250,00	1.750
Sillas	14	65,00	910
Cinta transporte	2	3.800,00	7.600
Racks almacenamiento	96	25,00	2.400
Equipo vigilancia	16	90,00	1.440
Ensayadora	1	2.300,00	2.300
Compresor	1	1.150,00	1.150
Balanza	2	450,00	900
Máquina deshidratadora arroz	1	5.520,00	5.520
			27.120
Equipamiento tecnológico			
Computadores	7	750,00	5.250

Impresoras	2	350,00	700
Central telefónica y equipos	7	85,00	595
			6.545

6.3 Estructura organizacional

Estructura legal

La estructura legal escogida como sustento jurídico de la empresa Ecuarice es Compañía de Responsabilidad Limitada, conforme lo señalado en el Código de Comercio y la Ley de Compañías, para su inscripción es necesario realizarlo en el portal web de la Superintendencia de Compañías, donde se reserva el nombre y se ingresa la nómina de accionistas. El capital social mínimo que debe registrar la empresa es \$ 800, para lo cual es necesario la apertura de una cuenta de integración de capital.

Adicional a este requisito legal, Ecuarice debe cumplir con las siguientes regulaciones y disposiciones de la autoridad pública:

- Solicitud de Registro Único de Contribuyentes en el SRI
- Registro de la Patente Municipal con la Licencia Única de Actividades Económicas
- Permiso de funcionamiento y registro sanitario ante la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigencia Sanitaria.
- Solicitud de categorización como exportador en el Ministerio de Industrias y Productividad
- Obtención de firma electrónica en el Banco Central del Ecuador
- Solicitud de registro como exportador en el sistema ECUAPASS
- Obtener en la Agencia de Aseguramiento de la Calidad del Agro el respectivo certificado fitosanitario
- Ingreso de información en la Declaración Aduanera de Exportación en el sistema ECUAPASS

Diseño organizacional

El diseño organizacional de Ecuarice se basa en la construcción de funciones basadas en la especialización del personal, esta estructura será funcional, administrada y controlada por la Gerencia General que es el representante legal de Ecuarice.

Organigrama

En base de la estructura funcional se crea las siguientes áreas, que tienen a su cargo un grupo de actividades que permiten la consecución de los objetivos de mediano y largo plazo. Esta estructura se refleja en el siguiente organigrama:

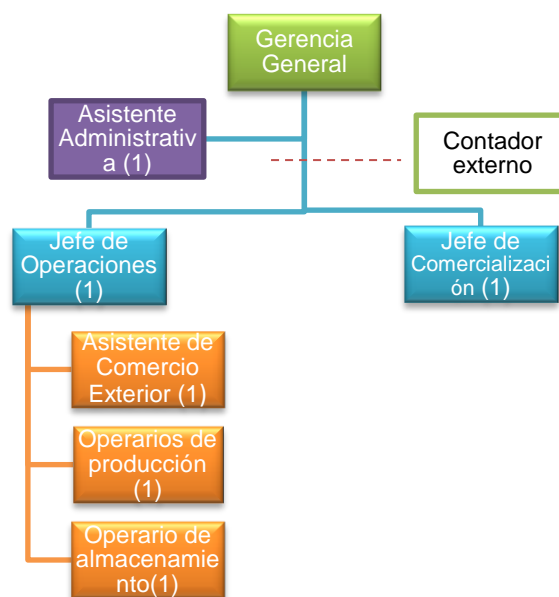


Figura No 7: Organigrama Ecuarice.

Las funciones de las personas que conforman la nómina de la empresa se describen en la siguiente tabla:

Tabla No 9: Detalle de nómina Ecuarice.

Cargo	No personas	Salario	Funciones	Perfil cargo
Gerente General	1	\$ 1.500	Planificación y organización de actividades de la empresa en función de los objetivos Control de los recursos financieros y operativos Gestión del presupuesto de la empresa	Ingeniero en Negocios Internacionales. Experiencia de 5 años
Asistente administrativa	1	\$ 500	Desempeño de actividades asignadas por el Gerente General Gestión de ingreso y salida del personal Ejecutar la nómina de la empresa	Estudios en administración o negocios internacionales. Experiencia 1 año.
Jefe Comercialización	1	\$ 800	Negociación con el canal distribuidor Encargado de la comercialización del producto Encargado de aplicar las estrategias de marketing Llevar a cabo el plan de marketing Ejecución de cuentas por cobrar	Ingeniero en Marketing o carreras afines. Experiencia 3 años
Jefe Operaciones	1	\$ 800	Control de las actividades para el proceso de exportación hacia Estados Unidos Contacto con proveedores	Ingeniero Industrial o Agronomía con conocimientos en exportación de

Cargo	No personas	Salario	Funciones	Perfil cargo
			Adquisición materia prima Control de calidad materia prima y producto terminado Supervisión y mantenimiento equipos de producción	productos alimenticios. Experiencia 3 años.
Asistente Comercio Exterior	1	\$ 600	Preparación de la documentación para el proceso de exportación Contacto con agente afianzado, organismos públicos y privados Negociación con empresa de transporte y logística	Estudios en administración, comercio exterior o negocios internacionales. Experiencia 2 años
Operario de producción	1	\$ 450	Encargado del empaque y sellado arroz integral Selección de materia prima	Bachiller. Experiencia 6 meses
Operario de almacenamiento	1	\$ 450	Encargado de almacenamiento, bodega de producto final y materia prima Coordinar el transporte del producto final hacia puerto	Bachiller. Experiencia 6 meses

7. Evaluación financiera

7.1 Proyección de ingresos, costos y gastos

La proyección de ingresos considera la información planteada en el capítulo anterior, respecto a la capacidad de exportación 2.000 sacos mensuales de 20 libras, para incrementar la producción anual es concerniente tomar en cuenta la tasa de crecimiento de la industria de cultivo y producción de arroz que se muestra en la siguiente tabla:

Tabla No 10: Tasa de crecimiento de la industria del arroz.

CIU: A011200		
Años	Ingresos sector	% annual

2013	7.256.639	
2014	6.089.389	-16,09%
2015	6.256.013	2,74%
2016	7.045.392	12,62%
2017	7.269.224	3,18%
2018	8.775.932	20,73%
Promedio período		4,63%

Este porcentaje de 4,63% determina la siguiente proyección anual de sacos de 20 libras:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Proyección sacos exportados	24.000	25.104	26.256	27.468	28.740

De acuerdo a la información presentada en el capítulo de marketing, el saco de 20 libras tendrá un precio de \$ 18,78 en el punto de venta en Estados Unidos, la cadena de distribución determina la existencia de un intermediario en el mencionado país, estos eslabones de la cadena de distribución demandan una utilidad por su gestión operativa y comercial, que tiene un rango entre 15% y 18%, de esta manera se determina que el precio de exportación de Ecuarice sea \$ 11,13 por cada saco de 20 libras. La proyección de precio se establece conforme la inflación promedio de 1,72%:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Proyección precio saco exportado	11,13	11,32	11,51	11,71	11,91

Con el costo unitario por cada saco de 20 libras es \$ 6,39 que incluye la materia prima y el material de empaque, la proyección de costos se realiza conforme el número de sacos exportados. Con el uso de esta información se determina la proyección de ingresos y costos:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por exportación	267.029	284.128	302.289	321.695	342.395
Costo exportación	154.014	161.327	168.734	176.525	168.680

Lo concerniente al gasto, su proyección se realiza en base de la inflación mencionada anteriormente y afecta a los gastos operativos y salarios:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos sueldos	71.186	77.256	78.547	79.860	81.196
Gastos generales	25.910	25.105	25.538	25.979	26.426

Esta información sirve para la elaboración del estado de resultados proyectado entre el año 1 y 5.

7.2 Inversión inicial, estructura de financiamiento y capital de trabajo

Inversión inicial

La inversión inicial comprende la maquinaria descrita en el capítulo anterior por un valor de \$ 27.120, a este valor se agrega \$ 6.545 de equipos de oficina, la sumatoria es \$ 33.665. Los dos componentes restantes de la inversión inicial son los gastos de apertura:

Tabla No 11: Componentes de inversión inicial.

Ítem	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Certificaciones calidad	1	10.500,00	10.500,00
Constitución empresa	1	700,00	700,00
Registros y permisos operación	1	1.200,00	1.200,00
		12.400,00	12.400,00

Finalmente se agrega el capital de trabajo de \$ 4.896,34. Con esta información se determina una inversión inicial total de \$ 50.961,34.

Estructura de financiamiento

Tabla No 12: Estructura de financiamiento.

Inversión Inicial		50.961,34
Capital propio	60,00%	30.576,80
Préstamo	40,00%	20.384,54
Monto		20.384,54

Tasa de interés	11,30%
Plazo (meses)	60
Pagos mensuales fijos	\$ 446,27

Capital de trabajo

El capital de trabajo de \$ 4.896,34 forma parte de la inversión inicial debido que la empresa liquidez para los períodos mensuales donde los egresos sean superiores a los ingresos, según la proyección del estado de flujo de efectivo mensual, esto sucede en los meses 1, 7, 8, 13 y 14.

7.3 Proyección de estado de resultados, situación financiera, estado de flujo de efectivo y flujo de caja

Tabla No13: Estado de resultados.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos anuales	267.029	284.128	302.289	321.695	342.395
Costo bienes vendidos	154.014	161.327	168.734	176.525	168.680
UTILIDAD BRUTA	113.015	122.800	133.555	145.170	173.715
Gastos sueldos	71.186	77.256	78.547	79.860	81.196
Gastos generales	25.910	25.105	25.538	25.979	26.426
Gastos de depreciación	5.160	5.160	5.160	3.345	3.345
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS Y PARTICIP.	10.759	15.280	24.310	35.986	62.748
Gastos de intereses	2.140	1.758	1.329	850	314
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN	8.619	13.522	22.981	35.136	62.434
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	1.926	2.761	3.839	5.270	9.365
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	6.693	10.761	19.141	29.866	53.069
25% IMPUESTO A LA RENTA	2.578	3.911	5.439	7.466	13.267
UTILIDAD NETA	4.115	6.850	13.702	22.399	39.802
MARGEN OPERACIONAL	4,03%	5,38%	8,04%	11,19%	18,33%
MARGEN NETO	1,54%	2,41%	4,53%	6,96%	11,62%

En el año 1 el margen neto de rentabilidad es 1,54%, este indicador es bajo pero aceptable para el tipo de negocio, conforme crece la operación de exportación la utilidad se incrementa hasta \$ 39.802, que es el 11,62% de

los ingresos. En promedio la empresa gana 5 centavos por cada dólar que ingresa como exportación.

Estado de situación financiera

Tabla No 14: Estados de situación financiera.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<u>ACTIVOS</u>	50.961	59.389	63.073	73.337	91.917	133.159
<i>Corrientes</i>	4.896	18.484	27.328	42.751	64.676	109.263
Efectivo	4.896	7.358	15.489	30.156	51.272	94.996
Cuentas por Cobrar	-	11.126	11.839	12.595	13.404	14.266
<i>No Corrientes</i>	46.065	40.905	35.746	30.586	27.241	23.897
Propiedad, Planta y Equipo	33.665	33.665	33.665	33.665	33.665	33.665
Depreciación acumulada	-	5.160	10.319	15.479	18.824	22.168
Intangibles	12.400	12.400	12.400	12.400	12.400	12.400
<u>PASIVOS</u>	20.385	24.698	21.531	18.093	14.273	15.714
<i>Corrientes</i>	-	7.528	7.959	8.547	9.232	15.714
Cuentas por pagar proveedores		6.393	6.687	6.994	7.316	7.655
Sueldos por pagar	-	788	788	788	788	788
Impuestos por pagar	-	347	485	765	1.128	7.271
<i>No Corrientes</i>	20.385	17.170	13.572	9.546	5.041	-
Deuda a largo plazo	20.385	17.170	13.572	9.546	5.041	-
<u>PATRIMONIO</u>	30.577	34.692	41.542	55.244	77.644	117.445
Capital	30.577	30.577	30.577	30.577	30.577	30.577
Utilidades retenidas	-	4.115	10.965	24.667	47.067	86.868

El principal movimiento en el estado de situación financiera es el crecimiento del activo corriente, como resultado de la utilidad neta acumulada y el incremento de las cuentas por cobrar, que son 50% de contado y 50% crédito.

Estado de flujo de efectivo

Tabla No 15: Estado de flujo de efectivo.

AÑOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Actividades Operacionales	-	5.676	11.729	18.693	25.621	48.766
Utilidad Neta		4.115	6.850	13.702	22.399	39.802
Depreciaciones y amortización						
+ Depreciación		5.160	5.160	5.160	3.345	3.345
+ Amortización		-	-	-	-	-
- Δ CxC		(11.126)	(712)	(757)	(809)	(863)
- Δ Inventario PT	-	-	-	-	-	-
- Δ Inventario MP	-	-	-	-	-	-
- Δ Inventario SF		-	-	-	-	-
+ Δ CxP PROVEEDORES		6.393	294	307	323	339
+ Δ Sueldos por pagar		788	-	-	-	-
+ Δ Impuestos		347	137	281	362	6.143
Actividades de Inversión	(46.065)		-	-	-	-
- Adquisición PPE y intangibles	(46.065)		-	-	-	-
Actividades de Financiamiento	50.961		(3.598)	(4.026)	(4.505)	(5.041)
+ Δ Deuda Largo Plazo al final del periodo	20.385	17.170	(3.499)	(4.026)	(4.505)	(5.041)
- Pago de dividendos		-	-	-	-	-
+ Δ Capital	30.577		-	-	-	-
		-	-	-	-	-
INCREMENTO NETO EN EFECTIVO	4.896	2.461	8.131	14.667	21.116	43.724
EFECTIVO AL FIN DEL PERIODO		4.896	7.358	15.489	30.156	51.272
TOTAL EFECTIVO FINAL DE PERÍODO	4.896	7.358	15.489	30.156	51.272	94.996

Lo mencionado anteriormente muestra que el efectivo generado por la empresa mantiene la operación de exportación sin recurrir a endeudamiento externo, este rubro se disminuye paulatinamente.

Tabla No 16: Flujo de caja Ecuarice.

AÑO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJOS DEL PROYECTO	(50.961)	10.376	13.310	19.518	26.125	46.048

El flujo de caja proyectado crece de \$ 10.376 en el año 1 a \$ 46.048 en el año 5, como consecuencia de la utilidad obtenida.

7.4 Proyección de flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento y criterios de valoración

Tabla No 17: Flujo de caja del inversionista.

AÑO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DEL INVERSIONISTA	(30.577)	5.743	8.547	14.610	21.057	40.798

El flujo de caja del inversionista es menor al flujo del proyecto porque se descuenta el crédito pagado para financiar la inversión inicial.

Cálculo de la tasa de descuento

Tablo No 18: Cálculo tasa de descuento Ecuarice.

Tasa libre de riesgo	1,88%	https://www.cnbc.com/quotes/?symbol=US10Y
Rendimiento del Mercado	10,90%	https://finance.yahoo.com/quote/%5EDJI?p=^DJI
Beta	1,09	http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html
Beta Apalancada	1,16	
Riesgo País	8,26%	https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/788/18-dic
Tasa de Impuestos	25,00%	
Participación Trabajadores	15,00%	
Escudo Fiscal	36,25%	
Razón Deuda/Capital	67%	
Costo Deuda Actual	11,30%	

WACC = 16,53% y CAPM = 22,75%:

Criterios de valoración

Tabla No 19: Criterios de valoración

EVALUACIÓN FLUJOS DEL PROYECTO			EVALUACIÓN FLUJO DEL INVERSIONISTA		
VAN	\$15.668,04		VAN		\$11.581,73
PRI	4,43	AÑOS	PRI		4,67
TIR	26,21%		TIR		34,66%

La información de los criterios de valoración muestra que el valor actual neto (VAN) es mayor que la inversión inicial, a partir de 4,43 años de operación en el flujo del proyecto y 4,67 en el flujo del inversionista. La tasa interna de retorno del proyecto de 26,21% es mayor que el WACC 16,53% y la tasa interna de retorno del inversionista es superior a CAPM de 22,75%. El resultado de estos criterios concluye que la idea de negocio es viable desde el punto de vista financiero.

Índices financieros

Tabla No 20: Índices financieros Ecuarice.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	INDUSTRIA
LIQUIDEZ						
Razón corriente	2,46	3,43	5,00	7,01	6,95	1,59
Prueba acida	2,46	3,43	5,00	7,01	6,95	1,59
ENDEUDAMIENTO						
Razón deuda / capital	71,19%	51,83%	32,75%	18,38%	13,38%	53%
ACTIVIDAD						
Rotación activos fijos	6,5	7,9	9,9	11,8	14,3	1,09
RENTABILIDAD						
Rentabilidad sobre activos	6,93%	10,86%	18,68%	24,37%	29,89%	12,93%
Rentabilidad sobre patrimonio	11,86%	16,49%	24,80%	28,85%	33,89%	20,01%

El resultado de los índices financieros de la empresa Ecuarice son mayores a la industria, en todos los componentes de la evaluación, especialmente en liquidez porque el proyecto genera dinero de su operación y no requiere financiamiento externo. La rentabilidad de la industria es superior en el año 1 y 2, a partir del año 3 Ecuarice la supera; estos indicadores es una muestra adicional de la viabilidad del proyecto.

8. Conclusiones generales

- Las barreras de entrada son altas ya que existen varias certificaciones que deben ser obtenidas para poder incursionarse en el mercado del arroz, la obtención de estos certificados es de suma importancia, además que existe una empresa líder en el mercado que abarca casi todas las ventas a nivel nacional.
- Con respecto a los productos sustitutos se puede inferir que es bajo ya que a pesar de que existen productos como la quinoa, cebada, trigo y avena, el arroz es un producto que se consume en mayor proporción.
- El componente de los competidores es neutro ya que existe una empresa la cual tiene más mercado en el país "DAJAHU", por otro lado, no existen competidores directos que exporten a los Estados Unidos De América por lo que se encuentra una oportunidad de

negocio evidente.

- El poder de negociación de los clientes es neutro ya que este producto es de primera necesidad y las personas lo consumen en gran proporción por lo que estarían dispuestas a pagar el precio expuesto.
- El poder de negociación de los proveedores es alto ya que existen empresas que podrían proveer el mercado de la maquinaria y de tipos de arroz para poder desarrollar el proceso de arroz integral certificado.
- Mediante la matriz EFE se han podido identificar las oportunidades y amenazas en el entorno, con una puntuación de 3,05 se puede inferir que existen más oportunidades que se pueden aprovechar para contrastar las amenazas encontradas.
- La tecnología que es necesaria para el procesamiento del arroz, es decir para convertirlo en arroz integral se puede conseguir fácilmente en el mercado nacional.
- Existen políticas a favor de los agricultores que favorece a la industria por lo que se considera que es un sector atractivo que tendrá una permanente producción durante cada año, teniendo el producto siempre disponible, además que es un producto de fácil acceso teniendo en cuenta que no existe ningún exportador de arroz integral a Estados Unidos lo que hace aún más atractiva esta idea de negocio.
- Los aranceles al arroz son 0% hacia Estados Unidos (país importador), lo que beneficia a Ecuador como país exportador de este producto, ya que no se paga ningún tipo de impuesto es posible reducir el precio de venta en el lugar de destino obteniendo una diferenciación en costos.

- El análisis PESTEL arroja variables que son viables tanto en Ecuador y Estados Unidos para lanzar al mercado el producto de arroz integral precocido lo que es una ventaja al querer exportar, tanto las variables económicas, políticas, sociales, legales y tecnológicas arrojan más factores positivos que negativos.
- La exportación de arroz integral precocido hacia los Estados Unidos es una idea de negocio viable desde el aspecto financiero, porque existen suficientes indicadores para concluir que es un negocio rentable para sus accionistas. Desde el punto de vista de la utilidad neta existe margen neto desde el año 1 hasta el año 11, alcanzando 11 centavos por cada dólar como utilidad. El activo y patrimonio crece con la operación de la empresa y existe liquidez para financiar las actividades de la empresa sin necesidad de buscar financiamiento bancario.

REFERENCIAS

REFERENCIAS

- AGROCALIDAD. (11 de 03 de 2015). *Buenas prácticas agrícolas para arroz*. Obtenido de <http://www.agrocalidad.gob.ec/documentos/dia/GUIA-de-BPA-para-ARROZ.pdf>
- Agrodajahu. (2017). *AGROINDUSTRIAS*. Obtenido de <http://agrodajahu.com/about.html>
- Arcsa. (2019). *Agencia Nacional de Regulación, control y vigilancia sanitaria*. Obtenido de Agencia Nacional de Regulación, control y vigilancia sanitaria : <https://www.controlsanitario.gob.ec/documentos-vigentes/>
- Banco Central del Ecuador. (s.f.). Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/EIBancoCentral/BCEDolarizacion.pdf>
- Banco Central Del Ecuador . (2018). *Banco Central Del Ecuador*. Obtenido de Banco Central Del Ecuador: <https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/1602171408/OpenDocument/opensdoc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=0>
- Banco Central Del Ecuador . (2018). *Banco Central Del Ecuador*. Obtenido de Banco Central Del Ecuador : <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/320-~Adiscretionary%20%7B-%7D%7B%7D%7B%7Dndice-de-confianza-del-consumidor>
- Banco Mundial . (2017). *Banco Mundial*. Obtenido de Banco Mundial : <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD?locations=EC>
- Banco Mundial . (2017). *Banco Mundial*. Obtenido de Banco Mundial : <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD?locations=US&view=chart>

- Banco Mundial . (2019). *Doing Business Traininf for Reform*. Obtenido de Doing Business Traininf for Reform: http://www.worldbank.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2019-report_web-version.pdf
- Banco Santander. (2019). *Santander Trade Portal*. Obtenido de Santander Trade Portal: https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia?&actualiser_id_banque=oui&id_banque=18&memoriser_c hoix=memoriser
- Banco Santander. (2019). *Santander Trade Portal*. Obtenido de Santander Trade Portal: https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia?&actualiser_id_banque=oui&id_banque=18&memoriser_c hoix=memoriser
- Comite de Comercio Exterior. (2017). *COMEX*. Obtenido de COMEX: <http://www.pudeleco.com/files/a17026a.pdf>
- Comité de Comercio Exterior. (2017). *Comex*. Obtenido de Comex: <http://www.pudeleco.com/files/a17026a.pdf>
- COORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL. (2017). *FICHA SECTORIAL*. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2018/04/Ficha-Sectorial-Arroz.pdf>
- ECUADOR, P. (2019). *PRO ECUADOR*. Obtenido de PRO ECUADOR: <https://www.proecuador.gob.ec/ley-fomento-productivo/#targetText=La%20Ley%20Org%C3%A1nica%20para%20el,la%20producci%C3%B3n%20y%20la%20econom%C3%ADa>.
- Embajada de los Estados Unidos . (2019). *Embajada de los Estados Unidos* . Obtenido de Embajada de los Estados Unidos : <https://ar.usembassy.gov/es/education-culture-es/irc/el-gobierno-de-los-estados-unidos/>
- Expansión. (2017). *Datos macro*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/demografia/migracion/emigracion/>

ecuador

Expreso. (2016). Obtenido de <https://www.expreso.ec/economia/convenio-preferencias-arancelarias-estadosunidos-ecuador-JG2091029>

INAMHI. (15 de 04 de 2019). *INAMHI*. Obtenido de INAMHI: <http://www.serviciometeorologico.gob.ec/PronosticoAgro/PronosAgrom.pdf>

INEC. (2013). *INEC*. Obtenido de INEC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/ENSANUT/Presentacion%20de%20los%20principales%20%20resultados%20ENSANUT.pdf

INEC. (Junio de 2018). *INEC*. Obtenido de INEC: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Camas_Egresos_Hospitalarios/Cam_Egre_Hos_2017/Presentacion_CEH_2017.pdf

INEC), I. N. (2012). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas*. Obtenido de Clasificación Nacional de Actividades Económicas : <http://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/descargas/ciiu.pdf>

Líderes. (2017). Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-informe-eeuu-preferencias-aranceles.html>

LIDERES. (2018). *El Arroz con valor agregado*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/arroz-agregado.html>

Map, T. (2019). Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvp m=3%7c842%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1

Map, T. (2019). *Trade Map*. Obtenido de Trade Map: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvp m=3%7c484%7c%7c%7c%7c10%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1

Map, T. (2019). *Trade Map*. Obtenido de Trade Map: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvp

m=3%7c218%7c%7c%7c%7c1006%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c2%7c1

Ministerio De Ambiente. (2019). *Ministerio De Ambiente*. Obtenido de Ministerio De Ambiente: <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es>

Ministerio de Industrias y Productividad . (2018). *Ministerio de Industrias y Productividad* . Obtenido de Ministerio de Industrias y Productividad : <https://www.industrias.gob.ec/reunion-de-las-partes-del-protocolo-de-montreal-5-9-noviembre-de-2018/>

Monitor, G. E. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor*. Obtenido de Global Entrepreneurship Monitor: <http://espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf>

MURIEGA, R. (2018). *5 granos enteros que sirven como sustituto del arroz integral*. Obtenido de <https://www.vix.com/es/imj/salud/147469/5-granos-enteros-que-sirven-como-sustituto-del-arroz-integral>

OEC. (2017). *OEC*. Obtenido de OEC: <https://oec.world/es/profile/country/usa/#Importaciones>

Organización Mundial Del Comercio . (2019). *Organización Mundial Del Comercio*. Obtenido de Organización Mundial Del Comercio: https://www.wto.org/spanish/thewto_s/countries_s/ecuador_s.htm

Pacífico, B. d. (2019). *Emprendedor Pacífico*. Obtenido de <https://www.bancodelpacifico.com/empresas/creditos/emprendedor-pacifico>

Patrimonio, M. d. (2016). Obtenido de <http://patrimonioalimentario.culturaypatrimonio.gob.ec/wiki/index.php/Arroz>

Patrimonio, M. d. (27 de 07 de 2016). *Ministerio de Cultura y Patrimonio*. Obtenido de Ministerio de Cultura y Patrimonio: <http://patrimonioalimentario.culturaypatrimonio.gob.ec/wiki/index.php/Arroz>

PROECUADOR. (20 de 12 de 2018). *PROECUADOR*. Obtenido de PROECUADOR: <https://www.proecuador.gob.ec/ley-fomento->

productivo/

PROEcuador. (20 de 12 de 2018). *PROEcuador*. Obtenido de PROEcuador: <https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/02/REGLAMENTO-LEY-DE-FOMENTO.pdf>

PROEcuador. (2019). *PROEcuador*. Obtenido de PROEcuador: <https://www.proecuador.gob.ec/capacitaciones/>

Secretaría Plan Toda Una Vida . (s.f.). *Secretaría Plan Toda Una Vida* . Obtenido de Secretaría Plan Toda Una Vida : <https://www.todaunavida.gob.ec/programa-accion-nutricion/>

services, A. a. (2018). Obtenido de <https://www.uhyassurance.ec/medidas-2018/>

SRI. (2019). *Impuesto a la Salida de Dividad*. Obtenido de ISD: <https://www.sri.gob.ec/web/guest/impuesto-a-la-salida-de-divisas-isd#%C2%BFcu%C3%A1-es>

SRI. (2019). *SRI*. Obtenido de SRI: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>

SUPER INTENDECIAS DE COMPAÑIAS. (s.f.). *SUPERCIAS*. Obtenido de SUPERCIAS: https://reporteria.supercias.gob.ec/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Indicadores%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27Indicadores%20Sector%20Empresa%

Trade Map. (2018). *Trade Map*. Obtenido de Trade Map: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvp m=3%7c218%7c%7c%7c%7c1006200000%7c%7c%7c8%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1

TRADE MAP. (2018). *TRADE MAP*. Obtenido de TRADE MAP: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvp m=3%7c218%7c%7c%7c%7c8437809100%7c%7c%7c8%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1

U.S Department of Agriculture. (2019). *USDA*. Obtenido de USDA:

<https://www.usda.gov/topics/biotechnology>

U.S Department of agriculture. (2019). *USDA* . Obtenido de USDA:
<https://www.usda.gov/topics/biotechnology>

United States Department Of Labor. (18 de 01 de 2019). *Bureau of Labor Statistics*. Obtenido de Bureau of Labor Statistics:
<https://www.bls.gov/cps/cpsaat15.htm>

United States Department Of Labor. (05 de abril de 2019). *Bureau of Labour Statistics* . Obtenido de Bureau of Labour Statistics :
<https://www.bls.gov/news.release/empstat15.htm>

arroz. Obtenido de <http://www.agrocalidad.gob.ec/documentos/dia/GUIA-de-BPA-para-ARROZ.pdf>

Agrodajahu. (2017). *AGROINDUSTRIAS*. Obtenido de
<http://agrodajahu.com/about.html>

Arcsa. (2019). *Agencia Nacional de Regulación, control y vigilancia sanitaria* . Obtenido de Agencia Nacional de Regulación, control y vigilancia sanitaria : <https://www.controlsanitario.gob.ec/documentos-vigentes/>

Banco Central del Ecuador. (s.f.). Obtenido de
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/EIBancoCentral/BCEDolarizacion.pdf>

Banco Central Del Ecuador . (2018). *Banco Central Del Ecuador*. Obtenido de Banco Central Del Ecuador:
<https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/1602171408/OpenDocument/opensdoc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=0>

Banco Central Del Ecuador . (2018). *Banco Central Del Ecuador* . Obtenido de Banco Central Del Ecuador :
<https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/320-~Adiscretionary%20%7B-%7D%7B%7D%7B%7Dndice-de-confianza->

del-consumidor

Banco Mundial . (2017). *Banco Mundial*. Obtenido de Banco Mundial : <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD?locations=EC>

Banco Mundial . (2017). *Banco Mundial* . Obtenido de Banco Mundial : <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD?locations=US&view=chart>

Banco Mundial . (2019). *Doing Business Traininf for Reform*. Obtenido de Doing Business Traininf for Reform: http://www.worldbank.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2019-report_web-version.pdf

Banco Santander. (2019). *Santander Trade Portal*. Obtenido de Santander Trade Portal: https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia?&actualiser_id_banque=oui&id_banque=18&memoriser_choix=memoriser

Banco Santander. (2019). *Santander Trade Portal*. Obtenido de Santander Trade Portal: https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia?&actualiser_id_banque=oui&id_banque=18&memoriser_choix=memoriser

Comite de Comercio Exterior. (2017). *COMEX*. Obtenido de COMEX: <http://www.pudeleco.com/files/a17026a.pdf>

Comité de Comercio Exterior. (2017). *Comex*. Obtenido de Comex: <http://www.pudeleco.com/files/a17026a.pdf>

COORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL. (2017). *FICHA SECTORIAL*. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2018/04/Ficha-Sectorial-Arroz.pdf>

ECUADOR, P. (2019). *PRO ECUADOR*. Obtenido de PRO ECUADOR: <https://www.proecuador.gob.ec/ley-fomento-productivo/#targetText=La%20Ley%20Org%C3%A1nica%20para%2>

- 0el,la%20producci%C3%B3n%20y%20la%20econom%C3%ADa.
- Embajada de los Estados Unidos . (2019). *Embajada de los Estados Unidos* . Obtenido de Embajada de los Estados Unidos : <https://ar.usembassy.gov/es/education-culture-es/irc/el-gobierno-de-los-estados-unidos/>
- Expansión. (2017). *Datos macro*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/demografia/migracion/emigracion/ecuador>
- Expreso. (2016). Obtenido de <https://www.expreso.ec/economia/convenio-preferencias-arancelarias-estadosunidos-ecuador-JG2091029>
- INAMHI. (15 de 04 de 2019). *INAMHI*. Obtenido de INAMHI: <http://www.serviciometeorologico.gob.ec/PronosticoAgro/PronosAgrom.pdf>
- INEC. (2013). *INEC*. Obtenido de INEC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/ENSANUT/Presentacion%20de%20los%20principales%20%20resultados%20ENSANUT.pdf
- INEC. (Junio de 2018). *INEC*. Obtenido de INEC: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Camas_Egresos_Hospitalarios/Cam_Egre_Hos_2017/Presentacion_CEH_2017.pdf
- INEC), I. N. (2012). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas* . Obtenido de Clasificación Nacional de Actividades Económicas : <http://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/descargas/ciiu.pdf>
- Líderes. (2017). Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-informe-eeuu-preferencias-aranceles.html>
- LIDERES. (2018). *El Arroz con valor agregado*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/arroz-agregado.html>
- Map, T. (2019). Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c842%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1

%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1

Map, T. (2019). *Trade Map*. Obtenido de Trade Map: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvp m=3%7c484%7c%7c%7c%7c10%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1

Map, T. (2019). *Trade Map*. Obtenido de Trade Map: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvp m=3%7c218%7c%7c%7c%7c1006%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c2%7c1

Ministerio De Ambiente. (2019). *Ministerio De Ambiente*. Obtenido de Ministerio De Ambiente: <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es>

Ministerio de Industrias y Productividad . (2018). *Ministerio de Industrias y Productividad* . Obtenido de Ministerio de Industrias y Productividad : <https://www.industrias.gob.ec/reunion-de-las-partes-del-protocolo-de-montreal-5-9-noviembre-de-2018/>

Monitor, G. E. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor*. Obtenido de Global Entrepreneurship Monitor: <http://espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf>

MURIEGA, R. (2018). *5 granos enteros que sirven como sustituto del arroz integral*. Obtenido de <https://www.vix.com/es/imj/salud/147469/5-granos-enteros-que-sirven-como-sustituto-del-arroz-integral>

OEC. (2017). *OEC*. Obtenido de OEC: <https://oec.world/es/profile/country/usa/#Importaciones>

Organización Mundial Del Comercio . (2019). *Organización Mundial Del Comercio*. Obtenido de Organización Mundial Del Comercio: https://www.wto.org/spanish/thewto_s/countries_s/ecuador_s.htm

Pacífico, B. d. (2019). *Emprendedor Pacífico*. Obtenido de <https://www.bancodelpacifico.com/empresas/creditos/empreendedor-pacifico>

Patrimonio, M. d. (2016). Obtenido de <http://patrimonioalimentario.culturaypatrimonio.gob.ec/wiki/index.php/>

Arroz

- Patrimonio, M. d. (27 de 07 de 2016). *Ministerio de Cultura y Patrimonio*.
Obtenido de Ministerio de Cultura y Patrimonio:
<http://patrimonioalimentario.culturaypatrimonio.gob.ec/wiki/index.php/Arroz>
- PROECUADOR. (20 de 12 de 2018). *PROECUADOR*. Obtenido de PROECUADOR:
<https://www.proecuador.gob.ec/ley-fomento-productivo/>
- PROECUADOR. (20 de 12 de 2018). *PROECUADOR*. Obtenido de PROECUADOR:
<https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/02/REGLAMENTO-LEY-DE-FOMENTO.pdf>
- PROECUADOR. (2019). *PROECUADOR*. Obtenido de PROECUADOR:
<https://www.proecuador.gob.ec/capacitaciones/>
- Secretaría Plan Toda Una Vida . (s.f.). *Secretaría Plan Toda Una Vida* .
Obtenido de Secretaría Plan Toda Una Vida :
<https://www.todaunavida.gob.ec/programa-accion-nutricion/>
- services, A. a. (2018). Obtenido de <https://www.uhyassurance.ec/medidas-2018/>
- SRI. (2019). *Impuesto a la Salida de Dividad*. Obtenido de ISD:
<https://www.sri.gob.ec/web/guest/impuesto-a-la-salida-de-divisas-isd#%C2%BFcu%C3%A1-es>
- SRI. (2019). *SRI*. Obtenido de SRI: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>
- SUPER INTENDECIAS DE COMPAÑIAS. (s.f.). *SUPERCIAS*. Obtenido de SUPERCIAS:
https://reporteria.supercias.gob.ec/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Indicadores%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27Indicadores%20Sector%20Empresa%
- Trade Map. (2018). *Trade Map*. Obtenido de Trade Map:
https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvp

m=3%7c218%7c%7c%7c%7c1006200000%7c%7c%7c8%7c1%7c1
%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1

TRADE MAP. (2018). *TRADE MAP*. Obtenido de TRADE MAP:

[https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvp
m=3%7c218%7c%7c%7c%7c8437809100%7c%7c%7c8%7c1%7c1
%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvp
m=3%7c218%7c%7c%7c%7c8437809100%7c%7c%7c8%7c1%7c1
%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1)

U.S Department of Agriculture. (2019). *USDA*. Obtenido de USDA:

<https://www.usda.gov/topics/biotechnology>

U.S Department of agriculture. (2019). *USDA* . Obtenido de USDA:

<https://www.usda.gov/topics/biotechnology>

United States Department Of Labor. (18 de 01 de 2019). *Bureau of Labor
Stadistics*. Obtenido de Bureau of Labor Stadistics:

<https://www.bls.gov/cps/cpsaat15.htm>

United States Department Of Labor. (05 de abril de 2019). *Bureau of Labour
Stadistics* . Obtenido de Bureau of Labour Stadistics :

<https://www.bls.gov/news.release/empsit.t15.htm>

ANEXOS

Encuesta a consumidores

1) Tiende usted a consumir arroz

-Si

-No

2) ¿Al consumir arroz que marcas son de su preferencia?

-Canilla goya

-Carolina

-Madame gougousse

-Mandalay

-Iberia

-Goya Brown Rice

-Rico Long Grain Rice

-Krasdale

3) ¿En qué tipo de presentación usted acostumbra a comprar arroz?

-10lb

-20lb

-50lb

4) ¿Con que frecuencia usted acostumbra a comprar arroz?

-Una vez por semana

-Dos veces por semana

-Tres veces por semana

-Cuatro veces por semana

-Una vez al mes

-Una vez cada dos meses

5) ¿En qué lugar frecuentemente adquiere arroz?

-Supermercados

-Tiendas en general

6) ¿En qué ocasiones usted suele consumir arroz?

Reuniones familiares

-Diariamente

-Rara vez

7) ¿Qué emociones le genere consumir arroz?

- Felicidad
- Satisfacción
- Recuerdos
- Ninguna

8) ¿Cuáles son los atributos que determinan su decisión de compra de arroz?

- Marca
- Precio
- Sabor
- Tiempo de cocción

9) ¿Estaría usted dispuesto a comprar arroz integral precocido con certificación? Califique del 1 al 5 siendo 1. Totalmente indispuesto y 5 Totalmente dispuesto

10) ¿Según su criterio que tan interesante le parece el producto de arroz integral precocido con certificación? Califique del 1 al 5 siendo 1 Nada interesante y 5 Muy interesante

11) ¿En qué tipo de empaque preferiría el producto?

- Funda plástica
- Cartón
- Tela

12) ¿Qué tipo de promoción llamaría más su atención para adquirir el producto?

- Pack de otros productos acompañando al arroz
- Descuento
- Regalos pequeños como pulseras, llaveros, accesorios de cocina, etc.
- Recetario de comida ecuatoriana

13) ¿Para una presentación de 20lb cuál considera usted que es el precio justo entre 10USD a 30USD para el arroz integral precocido certificado?

14) ¿Cuál es el medio por el cual le gustaría recibir información sobre

el producto? Puede seleccionar varias opciones de su preferencia.

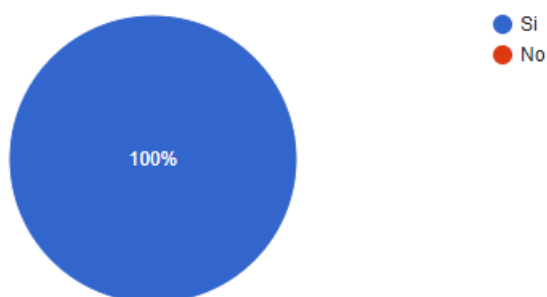
- Radio
- Redes Sociales
- Vallas Publicitarias
- Anuncios en sitios web
- Televisión
- Otra

15) ¿Cuál sería el atributo más importante para que usted decida comprar el arroz integral precocido certificado?

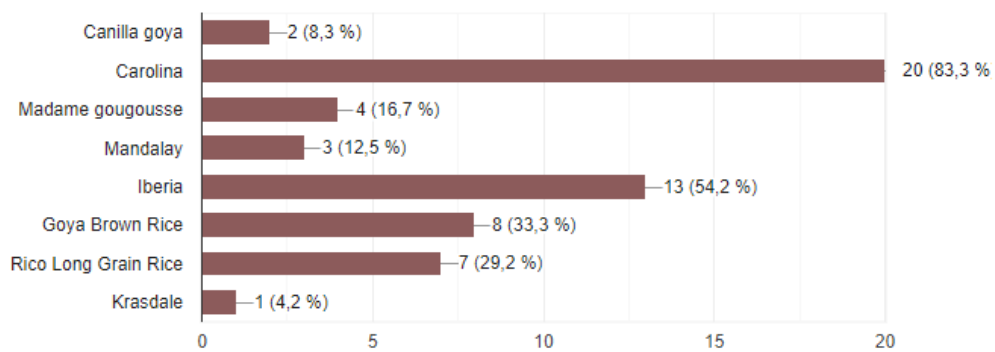
- Precio
- Sabor
- Tiempo de cocción
- Empaque
- Promociones

Respuestas a encuestas

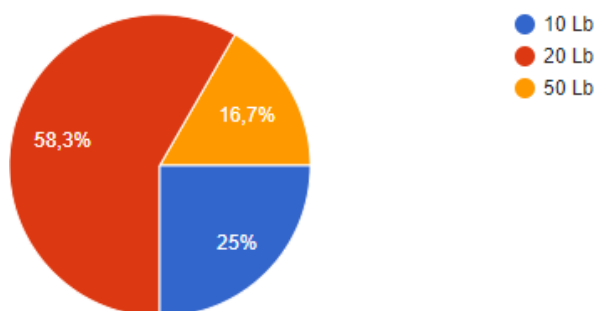
1) Tiende usted a consumir arroz?



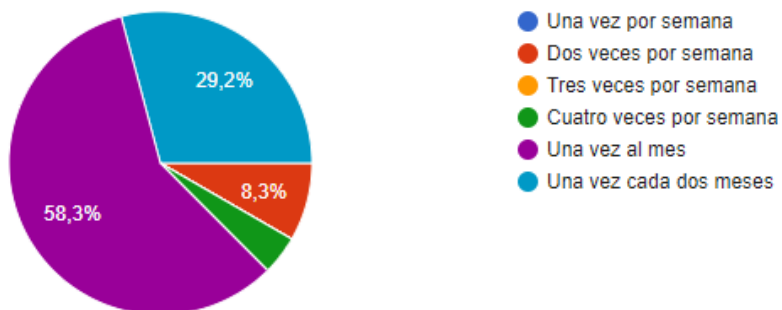
2) ¿Al consumir arroz que marcas son de su preferencia? Puede escoger varias opciones.



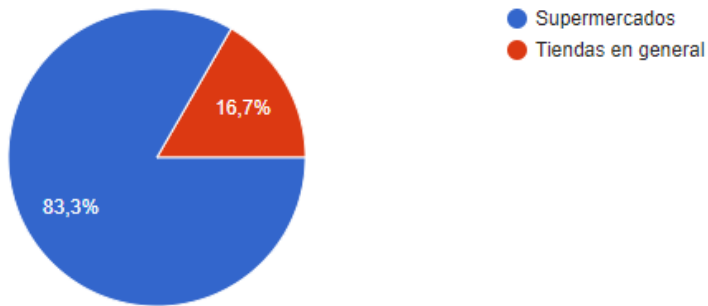
3) ¿En qué tipo de presentación usted acostumbra a comprar arroz?



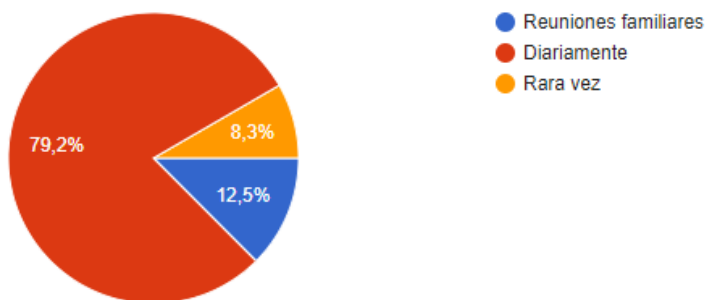
4) ¿Con que frecuencia usted acostumbra a comprar arroz?



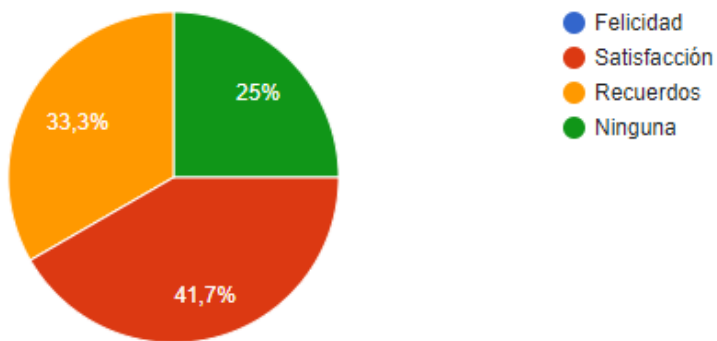
5) ¿En qué lugar frecuentemente adquiere arroz?



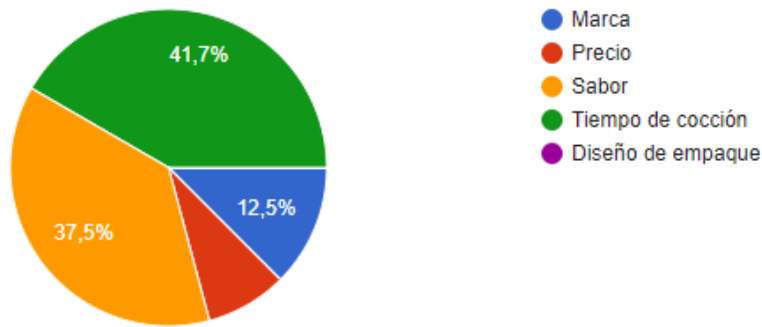
6) ¿En qué ocasiones usted suele consumir arroz?



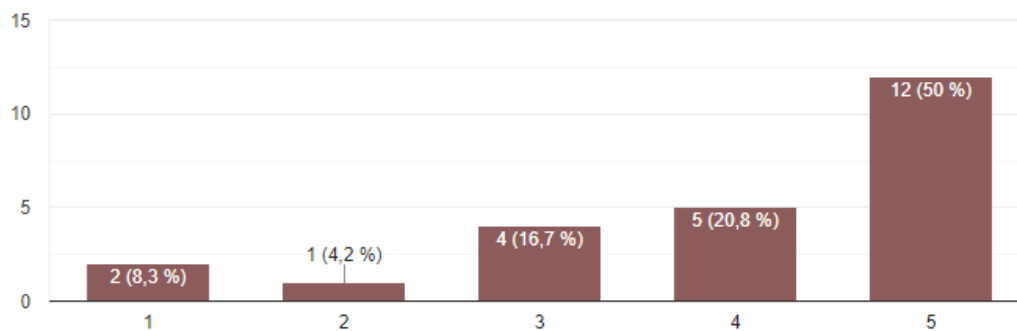
7) ¿Qué emociones le genere consumir arroz?



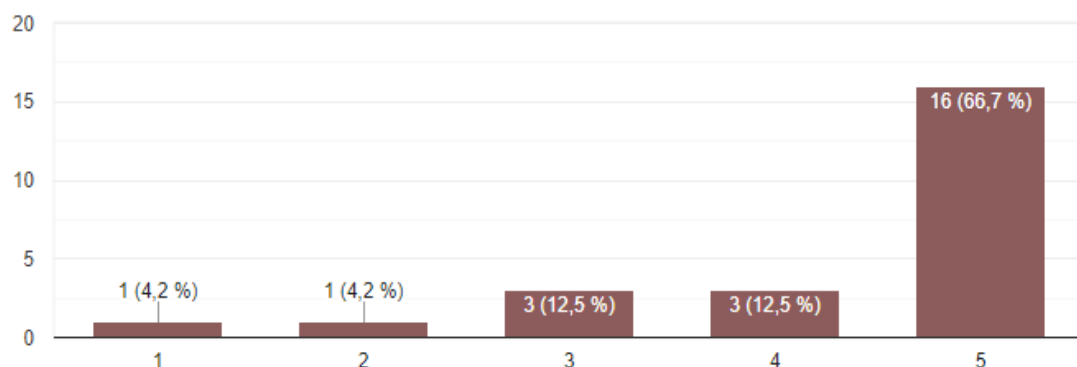
8) ¿Cuáles son los atributos que determinan su decisión de compra de arroz?



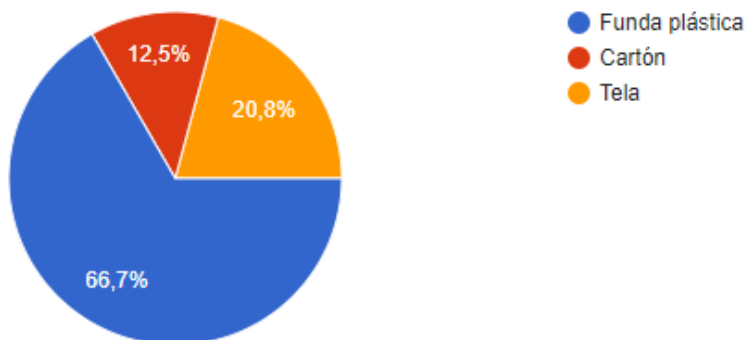
9) ¿Estaría usted dispuesto a comprar arroz integral precocido con certificación? Califique del 1 al 5 siendo 1 Totalmente indispuesto y 5 Totalmente dispuesto



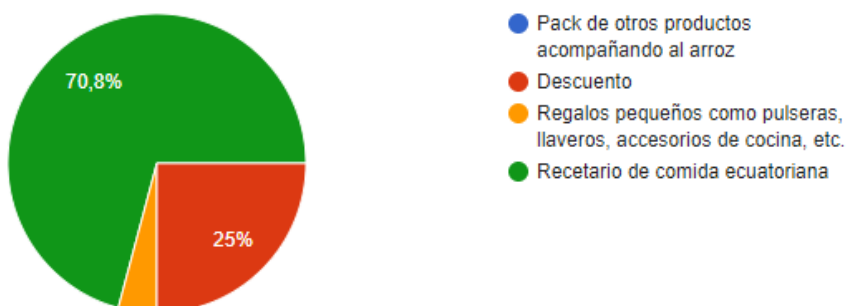
10) ¿Según su criterio que tan interesante le parece el producto de arroz integral precocido con certificación? Califique del 1 al 5 siendo 1 Nada interesante y 5 Muy interesante



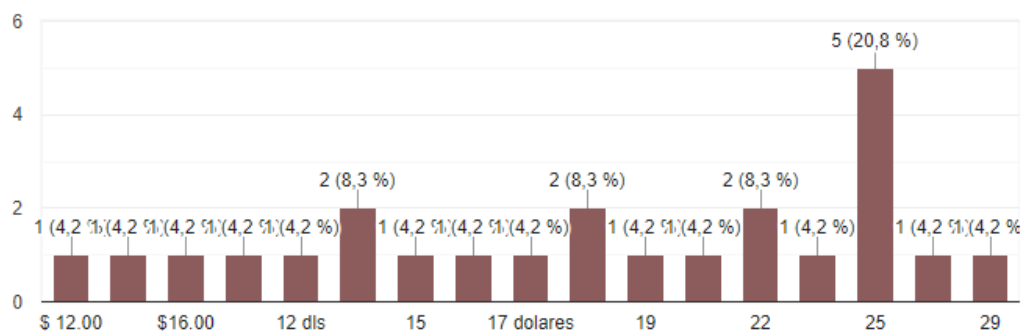
11) ¿En qué tipo de empaque preferiría el producto?



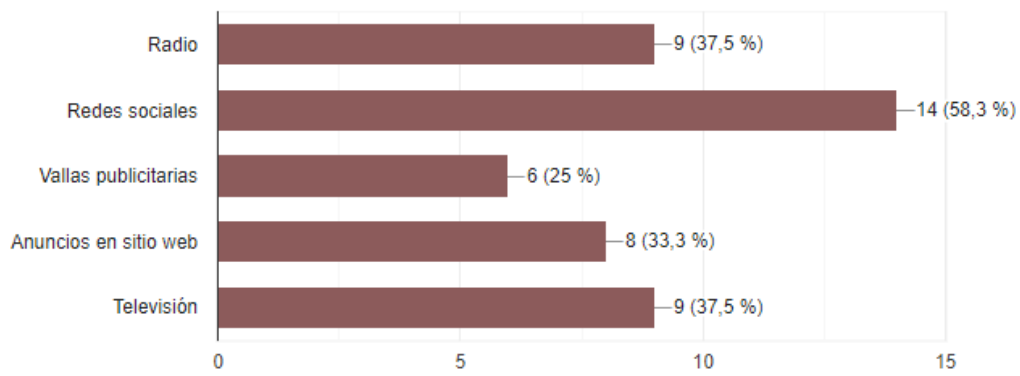
12) Qué tipo de promoción llamaría más su atención para adquirir el producto?



13) ¿Para una presentación de 20lb cuál considera usted que es el precio justo entre 10USD a 30USD para el arroz integral precocido certificado?



14) ¿Cuál es el medio por el cual le gustaría recibir información sobre el producto? Puede seleccionar varias opciones de su preferencia.



15) ¿Cuál sería el atributo más importante para que usted decida comprar el arroz integral precocido certificado?

