



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ
MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**INFORME DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

MECANISMO: EMPRENDIMIENTOS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE LA PITAHAYA ROJA A
HOLANDA, PAÍSES BAJOS**

AUTORAS:

**BRIGGITH STEFANIA ALCÍVAR BASURTO
MÓNICA ANDREA SÁNCHEZ SOLÓRZANO**

TUTOR:

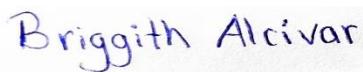
ING. BENIGNO JAVIER ALCÍVAR MARTÍNEZ, MBA.

CALCETA, JULIO DE 2023

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

BRIGGITH STEFANÍA ALCÍVAR BASURTO con cédula de ciudadanía 131352591-5 y MÓNICA ANDREA SÁNCHEZ SOLÓRZANO con cédula de ciudadanía 131719290-2, declaramos bajo juramento que el Trabajo de Integración Curricular titulado: **PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE LA PITAHAYA ROJA A HOLANDA, PAÍSES BAJOS** es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración, concedemos a favor de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos, conservado a nuestro favor todos los derechos patrimoniales de autor sobre la obra, en conformidad con el Artículo 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.



.....
BRIGGITH STEFANIA ALCÍVAR BASURTO

CC: 1313525915

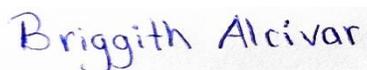


.....
MÓNICA ANDREA SÁNCHEZ SOLÓRZANO

CC: 1317192902

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

BRIGGITH STEFANÍA ALCÍVAR BASURTO con cédula de ciudadanía 131352591-5 y MÓNICA ANDREA SÁNCHEZ SOLÓRZANO con cédula de ciudadanía 131719290-2, autorizamos a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Integración Curricular titulado: **PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE LA PITAHAYA ROJA A HOLANDA, PAÍSES BAJOS** cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.



BRIGGITH STEFANIA ALCÍVAR BASURTO

CC: 1313525915



MÓNICA ANDREA SÁNCHEZ SOLÓRZANO

CC: 1317192902

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

BENIGNO JAVIER ALCÍVAR MARTÍNEZ certifica haber tutelado el Trabajo de Integración Curricular titulado: **PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE LA PITAHAYA ROJA A HOLANDA, PAÍSES BAJOS**, que ha sido desarrollado por BRIGGITH STEFANÍA BASURTO ALCÍVAR y MÓNICA ANDREA SÁNCHEZ SOLÓRZANO previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de empresas, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS DE GRADO** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

ING.BENIGNO JAVIER ALCÍVAR MARTÍNEZ, MBA

CC: 1309511911

TUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del Tribunal correspondientes, declaramos que hemos **APROBADO** el Trabajo de Integración Curricular titulado: **PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE LA PITAHAYA ROJA A HOLANDA, PAÍSES BAJOS**, que ha sido desarrollado por BRIGGITH STEFANÍA ALCÍVAR BASURTO Y MÓNICA ANDREA SÁNCHEZ SOLÓRZANO previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS DE GRADO** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

.....
ING. WLADIMIR ALEXANDER PALACIOS ZURITA, MGS.

CC: 1803296498

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....
ING. MARÍA J. VALAREZO MOLINA, MBA.

CC: 1309252409

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

.....
ING. CÉSAR H. ANDRADE MOREIRA, MGS

CC: 1308649290

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AGRADECIMIENTO

Con sentimientos de gratitud queremos extender nuestros más sinceros agradecimientos a:

A nuestro padre Celestial por guiar nuestro camino y por darnos fuerzas para solventar los tropiezos que se presentaron día a día.

A nuestros padres y familiares por su apoyo incondicional y confianza brindados en este proceso de estudio.

A mi hijo por ser el motor principal de superación, por su amor y fuerza que me brinda día a día para no rendirme en este arduo camino. Mónica Sánchez

A la institución que nos dio la oportunidad de capacitarnos profesionalmente a través de los excelentes docentes que con voluntad han inculcado positivamente valiosos conocimientos.

A nuestro tutor Ing. Benigno Alcívar por su paciencia, y por guiarnos con sus conocimientos en el proceso del proyecto.

BRIGGITH STEFANIA ALCÍVAR BASURTO

MÓNICA ANDREA SÁNCHEZ SOLÓRZANO

DEDICATORIA

A nuestro padre Celestial, por darme el don de la vida, por guiarme por el camino del bien y por cuidarme en cada proceso de preparación profesional.

Principalmente este sueño y esfuerzo se lo dedico a mi hijo, la razón más importante de superación y dedicación para culminar mi carrera.

A mis padres, porque en un instante dejaron de confiar en mí, pero han sido persistentes para acompañarme y apoyarme en este largo camino y gracias a su apoyo moral y económico he logrado cumplir una de mis metas anheladas.

A mis hermanos y a todas aquellas personas que de una u otra manera me brindaron su apoyo para seguir adelante y que fueron importantes para conseguir este logro.

MÓNICA ANDREA SÁNCHEZ SOLÓRZANO

Este logro se lo dedico a Dios quien supo guiarme por el buen camino en cada uno de mis pasos, por llenarme de bendiciones y fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los momentos difíciles que se presentaron a lo largo de la carrera universitaria.

A mis padres que con amor, ejemplo y dedicación se han esforzados por brindarme la oportunidad de prepararme y cumplir con una de mis más anheladas metas.

Finalmente, a mi tutor de tesis Ing. Benigno Alcívar Martínez que con paciencia nos ha brindado su apoyo incondicional y conocimientos sabios para poder desarrollar nuestro trabajo de la mejor manera.

BRIGGITH STEFANIA ALCÍVAR BASURTO

CONTENIDO GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN	iii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
CONTENIDO GENERAL.....	viii
CONTENIDO DE TABLA	xii
CONTENIDO DE FIGURA	xv
CONTENIDO DE FÓRMULAS.....	xvi
RESUMEN	xvii
ABSTRACT.....	xviii
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES	1
1.2. JUSTIFICACIÓN	3
1.3. OBJETIVOS.....	5
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	5
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
1.4. IDEAS A DEFENDER.....	5
CAPÍTULO II. REVISIÓN CONCEPTUAL DEL NEGOCIO.....	6
2.2. PLAN DE NEGOCIOS.....	7
2.1.2. IMPORTANCIA	8
2.1.3. CARACTERÍSTICAS	9

2.1.4. ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS.....	9
2.2.1. ESTUDIO DE MERCADO	9
2.2.1.1. MATRIZ PESTEL.....	10
2.2.1.2. MATRIZ VRIO.....	11
2.2.1.3. MATRIZ 5 FUERZAS DE PORTER.....	12
2.2.1.4. MATRIZ FODA.....	12
2.2.1.5. SEGMENTACIÓN DE MERCADO	13
2.2.1.6. MARKETING INTERNACIONAL.....	14
2.2.2. ESTUDIO TÉCNICO Y ADMINISTRACIÓN	14
2.2.2.1. DIAGRAMAS DE PROCESOS.....	15
2.2.2.2. PLANEACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS DE PRODUCCIÓN.	15
2.2.3. ESTUDIO AMBIENTAL	16
1.2.4. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO	18
1.3. PLAN DE EXPORTACIÓN	21
2.3.1. IMPORTANCIA	21
2.3.2. ESTRUCTURA	21
1.4. EXPORTACIÓN	23
2.4.1. IMPORTANCIA	23
2.4.2. VENTAJAS Y DESVENTAJAS	24
2.4.3. FACTORES	24
2.4.4. PROCESO DE EXPORTACIÓN	25
2.4.5. TERMINOLOGÍA INCOTERMS	25
1.5. UNIÓN EUROPEA	27
2.5.1. REQUISITOS DE EXPORTACIÓN AL MERCADO EUROPEO	28

2.5.2. ANÁLISIS DE LOS ACUERDOS COMERCIALES	28
2.5.3. PERFIL LOGÍSTICO, NORMAS, RESTRICCIONES AL MERCADO EUROPEO.....	28
1.5.4. FRACCIÓN ARANCELARIA DE LA PITAHAYA AL MERCADO EUROPEO	
30	
1.6. PITAHAYA	30
2.6.1. DESCRIPCIÓN Y ORIGEN.....	31
2.6.2. PROCESO Y MANEJO DEL CULTIVO.....	31
2.6.3. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	32
CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO	33
3.1. ESTUDIO DE MERCADO	33
3.2. ESTUDIO TÉCNICO	33
3.3. ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL NEGOCIO	34
3.4. ESTUDIO AMBIENTAL.....	34
3.5. EVALUACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS DEL PROYECTO	35
3.6. RESULTADOS ESPERADOS.....	36
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	39
4.1. FASE I. ANALIZAR EL MERCADO PARA CONOCER LA DEMANDA DEL PRODUCTO PARA SU EXPORTACIÓN	39
4.1.1. ACTIVIDAD I. ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD DEL ENTORNO PARA SU EXPORTACIÓN.....	39
4.1.2. ACTIVIDAD II. FODA.....	49
4.1.3. ACTIVIDAD III. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO, DETERMINACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA.....	50
4.1.4. ACTIVIDAD IV. APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING INTERNACIONAL.....	53

4.2. FASE II. IDENTIFICAR LOS ASPECTOS LEGALES Y REQUISITOS DEL INGRESO DE LA PITAHAYA AL MERCADO HOLANDÉS PARA SU COMERCIALIZACIÓN.	57
4.2.1. ACTIVIDAD I IDENTIFICAR LAS PRINCIPALES NORMAS Y REQUISITOS QUE DEBE CUMPLIR LA PITAHAYA ECUATORIANA PARA ENTRAR AL MERCADO EUROPEO.....	57
4.2.3. ACTIVIDAD II. DEFINIR EL PROCESO DE EXPORTACIÓN Y DISTRIBUCIÓN AL MERCADO EUROPEO.	59
4.2.4. ACTIVIDAD III. CONOCER LA FRACCIÓN ARANCELARIA QUE SE VERÁ SOMETIDA LA PITAHAYA AL MERCADO EUROPEO.	61
4.3. FASE III. DETERMINAR LA VIABILIDAD TÉCNICA, AMBIENTAL, ECONÓMICA Y FINANCIERA EN EL PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE LA PITAHAYA ROJA.	62
4.3.1. ACTIVIDAD I. ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES EN LA PRODUCCIÓN DE PITAHAYA MEDIANTE LA MATRIZ LEOPOLD.....	62
4.3.2. ACTIVIDAD II. DESCRIPCIÓN OPERATIVA Y REPRESENTACIÓN DE DIAGRAMAS DE PROCESOS DE LA MICROEMPRESA.	66
4.3.3. ACTIVIDAD III. DETERMINAR UN PLAN DE INVERSIÓN, COSTOS, GASTOS E INGRESOS.....	74
4.3.4. ACTIVIDAD IV. ELABORACIÓN DEL ANÁLISIS COSTO-BENEFICIO E INDICADORES DE EVALUACIÓN (VAN, TIR, RELACIÓN COSTO/ BENEFICIO Y PRI). 85	
4.4. FASE IV. ESTRUCTURAR EL PLAN DE NEGOCIOS PARA EXPORTAR LA PITAHAYA QUE PRODUCE LA MICROEMPRESA JORGE FRUIT.	88
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	106
CONCLUSIONES	106
1.1. RECOMENDACIONES	106

BIBLIOGRAFÍA.....	108
ANEXOS.....	134

CONTENIDO DE TABLA

Tabla 2.1. Simbología del flujo de proceso	16
Tabla 2.2. Valoración de la matriz leopold	18
Tabla 2.3. Valoración de impacto.....	19
Tabla 2.4. Estructura del plan de exportación	23
Tabla 3.1. Fórmula del van	37
Tabla 3.2. Fórmula del tir	38
Tabla 3.3. Fórmula de recuperación de la inversión	38
Tabla 3.4. Fórmula de relación costo beneficio.....	38
Tabla 4.1. Matriz pestel	42
Tabla 4.2. Intensidad de las fuerzas de Porter.....	46
Tabla 4.3. Competencia nivel micro	47
Tabla 4.4. Clientes Potenciales	48
Tabla 4.5. Competidores potenciales.....	49
Tabla 4.6. Proveedores potenciales.....	49
Tabla 4.7. Capacidades/recursos de Jorge Fruit.....	50
Tabla 4.8. Matriz VRIO	50
Tabla 4.9. Matriz FODA	53
Tabla 4.10. Segmentación de mercado	54
Tabla 4.11. Oferta potencial.....	55
Tabla 4.12. Perfil del segmento	56

Tabla 4.13. Mercado meta	56
Tabla 4.14. Precio	57
Tabla 4.15. Evidencia física de Jorge Fruit	59
Tabla 4.16. Productividad y calidad	60
Tabla 4.17. Datos generales de la etiqueta.....	61
Tabla 4.18. Etiquetado alimentario	62
Tabla 4.19. Codificación de partidas arancelarias.....	66
Tabla 4.20. Aranceles de la pitahaya ecuatoriana	66
Tabla 4.21. Matriz Leopold	68
Tabla 4.22. Matriz de valoración del impacto de JORGE FRUIT	68
Tabla 4.23. Tamaño.....	74
Tabla 4.24. Maquinaria y equipo.....	75
Tabla 4.25. Distribución de planta.....	76
Tabla 4.26. Mano de obra y personal operativo	77
Tabla 4.27. Descripción del cargo del gerente	78
Tabla 4.28. Descripción del cargo del administrador técnico	79
Tabla 4.29. Descripción del cargo de director financiero contable	79
Tabla 4.30. Descripción del cargo de Operarios	79
Tabla 4.31. Descripción del cargo de Bodeguero	79
Tabla 4.32. Descripción del cargo del personal de limpieza.....	80
Tabla 4.33. Descripción del cargo del personal de seguridad	80
Tabla 4.34. Inverviones del proyecto	81
Tabla 4.35. Valores tangibles	82
Tabla 4.36. Activos fijos tangibles.....	82
Tabla 4.37. Valores intangibles.....	82

Tabla 4.38. Gastos de constitución.....	83
Tabla 4.39. Capital de trabajo.....	83
Tabla 4.40. Fuentes de uso.....	84
Tabla 4.41. Materia prima e insumos.....	85
Tabla 4.42. Mano de obra directa.....	86
Tabla 4.43. Detalle de la ejecución de las actividades por sus operarios.....	86
Tabla 4.45. Mano de obra indirecta.....	87
Tabla 4.46. Depreciaciones.....	87
Tabla 4.47. Gastos administrativos.....	88
Tabla 4.48. Útiles de oficina.....	88
Tabla 4.49. Materiales de limpieza.....	89
Tabla 4.50. Cuadro de amortización de préstamo.....	89
Tabla 4.51. Gastos de exportación.....	90
Tabla 4.52. Proyecciones de costos y gastos.....	90
Tabla 4.53. Ingreso del proyecto.....	91
Tabla 4.54. Estado de resultado.....	92
Tabla 4.55. Flujo de caja.....	93
Tabla 4.56. Flujo de efectivo.....	94
Tabla 4.57. Indicadores financieros.....	94

CONTENIDO DE FIGURA

Figura 2.1. Hilo conductor del marco teórico	64
Figura 2.2. Matriz Pestel	119
Figura 2.3. Matriz vrio.....	30
Figura 2.4. Matriz de las 5 fuerza de porter.	30
Figura 2.5. Matriz Foda.	131
Figura 2.7. Terminología incoterm.....	253
Figura 4.1. Cinco fuerzas porter.	431
Figura 4.3. Requisitos para emisión de CFE	597
Figura 4.4. flujo grama de proceso de exportación y distriución	¡Error! Marcador no definido.8
Figura 4.6. Diagrama de flujo de proceso de producción.....	664
Figura 4.7. Diagrama de flujo de proceso de exportación.....	686
Figura 4.8. Localización	697
Figura 4.9. Diseño de la planta.....	89
Figura 4.10. Organigrama	90

CONTENIDO DE FÓRMULAS

Fórmula 2.1 Tasa mínima aceptable de rendimiento.....	19
Fórmula 3.1. Cálculo de la oferta	33
Fórmula 3.2. Cálculo de la demanda.....	33
Fórmula 3.3. Fórmula del van.	35
Fórmula 3.4. Fórmula del tir	35
Fórmula 3.5. fórmula del período de recuperación.	36
Fórmula 3.6. Fórmula de la relación costo beneficio.	36

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se realizó con el objetivo de diseñar un plan de negocio en la micro empresa JORGE FRUIT para la exportación de la pitahaya roja a, Holanda, Países Bajos. Para su elaboración, se desarrolló la parte metodológica del proyecto, donde fue importante segmentar el mercado y realizar una entrevista al dueño para determinar cómo se encuentra en relación al mercado actual. Consecuentemente, se realizó la aplicación de las herramientas de análisis pestel, foda, vrio, porter y la ejecución de las ocho p's del marketing internacional en el que se identificó que cuenta con fortalezas y oportunidades de negocios conforme al acuerdo de multiparte entre Ecuador y la Unión Europea que favorecen eficientemente la internacionalización del producto. Mediante la evaluación realizada en la matriz leopold se logró analizar que las actividades no generan problemas mayores que provocan contaminación ambiental. Además, fue indispensable conocer los requisitos y exigencias que JORGE FRUIT debe cumplir para exportar la pitahaya a Holanda y que deberá contar con un RUC de exportador, así como estar registrado en la página de ECUAPASS para un efectivo proceso. Posteriormente, fue necesario realizar un estudio económico-financiero donde se determinó que el proyecto tiene rentabilidad, por su valor presente neto, tasa interna de retorno son positivos y su inversión es recuperada a partir de los dos años y ocho meses. Finalmente, una vez diseñado el plan de negocio para su exportación, se realizó la estructuración con los datos relevantes y congruentes que servirá como herramienta guía para lograr la exportación.

PALABRAS CLAVE

Plan de negocios, exportación, pitahaya roja, análisis de mercado, viabilidad económica y financiera.

ABSTRACT

The present research work was carried out with the objective of designing a business plan in the JORGE FRUIT micro-enterprise for the export of red pitahaya to Holland, Netherlands. For its elaboration, the methodological part of the project was developed, where it was important to segment the market and conduct an interview with the owner to determine how it is in relation to the current market. Consequently, the application of the analysis tools pestel, swot, vrio, porter and the execution of the eight p's of international marketing was carried out, in which it was identified that it has strengths and business opportunities in accordance with the multiparty agreement between Ecuador and the European Union that efficiently favor the internationalization of the product. Through the evaluation carried out in the leopard matrix, it was possible to analyze that the activities do not generate major problems that cause environmental contamination. In addition, it was essential to know the requirements and demands that JORGE FRUIT must meet to export pitahaya to the Netherlands and that he must have an exporter RUC, as well as be registered on the ECUAPASS page for an effective process. Subsequently, it was necessary to carry out an economic-financial study where it was determined that the project is profitable, due to its net present value, internal rate of return are positive and its investment is recovered after two years and eight months. Finally, once the business plan for export was designed, the structuring was carried out with the relevant and consistent and consistent data that will serve as a guiding tool to achieve the export.

KEYWORDS

Business plan, export, red pitahaya, market analysis, economic and financial feasibility

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Según Ruiz et al.(2020) la pitahaya, fruta exótica o del dragón, es popularmente conocida por todo el mundo por sus características fisicoquímicas, nutricionales y compuestos bioactivos, acogidos según Agro calidad (2022) en diferentes mercados internacionales como Estados Unidos y la Unión Europea, considerándose como uno de los países con mayor acogida, importando 4'170.580 kg Pro Ecuador (2021).

Asimismo, Europa también es considerado mercado potencial en consumo de pitahaya y tiene como principal país importador a Holanda, datos oficiales de Banco central del Ecuador (2023) informa que, el mismo año importó 3.899,90 toneladas generando a su vez nuevas oportunidades comerciales que benefician a la economía ecuatoriana para su exportación.

Por lo tanto, Ecuador es visto como país exportador de diversos productos y que a pesar de la difícil situación provocada por la pandemia covid 19 ha logrado recuperarse y mejorar sus exportaciones, registrando según Cámara Marítima del Ecuador (2022) un superávit de \$604 millones en la balanza comercial petroleras y \$63 millones en productos no petroleros correspondiente al primer bimestre del año 2022.

Por otra parte, en la actualidad se encuentra abierto diversos mercados para la exportación de productos no tradicionales como la pitahaya, principalmente se encuentra Estados Unidos, China, Unión Europea, Canadá y Singapur, las exportaciones a estos países ha presentado entre enero a diciembre del 2022 un valor de 16.570 millones de dólares que representa el 56% para la economía ecuatoriana (Reporte estadístico de comercio exterior, 2023).

No obstante, Valarezo (2019) citado por Zuki (2017) expone que la exportación de la pitahaya ecuatoriana ha tenido apertura satisfactoria en los mercados internacionales debido a las relaciones comerciales existentes entre Ecuador y otros países, especialmente por el acuerdo de multipartes firmado con la Unión Europea, donde

especifica que los productos agrícolas ecuatorianos gozan de un 0% del arancel y tiene el 99,7% de acceso a otros países de la UE, este acuerdo no solo ha permitido acentuar el ingreso de estos productos sino que favorece también el incremento de flujos comerciales entre ambas partes, promoviendo a su vez, el empleo y fomentando el desarrollo sostenible.

Por otro lado, Vargas et al.,(2020) mencionan que, aproximadamente Ecuador dispone de 3.000 hectáreas dedicadas a la producción que oscila entre los 12.000 a 15.000 kilos por hectáreas en su rendimiento de su cosecha, con base de los 2.051 sitios de producción activos, destacando según Agrocalidad (2021) a Morona Santiago con el 65% y Manabí con el 8% de las provincias con el mayor número de cultivos permitiendo satisfacer el consumo directo como comercial.

En Manabí gracias al apoyo que brinda la agencia de regulación y fito zoosanitario en los procesos de certificaciones, las cifras de producción de la pitahaya han ascendido, así como lo menciona Quiróz (2021) existe aproximadamente “un total de 15 cantones poseen sembríos de pitahaya, 64 sitios de producción, 38 certificados, 225 hectáreas monitoreadas”. Sin embargo, en el paradigma comercial dentro del entorno nacional no genera satisfacción en los productores de la zona debido al valor monetario de la fruta en el mercado local, es decir, precios bajos en consecuencia al costo alto de producción requerido.

Mediante esta perspectiva se considera que la única manera de agregarle valor económico sostenible es mediante la exportación en mercados internacionales donde su calidad sea reconocida y paguen un precio justo acorde a las especificaciones técnicas de esos mercados. No obstante, para poder exportar la fruta, la UPA (Unión de pequeños agricultores y ganaderos) exige que las fincas estén certificadas por agrocalidad, tener buenas prácticas agrícolas y un sinnúmero de requisitos más. Ante las especificaciones previstas, es necesario emplear la herramienta de plan de negocio como ruta para la exportación de la pitahaya.

Finalmente, JORGE FRUIT ubicado en el sitio la Soledad, Cantón Junín actualmente vende la fruta a través de intermediarios y mercado local donde los precios son bajos

debido a la gran producción de pitahaya cultivadas especialmente a nivel de Manabí, su excesiva oferta ha ocasionado el colapso de los mercados, la devaluación de sus precios y desperdicio de la fruta generando pérdidas económicas y disminución en sus ingresos en consecuencia al costo de producción y mantenimiento del cultivo, por tal razón la micro empresa se encuentra en miras de exportar el producto a países de la Unión Europea (Holanda /Países Bajos) por la alta demanda y consumo de la pitahaya que tiene el mercado, pero para ser posible la microempresa requiere de un mecanismo que le permita determinar la viabilidad que tiene la fruta para ser comercializada internacionalmente, así como recabar información necesaria de los trámites operativos, logísticos y requisitos de exportación que favorezcan al éxito de la inserción del producto en el mercado extranjero.

Con los antecedentes presentados, se plantea la siguiente interrogante:

¿Cuál será el mecanismo que permita analizar y evaluar los posibles beneficios y riesgos que puede tener una microempresa dedicada al cultivo de pitahaya roja para su exportación a Países Bajos?

1.2. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación pretende ayudar a la finca JORGE FRUIT optimizar su proceso de exportación de la pitahaya roja a mercado exterior como la unión europea (Holanda) mediante la propuesta de un plan de negocios que servirá de guía para que la organización tome las acciones y estrategias correctas desde la producción hasta los canales de distribución, de tal manera se logre una incursión exitosa del producto cumpliendo a cabalidad con la misión y objetivos planteados.

Además, realizar el plan de negocios para la exportación permitirá a JORGE FRUIT conocer y analizar variables importantes que influyen en el proceso de exportación como mercado meta, competencia, costos, estrategias de adaptación del producto, rentabilidad económica, aspectos culturales, requisitos de exportación entre otras.

Hoy en día la pitahaya juega un papel fundamental en el rol de las exportaciones para Ecuador, debido a la acogida que tiene en diversos mercados internacionales y que en la actualidad se están abriendo nuevos mercados para la importación de la fruta como lo es el Perú. Por esta razón nace la iniciativa de realizar un plan de negocios que guie de manera eficiente los procesos para la exportación de pitahaya a Holanda, uno de los países de la Unión Europea con mayor demanda del producto, aprovechando a su vez el acuerdo existente entre Ecuador y la Unión Europea para el ingreso de productos agrícolas con el 0% de arancel.

Económica y socialmente JORGE FRUIT contribuirá en la generación de plazas de empleos para las personas de la comunidad y en fuentes de apoyo donde se pueda realizar capacitaciones o asesoramiento que ayude a los productores de pitahaya a generar conocimientos necesarios que implica producir una fruta con base a calidad. Así mismo al elaborar un plan de negocios se está buscando mejorar su financiamiento mediante la evaluación del flujo de efectivo que el negocio necesita requerir, en la determinación de sus estados financieros.

En el ámbito ambiental, el uso de los abonos orgánicos contribuye una solución favorable para el reemplazado o reducción de fertilizantes químicos que ayudan a disminuir el deterioro del suelo y la contaminación ambiental, por ello la utilización de materiales orgánicos como fuentes de fertilizantes para la producción del cultivo constituye una alternativa viable tanto para reducir los daños ambientales y para la salud humana al ingerir un producto totalmente saludable.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de negocio en la micro empresa JORGE FRUIT para la exportación de la pitahaya roja a Holanda, Países Bajos.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Analizar el mercado para la determinación de la demanda del producto en el extranjero.
- Identificar los aspectos legales y requisitos del ingreso de la pitahaya al mercado holandés para su comercialización.
- Determinar la viabilidad técnica, ambiental, económica, financiera, en el plan de negocio para la producción y exportación de la pitahaya roja.
- Estructurar el plan de negocios para exportar la pitahaya que produce la microempresa JORGE FRUIT.

1.4. IDEAS A DEFENDER

El diseño de un plan de negocio permite analizar y valorar la oportunidad de negocio de exportar la producción de pitahaya roja a Países Bajos de la microempresa JORGE FRUIT

CAPÍTULO II. REVISIÓN CONCEPTUAL DEL NEGOCIO

En este capítulo se presenta la revisión bibliográfica fundamentada por la argumentación de diversos autores de libros, revistas, artículos y sitios web confiables, con la finalidad de fortalecer los conocimientos necesarios que permitan desarrollar de manera precisa el Plan de negocios

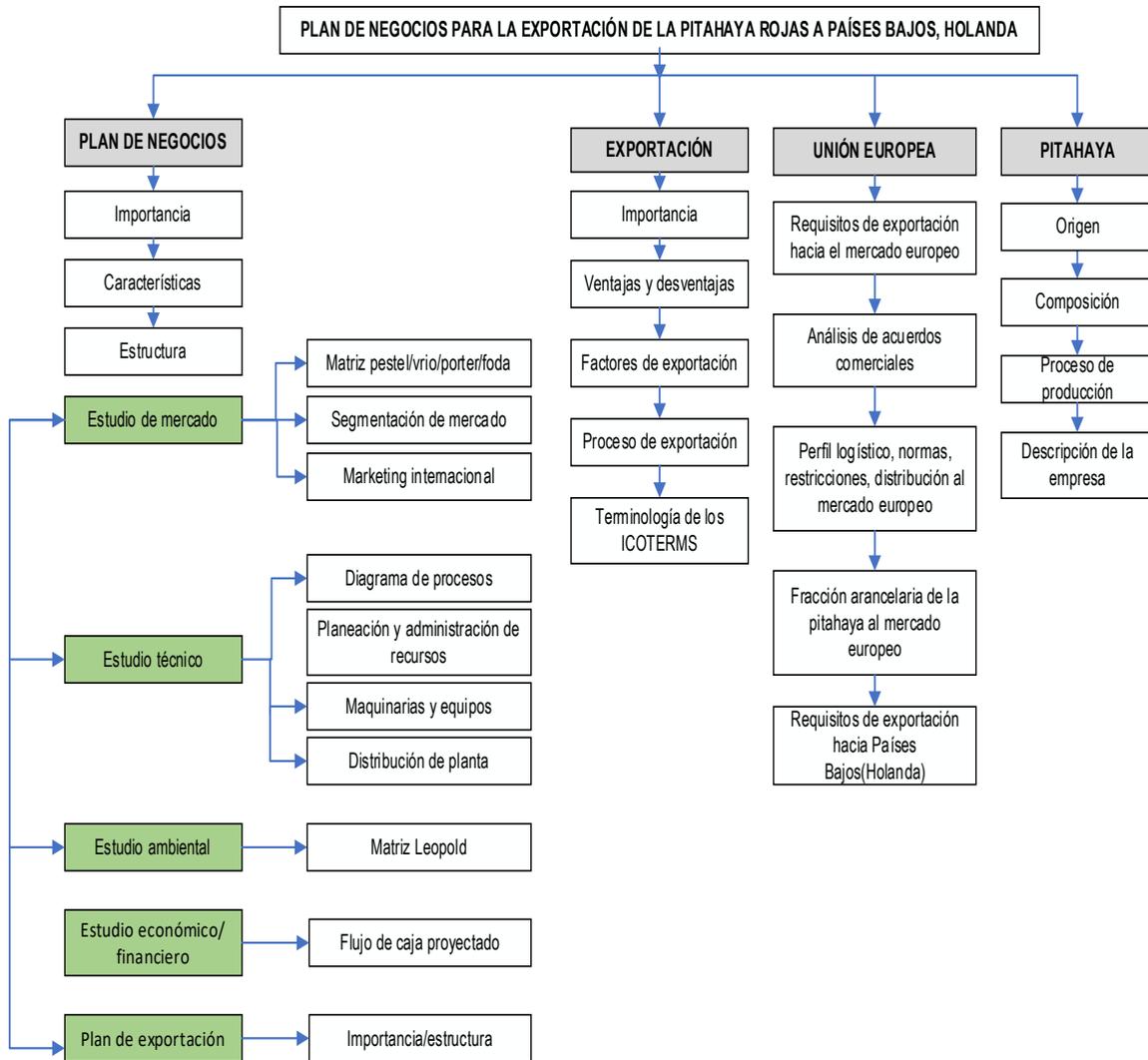


Figura 2.1. Hilo conductor del marco teórico
Fuente. Autoras de la investigación

2.2. PLAN DE NEGOCIOS

Un plan de negocios es un documento escrito que se realiza como guía para que un emprendedor o empresario implemente de manera eficiente una idea de negocios. En otras palabras, Andía y Pauscara (2013) afirma que “es un instrumento de planificación que permite comunicar una idea de negocios para gestionar su financiamiento” (p.80). Por otro lado, Gaytán (2020) dice que en él se reúne información importante del negocio y con base a ello plasmar estrategias que favorezcan a la evaluación y desarrollo de sus procesos tanto para la producción/producto, fabricación, entre otros.

Según Vallone (2022) un plan de negocios es “un instrumento que permite convertir una idea de negocios en un negocio viable, rentable y exitoso”. En su elaboración, la resolución de los resultados debe estar encaminada al cumplimiento de sus objetivos (Ávila et al., 2015).

Asimismo, todo proyecto tiene un punto de partida en su idea e inicia con un proceso de análisis y planificación para determinar su viabilidad y configuración futura de la empresa, por ello para que tenga éxito es necesario que el producto ofrecido sea aceptado por el mercado (Baque et al., 2020). Así como dice Pedraza (2014) “invertir en un negocio sin realizar estudios previos es como lanzar una moneda al aire: no se conocen las posibilidades de triunfar o fracasar” (p.3), sin embargo, una empresa al iniciar con un plan genera mayores expectativas de éxitos porque se conoce cada factor que interviene en su operación.

Un plan de negocios constituye una oportunidad única para equivocarse o fallar antes de llevarlo a la práctica, en su proceso permite corregir errores, indagar sobre lo que es necesario cambiar o reestructurar en el negocio para asimilar lo que está ocurriendo y con base a ello obtener condiciones que generen valor y beneficio (Vallone, 2022).

La finalidad de todo plan de negocios es “determinar la viabilidad técnica, económica, social y ambiental del proyecto, así como analizar el entorno tomando en consideración las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas” (Baque et al., 2020). Su análisis ayuda a tener una idea para explotar las oportunidades, corregir las

debilidades e ineficiencia, potenciar las fortalezas y afrontar las amenazas para reducir cualquier impacto indeseado (Vallone, 2022).

En relación a lo ya mencionado por los autores, un plan de negocios es aquel instrumento que va a permitir a la micro y pequeñas empresas guiar el camino hacia el cumplimiento de sus objetivos y avanzar de manera estructurada en la consecución de las metas estratégicas que favorezcan al correcto funcionamiento con el pasar del tiempo. Permite visualizar los resultados para tomar decisiones o acciones correctivas e implementar estrategias que conlleven una eficiente comercialización del producto.

2.1.2. IMPORTANCIA

La importancia de un plan de negocios se basa consecuentemente con la expectativa de cada negocio, a continuación, se presenta tres conceptos básicos de diversos autores:

Es importante porque permite analizar y conocer detenidamente la idea de negocio, procedimientos, estrategias y demás acciones para convertirlo en realidad (Garrido y Valderrama , 2016).

Es indispensable porque a partir de un plan de negocio se logra orientar datos e información valiosa para la toma de decisiones con mayor rapidez, consistencia y grado de aceptabilidad dentro de los planes corporativos (Castelán y Oros , s.f).

Es importante porque permite demostrar la viabilidad económica y aquellas proyecciones dadas a un futuro (Castillo Coto et al., 2018).

En definitiva, un plan de negocios tiene valor para las empresas porque ayuda desde sus inicios a prepararse, ver escenarios y tomar acciones, estrategias para cumplir con sus objetivos organizacionales. Puesto a los análisis que se realizan, el empresario podrá tener una expectativa clara de la realidad del negocio porque muestra si a futuro sera o no rentable.

2.1.3. CARACTERÍSTICAS

Entre las características más básicas que un plan de negocios debe contemplar según Agila et al., (2018) y Martínez et al., (2019) son:

- Debe ser fácil, claro, informativo, conciso y legible de comprender.
- Se deben establecer metas a corto y medianos plazos.
- Se debe determinar el tipo de liderazgo a aplicar.
- Definir con claridad los resultados finales previamente esperados.
- Su estructuración debe estar detallado por partes.

2.1.4. ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS

Andía y Pauscara (2013) dice que un plan de negocio es una herramienta clave para el inicio y sostenibilidad de la micro y pequeñas empresas, su estructura está establecida de la siguiente manera; resumen ejecutivo, descripción y visión del negocio, estudio de mercado, técnico, organizacional, ambiental y económico-financiero. Para su comprensión se detalla cada uno de los estudios a ejecutar en el plan de negocio tomando como base la argumentación de varios autores.

2.2.1. ESTUDIO DE MERCADO

Azuaje (2017) dice que el estudio de mercado es una de las partes más importante del plan de negocios porque permite obtener información valiosa del mercado y sus posibles compradores mediante las distintas técnicas de recolección de datos logrando según Martínez y Doris (2016) una ventaja competitiva a través de la creación de estrategias.

Asimismo, es uno de los medios que ayudará analizar, cuantificar y segmentar la población sobre a quienes se ofrece el producto (Andía y Pauscara, 2013).

Sin embargo, Morejón (2016) afirma que para la realización de un buen estudio de mercado es importante tomar en cuenta lo siguiente:

- Caracterización del producto/servicio.

- Análisis de los sucesos sociales, políticos y económicos.
- Determinación de sus principales competidores.
- Análisis de la demanda potencial o real del producto.
- Identificación de los canales de distribución.
- Segmentación del nicho de mercado.
- Estrategias de promoción, entre otros.

En todo plan de negocio es importante la ejecución de un estudio de mercado en la medida que permite analizar y comprender el entorno de su empresa, así como información precisa de la aceptación del producto. Un estudio de mercado conlleva la determinación de varios elementos para que un vendedor logre entender las necesidades y deseos que los clientes desean satisfacer, estos elementos son: necesidad y deseo de satisfacción, demanda insatisfecha, oferta y demanda, necesidad y mercado entre otros.

Consecuentemente se puede realizar con el análisis de competitividad que evalúa la ventaja competitiva en la elaboración de sus productos mediante las herramientas foda, vrío, pestel y 5 fuerzas de porter (Álvarez y Viltard, 2016).

2.2.1.1. MATRIZ PESTEL

Es una herramienta de planeación estratégica diseñado por Liam Fahey y V.K. Narayanan que ayuda analizar el entorno externo a la empresa como factores políticos, económicos, sociales y ambientales que favorecen o dificultan de alguna manera su accionar (Maldonado y otros, 2021). Asimismo, muestra como influye las nuevas tecnologías y cambios que pueden surgir en el futuro sobre temas de la ecología y normativas legal que pueden impactar de manera positiva o negativa al negocio (Macías y otros, 2021).

Factor	Detalle	Plazo			Impacto
		Corto plazo (1 mes o menos)	Mediano plazo (de 1 a 3 años)	Largo plazo (más de 3 años)	
POLITICO	Cambio de presidente	X			Positivo
	Los elecciones políticas de alcaldes y gobernadores		X		Indiferente
	Tratados comerciales	X			Muy positivo
ECONOMICO	Divisa	X			Muy Negativo
	Aumento en la tasa de interés	X			Negativo
	Aumento de las exportaciones	X			Muy positivo
SOCIAL	Aumento de la conciencia por el autocuidado		X		Positivo
TECNOLOGICO	Impresión 3D		X		Positivo
	Robo de información electrónica	X			Muy Negativo
AMBIENTAL	Huella de carbono	X			Indiferente
	Residuos			X	Negativo
LEGAL	Decreto 1072	X			Indiferente

Figura

2.2. Matriz Pestel.
Fuente. Betancourt (2018)

2.2.1.2. MATRIZ VRIO

Según Mertha (2022) es una herramienta para medir si las capacidades y los recursos de una empresa pueden generar una ventaja competitiva. Ledón y otros (2017) da a conocer las cuatros dimensiones a evaluar.

Valor: Los recursos son valiosos cuando generan una ventaja competitiva.

Rareza: Los productos deben ser extraños.

Imitabilidad: Es inimitable cuando son difíciles de obtener y caro de imitar.

Organización: Generan valor si están apoyados en procesos, estructura y cultura.

Recursos y capacidades	Valioso	Raro	Inimitable	Organizado	Implicación competitiva
	No	-	-	No	Desventaja Competitiva
	Si	No	-	-	Paridad Competitiva
	Si	Si	No	-	Ventaja Competitiva temporal
	Si	Si	Si	Si	Ventaja Competitiva Sostenible

Figura 1.3. Matriz vrio.
Fuente. Baney (1996).

2.2.1.3. MATRIZ 5 FUERZAS DE PORTER

Según Pulido et al., (2019) ayuda percibir el nivel de competencia del mercado, fue concebida por el economista Michael Porter para crear estrategias que permitan ser frente a las oportunidades y amenazas detectadas, involucrando según Gutiérrez y LLanos (2018) sus principales competidores, compradores, proveedores, sustitutos y nuevos participantes.



Figura 2.4. Matriz de las 5 fuerza de porter.
Fuente. Porter (2015)

2.2.1.4. MATRIZ FODA

Mendoza y Vivas (2019) dice que “mediante la aplicación de su análisis es posible obtener un diagnóstico preciso que, en función de ello tomar decisiones acorde con los objetivos y políticas de la orgnización”. Su estructura conlleva la identificación de la fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas (Montesinos et al., 2021)

Por otro lado, Aita (2016) dice que esta matriz “está basada en principios de la lógica clásica que asume que si dos proporciones p y q son verdaderas el resultado será verdadero”. El principio de la lógica clásica es detallado en las siguientes estrategias de la matriz FODA que es detallado a continuación:

- Si acontece una fortaleza y ocurre oportunidad, (X1, estrategias ofensivas).
- Si acontece una fortaleza y ocurre amenaza, (X2, estrategias defensivas).
- Si acontece debilidad y ocurre oportunidad, (X3, estrategia de reorientación).
- Si acontece una debilidad y ocurre amenaza, (X4 estrategias de supervivencia).

OPORTUNIDADES -Cambios en el entorno social, económico, político, tecnológico. -Nuevas tecnologías y procesos productivos. -Nuevas necesidades del mercado	AMENAZAS -Resistencia al cambio. -Competitividad. -Altos riesgos y grandes obstáculos.	
FORTALEZAS -Recursos superiores. -Capacidades distintivas. Ventajas naturales.	Estrategias ofensivas: Usar las fuerzas para aprovechar las oportunidades	Estrategias defensivas: Usar las fuerzas para evitar las amenazas.
DEBILIDADES -"Talones de Aquiles". -Desventajas. -Recursos y capacidades escasas.	Estrategias Adaptativas: Superar las debilidades aprovechando las oportunidades.	Estrategias de Supervivencia: Reducir las debilidades y evitar las amenazas.

Figura 3.5. Matriz Foda.

Fuente. Nieves (2018) basado en datos de Wheihrich (1982)

2.2.1.5. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Carles (2019) afirma que, la segmentación de mercado posibilita al emprendedor dirigirse al público objetivo, es decir, la parte del mercado en el que se centra la venta del producto, Por otro lado, Loide (2020) argumenta que es el grupo de clientes que se destacan del resto por distintas características específicas, conformando un modelo representativo y atractivo para la empresa.

Vargas (2017) apoya los argumentos anteriores e indica que sus posibles clientes deben cumplir con las características que necesita la organización, tales como geográficas, demográficas, psicográficas y comportamental.

La segmentación de mercado ayuda a los negocios delimitar o dividir a los consumidores en grupos más pequeños conforme a las características o necesidad del producto/cliente para posteriormente construir estrategias que conlleven a resultados más precisos, satisfactorios y robustos.

2.2.1.6. MARKETING INTERNACIONAL

Martínez (2017) expone que el marketing internacional está condicionado por “la influencia de los efectos de la globalización de los mercados y la asimilación de los continuos avances tecnológicos que se producen en nuestra sociedad” (p.2). Esta herramienta se encuentra compuesta según Hernández (2019) por cuatro instrumentos clásicos; Producto (comprende el estudio de características como diseño, adaptaciones, combinaciones variaciones, gamas, etc.), precio (decisiones que influye en el nivel de precios como oferta, demanda y competencia), comunicación (ferias, eventos, promociones, publicidad, etc.), distribución (actuaciones orientadas a diseñar el camino en el que el producto se dispersará).

No obstante, Gómez (s.f) menciona que existe 4´p adicionales propuestas por Philip Kotler las cuales complementan las 4´p clásicas antes descritas:

Procesos: Representa en diagrama de flujos cada proceso que implica la actividad del negocio.

Personal: Muestra aspectos como remuneración, capacitación, política de selección, diseño de las tareas asignadas del personal, entre otros.

Evidencia física: Tangible (espacio físico, marca, vehículos, etc.), intangible (reputación, trato a los clientes, clima organizacional etc.).

Productividad y Calidad: Representa la satisfacción de los clientes hacia el producto ofrecido.

2.2.2. ESTUDIO TÉCNICO Y ADMINISTRACIÓN

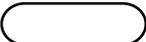
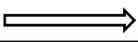
Para Romero (2019) técnico “es fundamental para llevar a cabo un proyecto y tomar decisión de invertir en la producción de bienes y servicios que generen utilidad”. Algunos de los elementos específico que lo conforman son: diagramas de procesos, planeacion y administración de recursos de producción, maquinarias y equipos,

distribución de planta o distribución física del lugar de trabajo, mano de obra y personal operativo, organigramas y descripción de puestos (Martínez et al., 2015).

2.2.2.1. DIAGRAMAS DE PROCESOS

Según Martínez et al., (2015) los diagramas de flujos o procesos muestra de manera gráfica los pasos en el que el producto es elaborado o producido. Cada diagrama debe estar representado por símbolos que refleja como conectan una actividad con otra, su uso debe ser apropiado pues tiene un significado en específico, tal como se representa a continuación:

Tabla 2.1. Simbología del flujo de proceso

Símbolo	Significado	Aplicación en los experimentos de laboratorios
	Inicio del proceso	Indica el inicio del diagrama, representa el título general.
	Final del proceso	Indica el final del diagrama o proceso.
	Entrada general	Emplear solo para indicar los reactivos que entrar al proceso, volumen, peso y concentración.
	Salida general	Indica los materiales que salen del proceso, volume, peso y concentración, composiciones y componentes.pueden contener diversas flechas de salida para indicar biodegradabilidad, reutilización y disposición de residuos.
	Acción/proceso general	Instrucción general.
	Decisión	Sirve para comparar datos (conforme a sus resultados se toma la decisión de seguir un camino del diagrama).
	Línea de flujo	Indica la dirección de flujo del proceso.

Fuente. Vargas et al (2016)

2.2.2.2. PLANEACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS DE PRODUCCIÓN.

2.2.2.1. MATERIA PRIMAS: Conforman los recursos esenciales para transformar o elaborar el producto.

2.2.2.2. TAMAÑO: Capacidad de producción de la empresa.

2.2.2.3. LOCALIZACIÓN: Ubicación real y conveniente para establecer la empresa, se toma en consieración aspecto como: accesibilidad para proveer de materia prima,

fluidez de transporte (entrada y salida de vehículos), vías accesibles, visible al público, espacio de terreno para posible expansión (Martínez et al., 2015).

2.2.2.4. MAQUINARIA Y EQUIPOS

Se identifican y se describen los bienes tangibles que son necesarios para la elaboración y producción del producto así como para su posterior comercialización (Martínez et al., 2015).

2.2.2.5. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA O FÍSICA DEL LUGAR

Muestra de manera ordenada las áreas específicas que la empresa tendrá para realizar cada una de sus actividades (Martínez et al., 2015).

2.2.2.6. MANO DE OBRA Y PERSONAL OPERATIVO

Muestra de manera detalla el total costos en función del número de trabajadores como salarios, impuestos o algún tipo de cuotas ligados al pago de sueldos (Martínez et al., 2015).

2.2.2.7. ORGANIGRAMA Y DISTRIBUCIÓN DE PUESTOS

Representa de manera sustancial la estructura organizativa y formal del negocio, muestra además las funciones y responsabilidades y características que deben cumplir los trabajadores en los puestos que ocupen (Martínez et al., 2015).

2.2.3. ESTUDIO AMBIENTAL

González et al.,(2020) dice que es un método de valoración sobre los impactos ambientales causados por las intervenciones del hombre. La matriz Leopold evalúa según Losano et al., (2018) la gravedad de los daños ocasionados, es decir la incidencia de los factores impactantes, magnitud versus intensidad o importancia.

Dicha matriz está compuesta por dos ejes, el horizontal que es la magnitud se describe todas las causas o acciones provocadas por el ambiente y el eje vertical que es la

importancia se enlistan aquellos factores que han sido potencialmente impactados Chavarría (2022).

De acuerdo Párraga (2017) para la valoración de la matriz Leopold se utilizará la siguiente escala de valoración como se detalla a continuación

Tabla 2.2. Valoración de la matriz leopold.

Clasificación	Rango	Descripción
Magnitud	1	Bajo positivo
	2	Medio positivo
	3	Alto positivo
	-1	Bajo negativo
	-2	Medio negativo
	-3	Alto negativo
Importancia	3	Alta
	2	Media
	1	Baja

Fuente. Párraga (2017).

De acuerdo con Dellavedora (2016) en la fase de evaluación, el impacto se mide en base al grado de manifestación cualitativa, es decir, la importancia del impacto. Por tanto, es una medida cualitativa de impacto ambiental, dependiendo de la incidencia o magnitud del cambio restante, y de la caracterización del efecto que responde a su vez a los atributos expuestos.

De esta manera Párraga (2017) establece la siguiente valoración de los impactos ambientales se realizará en base a las siguiente cuadro que se detalla a continuación:

Tabla 2.3. Valoración de impacto

Valoración de impactos	
Categoría	Rango
Muy alta adversidad	100-80
Alta adversidad	79-60
Media adversidad	59-40
Baja adversidad	39-20
Muy baja adversidad	19-0

Fuente. (Párraga, 2017).

La evaluación de un estudio técnico permite analizar la medida en que la empresa puede generar daños sobre los impactos ambientales, por tanto, es importante porque ayuda a mostrar que el negocio trabaja mediante la perspectiva de responsabilidad social donde se promueve un medio ambiente sano y un desarrollo seguro y duradero.

1.2.4. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

Nogueira et al.,(2017) dice que este análisis permite evaluar la posición económica y financiera de una empresa. Su importancia radica en que “permite identificar los aspectos económicos/financieros que muestran las condiciones en que opera la empresa con respecto a las condiciones de liquidez, solvencia, endeudamiento, eficiencia, rendimiento y rentabilidad, facilitando la toma de decisiones gerenciales, económicas/financieras en la actividad empresarial” (Nava, 2009).

La evaluación económica y financiera de un proyecto de inversión es fundamental para determinar si es conveniente o no su puesta en marcha, muestra en valor monetario cuánto cuesta invertir en actividad, procesos, producto, mano de obra, instalación física entre otros, para tener una idea real del presupuesto total requerido.

1.2.4.1. PLAN DE INVERSIÓN

Según García (2020) conlleva los elementos necesarios para que la empresa pueda iniciar su actividad, muestra cómo y en que será empleado el dinero y como están interrelacionados los costos, gastos e ingresos. Sin embargo, Brion (2019) dice que para su elaboración es importante en primer lugar identificar la razón principal del porque se quiere invertir, una vez identificado el objetivo se selecciona las opciones que tienes a tu alcance.

2.2.4.2. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Según Rodríguez y López (2016) se la conoce como la suma neta de activos fijos, y es el balance se refleja la información necesaria de las operaciones de salidas y entradas de efectivo (en él se realizan correcciones valorativas y amortizaciones), no obstante, para Ancho (2019); citado por Palma (2013) estos flujos establecen el movimiento de dinero que se transfiere dentro y fuera de la empresa. Según (Huamani, 2021) puede tener dos resultados en su saldo presupuestado:

1. Existencia de dinero > requerimientos: Se tiene la posibilidad de realizar financiamientos temporales para invertir en nuevas operaciones.

2. Existencia de dinero < requerimientos: No se tiene efectivo suficiente para cumplir con todos los requerimientos de la organización.

La forma correcta o estructura correspondiente del flujo de caja está dado por los siguientes elementos: Saldo inicial o ingresos netos que corresponden a activos + ventas + cuentas por cobrar, y los egresos netos que corresponden utilidad después de impuesto y flujo netos. No obstante, en la actualidad los proyectos no solo evalúan los resultados que proporcionan el flujo de caja proyectado, sino que además se requiere conocer el estado de diversos indicadores financieros que actúan en la toma de decisiones al emprender un proyecto, estos indicadores son:

2.2.4.2.1. TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO

Permite determinar si el negocio genera o no rentabilidad, este porcentaje por lo general lo regula la persona que realiza la inversión y tiene en cuenta los riesgos y el costo de oportunidad. Según Covo (2019) si el proyecto tiene un TIR superior al TMAR entonces será aprobado y continuará con la inversión. La fórmula propuesta Baca (2013) citado por Bustamante (2021) contribuirá a su realización.

$$TMAR = i + f + (i * f)$$

Fórmula 2.1. Tasa mínima aceptable de rendimiento

Fuente. Covo (2019)

Donde:

I= Premio al riesgo

F= Inflación

2.2.4.2.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Permite identificar si es el proyecto es rentable o no, tal como lo afirma Semisterra et al.,(2018) establece si la inversión cumple o no con el objetivo básico financiero que es maximizar la inversión, además su importancia radica en que a pesar de ser un valor positivo muestra si es o no conveniente invertir. En consecuencia, si el valor actual neto es > 0, el proyecto se acepta porque generará ganancias, si es < 0 el

proyecto se anula porque sus egresos son mayores que sus ingresos, pero si es igual significa que apenas alcanza las expectativas del proyecto.

2.2.4.2.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Para Ruíz et al., (2019) es la tasa de equilibrio o de rentabilidad que permite determinar el índice de rendimiento del proyecto de inversión. Consiste en calcular el rendimiento de la inversión no recuperada a lo largo de la vida útil del proyecto Semisterra et al., (2018). Por otro lado, Uzcátegui et al., (2018) dice que “permite que la inversión o desembolso inicial sea el mismo a la sumatoria del flujo neto en efectivo (FNE), al restarle los FNE disminuirá la inversión inicial (I_0) el resultado será cero” (p. 23).

Por otro lado, Moreno y Suárez (2019) definen que la TIR se evalúa en un proyecto mediante la comparación de su tasa de oportunidad si la $TIR >$ a la tasa de oportunidad, el proyecto se acepta, si la $TIR <$ a la tasa de oportunidad, el proyecto se rechaza. Si la TIR es igual a la tasa de oportunidad es indiferente.

2.2.4.2.4. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Según Castro (2017) es un indicador que busca saber el número de períodos, generalmente en años, en el que el flujo permite recuperar la inversión realizada. Mediante la actualización de los flujos netos anuales de esta técnica, se logra identificar si el tiempo exacto de la inversión es recuperada (Ricaute y Armarza, 2017).

2.2.4.2.5. RELACIÓN COSTO BENEFICIO

Indica la relación que tiene una variable con otra González et al.,(2017) dice que disminuye a una sola cifra y representa cuanto se gana por encima de la inversión efectuada. Involucra según Aguilar (2017) de manera implícita o explícita la determinación del costo total y sus beneficios, alternativas para poder seleccionar la mejor, o que mayor rentabilidad genere. Por otro lado, Cadavid (2018) expresa que este indicador precisa la relación existente entre el valor presente de los ingresos y el valor presente de los egresos.

1.3. PLAN DE EXPORTACIÓN

Según Bancomext (2021) esta herramienta permite a las empresas equilibrar las características de su producto en consecuencia a los requerimientos existen en los mercados internacionales. SICEX (2021) dice que para lograrlo es indispensable ser claro y estar centrado en la alineación organizacional, estar preparados para minimizar posibles riesgos, establecer un control de procesos e indicadores de medición, realizar un análisis y priorizar el mercado para elaborar estrategias.

El plan de exportación es indispensable para las empresas que optan por comercializar un producto a mercado exterior, ayuda analizar los requerimientos del producto con relación al mercado, así como obtener información relevante sobre los requisitos, normas y obligación para que el exportador pueda vender el producto a nivel internacional.

2.3.1. IMPORTANCIA

Ceballos (2019) es un documento que facilita información relevante para exportar de manera correcta y es útil para identificar las oportunidades de mercado y analizar/disminuir los riesgos presentes. Para ConnectAmericas (s.f.) es importante porque permite conocer las normas, leyes y demás requisitos tanto nacional como del mercado exterior, y con base a ello elaborar un plan de contingencia acorde a su condición.

El plan de exportación tiene gran importancia principalmente para las empresas que inician un proceso de exportación como guía para conocer cuales son los pasos correctos para comercializar un producto fuera de su país natal. Cabe destacar que su estructura debe estar bien diseñada conforme a las necesidades del negocio.

2.3.2. ESTRUCTURA

Según el análisis realizado en diferentes fuentes bibliográficas, la estructura de un plan de negocio es bastante amplia y sus requerimientos pueden ser adaptados a la alineación que opte la empresa con base a sus productos/servicios o características.

“Un plan de exportación puede ser enfocado como un completo plan de negocio, no obstante, aunque sus partes así lo dejen entender, simplemente ha de ser una guía para que, a partir de ella, la estrategia sea elaborada” (Diario el exportador, 2023)

Tabla 2.4. Estructura del plan de exportación

Estructura plan de exportación	
Pasos	Descripción
Resumen ejecutivo	Incluye información relevante del documento, da una visión general de los resultados.
Identificación de la empresa y producto	Conocer las características de la empresa y producto permite tener un escenario inicial.
Análisis del entorno	Análisis externo de la empresa, este análisis ofrece información esencial para establecer las adaptaciones que la empresa debe realizar en el nuevo mercado exterior, una vez realizado el análisis externo se realiza el interno para determinar las fortalezas, debilidades, mediante el análisis productivo, financiero y de recursos humanos
Estudio del país objetivo	Genera información necesaria para la elaboración del marketing mix para el país objetivo.
Plan financiero	Incluye los trámites burocráticos

Fuente Diario el exportador (2023).

Por otro lado, Ponce et al., (2020) dice que un plan de exportación permite una mejor posición ante el reto de exportar un producto, por consiguiente, da a conocer la siguiente estructura.

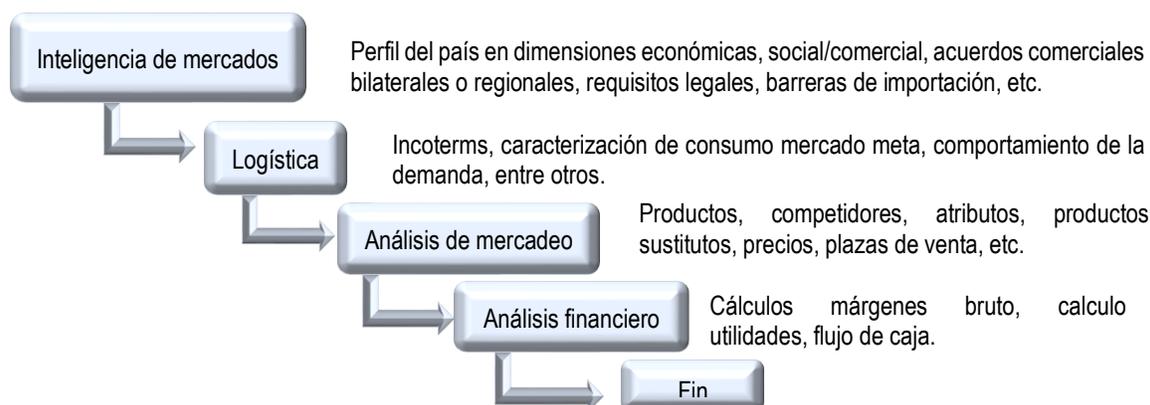


Figura 4.6. Rstructura plan de exportación

Fuente. Ponce et al (2020).

La descripción de las diferentes estructuras presentada por los autores ya mencionados permite tener una noción clara del proceso y la información que contiene un plan de negocios y un plan de exportación, para su conocimiento se da entender que la ejecución de la estructura en el capítulo de resultados se ha considerado unir

componentes de cada estructura y se ha ajustado conforme a los datos que requiere el proyecto del plan de negocio de la pitahaya roja para su exportación.

1.4. EXPORTACIÓN

Lederman y Maloney (2014) define la exportación como la salida de mercancías de un país (origen) a otro (destino), “cumple un papel preponderante en la economía de un país ya que evidencian la capacidad de producir bienes de calidad o útiles para otros” (p. 285).

Asimismo, “tiene un impacto positivo sobre la cantidad nacional de reservas de divisas y el aumento de la prosperidad nacional, lo que contribuye a la expansión de la industria doméstica, a la mejora de la productividad y empleo” (Navarro et al., 2014, págs. 1-18).

La exportación es un trueque que juega un papel fundamental tanto para las empresas al producir mayor rentabilidad y al crecimiento económico del país origen al generar ingresos de divisas. Sin embargo exportar no solo implica el hecho de comercializar al exterior, sino que conlleva consigo la planeación y ejecución de estrategias de marketing de exportación y medidas cuantitativas como ventas/dinero y cualitativas como el cumplimiento de sus objetivos.

2.4.1. IMPORTANCIA

Alvarado et al., (2020) consideran principalmente que su importancia se debe a la generación de riqueza de un país y su PIB. Por otro lado, Toledo (2017) argumenta que es importante por el impacto en los avances tecnológicos, y el valor real que se le da a la productividad del producto. Sin embargo, (Lederman y Maloney (2014) manifiesta que en su proceso se tiene que valorar que no es importante el cuánto y cómo se exporta sino la manera en cómo los productos/bienes han sido producidos.

En palabras obvias, es importante la exportación para las empresas porque normalmente los productos que se comercializan en el mercado local tienen un valor

monetario excelente para los negocios al incrementar su rentabilidad, asimismo es importante para el país al contribuir en el desarrollo económico sostenible.

2.4.2. VENTAJAS Y DESVENTAJAS

Para Cabeza et al., (2016) la ventaja de la exportación considera: nuevos mercados, oportunidades y retos, conlleva a la globalización de la marca e incrementa el nivel de clientes potenciales.

Asimismo, algunas de sus desventajas son la modificación de sus envases, productos o presentación, adaptación de nuevos mercados y canales de distribución, cumplimiento de certificaciones especiales de calidad, tiempo y dedicación necesaria para estudiar y conocer con determinación el mercado objetivo, en caso de no contar con recurso monetario se ve obligado a acudir a apoyo financiero (Cabeza et al., 2016).

2.4.3. FACTORES

Para Valero et al., (2016) existen varios factores de exportación determinantes para ingresar al mercado internacional, tales como:

- Ficha de exportación (identifica los factores determinantes del mercado meta).
- Panorama político.
- Relación comercial con el país.
- Potencial del producto en dicho mercado.
- Estructura de ingreso en el mercado.
- Cultura de negocios para exportar.
- Condiciones de acceso en función de aduanas.
- Requisitos de entrada en función de la documentación.
- Normas, regulaciones y estándares.
- Legislación laboral y estructura para pymes.

2.4.4. PROCESO DE EXPORTACIÓN

El proceso es un condicionante que favorece una exportación eficiente y competitiva, “abarca una serie de pasos que permiten la internacionalización de las mercancías (desde el registro de exportación hasta el embarque de la mercancía en el buque, de acuerdo al incoterm acordado por el comprador)” (Asencio et al., 2019, pág. 300).

Por otro lado, el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2021) dice que el reglamento al código orgánico de la producción comercio e inversiones en su artículo 158, establece que: la exportación se da inicio con la transmisión electrónica en la DAE por el exportador o declarante mediante el Sistema informativo ECUAPASS, lo que permite que las mercancías tengan salida en libre circulación fuera del país, cumpliendo con todas las especificaciones decretadas en la normativa legal vigente.

2.4.5. TERMINOLOGÍA INCOTERMS

Según la Internacional Chamber of Commerce[ICC] (2020) “Son términos comerciales para las ventas de bienes, brinda orientación específica a las personas que participan diariamente en la importación y exportación del comercio mundial”, es utilizado ya sea para realizar una orden de compra, empacado o etiquetado para el transporte de carga, o para preparar un certificado de origen.

Su uso es de manera opcional, la mayoría de las operaciones se acogen por reglas (Valenzuela et al., 2021). Estas reglas regulan lo siguiente: “en que momento y lugar se produce la transferencia de riesgos sobre la mercancía del vendedor al comprador y su lugar de entrega, quién contrata y paga los gastos de transporte y seguro, que documentación tiene que tramitar cada parte” (Agent Comex EC, 2020).

Aplicables al transporte marítimo y fluvial												
FAS	V	V	V	V	V	V	V	V	C	C	C	C
FOB	V	V	V	V	V	V	V	V	C	C	C	C
CFR	V	V	V	V	V	V	V	V	C	C	C	C
* CIF	V	V	V	V	V	V	V	V	C	C	C	C

 Seguro La cobertura de seguro mandatorio para el transporte es responsabilidad del vendedor (Incoterms CIF y CIP).	COSTOS Cubre todos los costos, excepto los de documentos; los contratos de compraventa deben indicar claramente qué costos de la transferencia de mercancía son por cuenta del comprador y/o vendedor.	RIESGOS La posibilidad de que ocurra un contratiempo que pueda causar la pérdida o el daño de la mercancía es un “riesgo”. Los compradores y/o vendedores pueden protegerse contra los riesgos mediante un seguro de transporte.
---	--	--



Figura 5.7. Terminología incoterm
Fuente. Trafimar (2022)

2.4.5.1. INCOTERM PARA TRANSPORTE MARÍTIMO

FAS free alongside ship/ libre al costado del buque

“Se usa normalmente para mercancías especiales con requisitos de carga particulares”.

- El vendedor asume los gastos de trámites aduaneros hasta llegar la mercancía en el muelle de carga del puerto de origen.

El comprador administra la carga a bordo, estiba, flete y gastos hasta la entrega en el lugar acordado. Asume, los riesgos cuando la mercancía se coloca en el muelle de carga para posteriormente cargarse en el buque (Traficmar, 2022).

FOB free on board/libre a bordo

- El vendedor se responsabiliza por los gastos y riesgos, también del despacho de exportación hasta que la mercancía se sube a bordo.

El comprador asume los riesgos en cuanto la mercancía está a bordo y durante su trayecto, se ocupa de los trámites de importación y transporte. Se recomienda contratar un seguro (Traficmar, 2022).

CFR cost, and freight/ coste y flete

- El vendedor asume todos los gastos hasta que la mercancía llega al puerto asignado, incluyendo el transporte principal y los gastos de descarga.

El comprador asume los riesgos de la mercancía en bordo y durante su trayecto, trámites de importación y el transporte. Se recomienda contratar un seguro (Traficmar, 2022).

CIF cost, insurance and freight/coste, seguro y flete

- El vendedor asume todos los gastos hasta el puerto asignado. Debe contratar un seguro aun siendo la responsabilidad del comprador.

Asume los riesgos durante el trayecto y gastos de importación y de transporte (Traficmar, 2022).

1.5. UNIÓN EUROPEA

Según el Ministerio de Asuntos Exteriores Unión Europea y Cooperación (s.f.) la UE, “es una asociación económica y política única en el mundo, formada por 28 países, se rige por un sistema interno de régimen de democracia representativa” Asimismo, Arauz (2020) indica que, actualmente es conocida como el segundo bloque comercial de mayor importancia para el Ecuador superado únicamente por los Estados Unidos y la Comunidad Andina de las Naciones.

Las empresas internas externas a la UE se benefician porque hay mayores oportunidades comerciales con más de 400 millones de consumidores, además los productos pueden circular sin demás controles aduaneros siempre y cuando hayan sido legalmente importados (Comisión Europea, s.f.).

Su ambiente gastronómico, está basado en productos exóticos (no tradicionales) como la pitahaya mostrando en los últimos años un gran interés por su consumo, además, datos de un estudio realizado por el Centro de Comercio Internacional Ginebra para la Corporación Colombiana Internacional en 1994, identificaron esta fruta con grandes posibilidades de éxito en mercados de Holanda, Francia, Alemania y Reino Unido (Chauca, 2010).

La Unión europea es una asociación económica y política conformada por varios países, su estabilidad económica, política y demás acciones como acuerdo de multipartes que permite a Ecuador exportar productos sin recargo de arancel, generan oportunidades comerciales para el país.

2.5.1. REQUISITOS DE EXPORTACIÓN AL MERCADO EUROPEO

Logisber (s.f.) dice que la exportación conlleva consigo una serie de requisitos en el que cualquier producto que salga de un país pasara por una aduana donde exige el cumplimiento de varios requisitos, normativas y regulaciones fiscales y legales, suelen ser complejas porque varían de un país a otro.

Entonces, es primordial ante los requisitos, es registrarse como exportador según Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2021) “la persona natural o jurídica que quiera exportar deberá contar con el registro único de contribuyente (RUC) gestionando antes el Servicio de Rentas Internas” posterior a eso seguir los siguientes pasos:

- Adquirir el certificado digital para la firma electrónica y autenticación.
- Registrarse en el portal del sistema ECUAPASS.

2.5.2. ANÁLISIS DE LOS ACUERDOS COMERCIALES

“Es un acuerdo vinculante que suscriben dos o más países para acordar la consecución de preferencias arancelarias mutua y la reducción de barreras no arancelarias al comercio de bienes y servicios” (Acuerdo comerciales del Perú, s.f.)

“Los acuerdos comerciales se convierten en instrumentos internacionales que aportan a los países al mejor desenvolvimiento de sus economías y propenden hacia un mejor relacionamiento con sus socios comerciales” (Boletín informativo de interegración monetaria y financiera, 2019)

2.5.3. PERFIL LOGÍSTICO, NORMAS, RESTRICCIONES AL MERCADO EUROPEO

El perfil logístico “incluye la gestión, planificación y administración de las actividades que forman parte en las diversas funciones, áreas, procesos y sistemas de las organizaciones: compras, producción, almacenaje, manutención, transporte y distribución” (Ospina y Sanabria , 2017).

“La logística es la gestión estratégica de actividades como embalaje, transporte, descarga y almacenaje” (Pinheiro et al., 2017). En relación a lo mencionado por los autores, el perfil logístico muestra la manera en como se ejecutará cada proceso relacionado con el producto y su entrega al mercado o clientes, que medios y de que forma se distribuirá los bienes.

Por otro lado el cumplimiento de las leyes y normas en la ejecución de exportar un producto es importante según Posted (2022) para “tener eficiencia, agilidad en el seguimiento de las constante actualizadas realizadas en los sistemas regulatorios del comercio exterior y asegurar la fluidez en sus operaciones con la gestión de los riesgos inherentes a la operación”.

En la actualidad las aduanas exigen que los productos que salen a un mercado externo cumplan con todas las especificaciones que los países rigen, caso contrario el ingreso de los bienes no sera totalmente posible, la OMC es el que administra estas normas y dice que su objetivo principal es “garantizar que los intercambios comerciales se realicen de la forma mas fluida, previsible y libre posible” (Organización Mundial del Comercio[OMC], s.f.)

Asimismo, según Suárez y Albarracín (2021) las restricciones para el proceso de exportación son establecidas para controlar y regular el ingreso de mercancías a consumo. En la legislación de la Unión Europea, se establece que, existen restricciones especificas para determinados productos, asi como lo especifica la no estara autorizado el ingreso de productos el cual afecte la vida y salud de los seres vivos, la protección del medio ambiente y la moralidad o seguridad pública (Comisión europea, s.f.).

Estas restricciones consisten en crear barreras para que los productos que sean comercializados en diferentes países ingresen al mercado con índice de calidad y especificaciones conforme a las exigencias requeridas.

1.5.4. FRACCIÓN ARANCELARIA DE LA PITAHAYA AL MERCADO EUROPEO

Para Picasso (2016) es una codificación numérica sistematizada que emana del Sistema Armonizado para la Codificación y Designación, su objetivo es “incrementar los ingresos fiscales y proteger a un sector de actividad nacional contra la competencia extranjera y se aplican en el momento de ingresos de los productos al cruzar las fronteras de un territorio aduanero”

El valor de sus costos incrementar una vez que el producto haya cruzado la frontera de un territorio aduanero, con un porcentaje o monto fijo, calculados sobre la base del derecho de aduana ad Valorem, de la cantidad física o derechos específicos (Picasso, 2016).

Además, Asociación Latinoamericana de Integración (2020) dice que mediante su presencia se logra determinar los requisitos que deben cumplirse para la internacionalización, su estructura está compuesta por:

- Secciones, Capítulo, partidas y subpartidas.
- Notas de sección, capítulo y de subpartidas.
- Reglas generales para su interpretación.

1.6. PITAHAYA

Es conocida con diversos nombres según el país previamente, Colombia (pitahaya), Francia (Belle de nuit), Venezuela y Puerto Rico (Flor de cáliz), países anglohablantes (Dragón Fruit, Belle of the night), Alemania (Distelbrin), Perú (pitahaya o fruta del dragón) (Figueroa y Mollinedo, 2017). Es altamente beneficiosa para el organismo humano por sus propiedades medicinales y nutricionales Ruiz et al., (2020) citado por (Zorrilla et al., 2004).

La filosofía *Hylocereus* tiene un alto potencial como cultivo frutícola y ornamental, son perennes y necesitan buen soporte ya que su morfología les impide sostenerse, requieren una temperatura de 18 a 26 °C, son resistente a la sequía y prosperan desde

el nivel del mar hasta 1850 m con precipitaciones de 650 a 1500 mm anuales, los climas cálidos subhúmedos dan beneficios en su desarrollo (Enciso et al., 2016).

La pitahaya es reconocida a nivel mundial por todos sus beneficios hacia los problemas de la salud del ser humano, actualmente se encuentran abierto varios mercados para su exportación y es una considerada como una de las frutas no tradicionales más importadas por diversos países del mundo.

2.6.1. DESCRIPCIÓN Y ORIGEN

La pitahaya roja tiene características muy peculiares que hacen atractiva para el consumo humano principalmente por su sabor (dulce y jugosa), percibe un aroma agradable, su tamaño y textura es excelente para llamar la atención de los clientes, su pulpa es exquisita (de color roja, morada o blanca), sin embargo, su principal característica es la semilla en su interior (de color negro), que según opiniones de médicos de la salud es efectiva para aliviar varias enfermedades.

No obstante (Arauz, 2020) citado por Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (2018) muestra una referencia sobre la composición nutricional de la pitahaya de 100 gramos de fruta, misma que están valoradas de la siguiente manera “agua 87,3%, grasa 0,1 g, fibra dietética 3,3 g, calcio 26,0 mg, fósforo 26,0 mg, riboflavina 0,03 mg, ceniza 0,5 g, proteína 0,5 g, carbohidratos 11,6 g, vitamina C 25,0 mg, Hierro 0,2 mg, tiamina 0,01 mg, niacina 0,2 mg”.

2.6.2. PROCESO Y MANEJO DEL CULTIVO

Vargas et al., (2020) dice que, dentro del Manual del Cultivo de Pitahaya para la Amazonia Ecuatoriana del Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, se presenta el proceso y manejo de cultivo para efectuar un buen trabajo, muestra además recomendaciones sobre las características climáticas y edafológicas, propagación, preparaciones del terreno, siembra, tutorado, nutrición del cultivo, control de malezas, podas, etc.

2.6.3. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

JORGE FRUIT con Ruc 1314473933001 es una micro empresa dedicada a la producción y venta por mayor de frutas (pitahaya roja), actualmente se encuentra ubicada en la provincia de Manabí, Cantón Junín, específicamente en el sitio la Soledad. Está dirigido por el dueño/propietario Jorge Salvador Sánchez Solórzano ingeniero Agroindustrial, y el encargado de producción el Ing. Luis Alfredo Sánchez Solórzano. La micro empresa al ser un negocio que recién está creciendo en el mercado, cuenta solo con 1 hectárea en producción (10.000 mil metros cuadrados), estima una cosecha aproximada de 40.000 kg/ha al año.

Asimismo, cuenta con permisos/certificados aprobados por la Agencia de Regulación y Control Fito Zoosanitario a partir de enero 2021, con código de registro en el Sistema Guía: 1314473933-13020601; mediante este documento avalado, la pitahaya cosechada es accesible para ser exportada a los mercados internacionales a través de la intersección de intermediarios, lo cual actualmente JORGE FRUIT vende aproximadamente de 600 y 1000 kilogramos a estos clientes mayoristas. No obstante, su precio establecido por kilo, cuando el precio es rentable, oscila entre los \$2.50 a \$3.50 y en épocas no muy buena \$1.00 a \$2.00 (varía dependiendo la condición del mercado).

CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1. ESTUDIO DE MERCADO

Este estudio permitió analizar y recabar la información necesaria para comprender las especificaciones que exige el mercado de la pitahaya en Holanda, Países Bajos, particularmente se realizó una indagación exhaustiva de la parte externa e interna a la micro empresa mediante las distintas herramientas de análisis (pestel, porter, vrio y foda que permitieron conocer con exactitud a los clientes, competencia y partes relacionada para lograr su posicionamiento en el mercado.

Para facilitar el proceso de análisis se realizó una entrevista al dueño de la micro empresa, asimismo se determinó la oferta y la demanda mediante la aplicación de las fórmulas:

Fórmula para el cálculo de la oferta:

$$\text{Unidades cosechadas} = \frac{\text{Dimensión de terreno en producción}}{\text{Distancia requerida para producción}} \times n^{\circ} \text{ de fruta en promedio por planta}$$

Fórmula 3.1. Cálculo de la oferta

Fuente. Elaborado por las autoras

Fórmula para el cálculo de la demanda:

$$Q = n * p * q$$

Fórmula 3.2. Cálculo de la demanda

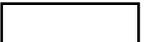
Fuente. Herrera y Montenegro (2017)

3.2. ESTUDIO TÉCNICO

Se logró determinar la parte operativa de la micro empresa mediante la ejecución de diagramas de flujos y se observó cada uno de los procesos que son necesarios para producir y comercializar la pitahaya, a su vez se realizó una visualización de la estructura físicas , insumos, herramientas entre otros, asimismo fue importante conocer los requisitos necesarios que se debe presentar en la aduana antes que el producto salga del país, conocer las normas que exige el mercado de Países Bajos

para el concepto de comercialización de las frutas, para que su proceso de exportación sea la más eficiente y correcta posible.

Los diagramas de procesos se realizaron con base a la simbología propuesta por (Vargas et al., 2016) donde muestra el significado de cada paso en la ejecución del proceso de producción y exportación, así se tiene que:

-  Representa el inicio y final del proceso
-  Representa la entrada y salida general del proceso
-  Representa la acción o proceso general
-  Representa la acción de decisión o comparación de datos
-  Representa la línea de flujo del proceso

3.3. ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL NEGOCIO

Este estudio sirvió de apoyo para complementar la elaboración del estudio técnico, su ejecución permitió determinar su estructura organizativa, salarios y puestos de trabajos, así mismo se logró identificar que su localización con base a las especificaciones de entrega, paso vehicular, posibilidad de servicios básicos, y terreno es óptima para el funcionamiento de la micro empresa.

3.4. ESTUDIO AMBIENTAL

La matriz Leopold permitió realizar una evaluación a diversos componentes que están directamente relacionados con las actividades que ejerce JORGE FRUIT con la necesidad de mostrar que la misma no presenta mayores riesgos de contaminación ambiental. Para su desarrollo se tomó como referencia a la entrevista con el gerente y datos basados en un estudio del suelo y agua realizado por el laboratorio de suelos, tejidos vegetales y agua INIAP “PICHILINGUE” (Quevedo) para contractar los niveles de propiedades del suelo y agua.

3.5. EVALUACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS DEL PROYECTO

Se realizó un plan inversión para conocer el costo en valor monetario que Jorge Fruit deberá tener para iniciar la producción y ejecución de cada uno de actividades requeridas en sus funcionamientos, asimismo se logró determinar los indicadores financieros VAN (Valor Actual Neto), TIR (Tasa interna de Retorno), B/C (Relación Beneficio Costo) y Período de Recuperación de Inversión (PRI) para la proyección global del costo-beneficio de los alcances del plan de negocio. Cada indicador fue realizado mediante la fórmula propuesta por (Uzcátegui et al., 2018) que justifican la veracidad de sus resultados:

Fórmula para el cálculo del valor actual neto.

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{FNC}{(1+K)^t}$$

Fórmula 3.3. Fórmula del van.

Fuente. Uzcátegui et al.,(2018)

Tabla 3.1. Fórmula del van.

VAN	Valor actual neto
FNC	Flujo neto de caja
K	TMAR (Tasa de descuento)
N	Período de tiempo
I_0	Monto de la inversión inicial

Fuente. Uzcátegui et al.,(2018)

Fórmula para el cálculo de la tasa interna de retorno.

$$TIR = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{FNC}{(1+r)^t}$$

Fórmula 3.4. Fórmula del tir

Fuente. Uzcátegui et al., (2018).

Tabla 3.2. Fórmula del tir.

TIR	Tasa interna de retorno
FNC	Flujo neto de caja que incluye los beneficios
I_0	Inversión inicial
N	Período máximo de tiempo del proyecto
R	Tasa interna de retorno o de inversión.

Fuente. Uzcátegui et al., (2018).

Fórmula para el cálculo del periodo de recuperación de la inversión.

$$PRI = \frac{I_0}{FNC}$$

Fórmula 3.5. FÓRMULA DEL PERÍODO DE RECUPERACIÓN.

Fuente. Uzcátegui et al., (2018).

Tabla 3.3. Fórmula de recuperación de la inversión.

PRI	Periodo de recuperación de la inversión
FNC	Flujo neto de caja en efectivo
I_0	Inversión inicial

Fuente. Uzcátegui et al., (2018).

Fórmula para el cálculo de la relación costo/beneficio es:

$$RBC = \frac{Ingresos}{Egresos}$$

Fórmula 3.6. Fórmula de la relación costo beneficio.

Fuente. Uzcátegui et al., (2018).

Tabla 3.4. Fórmula de relación costo beneficio.

Si el RCB>1 el proyecto se acepta
Si el RCB<1 el proyecto no se acepta
RCB=1 significa que el rendimiento del proyecto es lo mínimo.

Fuente. Uzcátegui et al., (2018).

3.6. RESULTADOS ESPERADOS

Este estudio tuvo como objetivo principal, diseñar un plan de negocio para exportar la pitahaya roja de Holanda, Países Bajos, porque se evidencia una cantidad superior de demanda del producto a diferencia de los demás países que integran la unión europea. Para su desarrollo se realizaron las siguientes fases y actividades:

FASE I. Analizar el mercado para la determinación de la demanda del producto en el extranjero.

- Análisis del entorno empresarial para su exportación mediante la herramienta pestel, porter y vrio.
- Realización de un diagnóstico FODA para el conocimiento de las características del producto.
- Segmentación del mercado, determinación de la demanda y oferta potencial.
- Aplicación de estrategias del marketing internacional.

Para conocer cómo se encuentra JORGE FRUIT en relación a su competencia y demás factores inmerso en el mercado, es necesario la ejecución de las herramientas de análisis pestel, porter y vrio después de aquello se identificará la situación interna y externa para el conocimiento de las características del producto; esta se elaborará mediante el apoyo de una entrevista realizada al dueño de la micro empresa que validará información verídica y real, así mismo se determinará la segmentación del mercado y demanda/oferta potencial mediante las fórmulas ya mencionadas para su cálculo. Finalmente, a partir del análisis situacional se realizará estrategias basadas a las 8´P del marketing, conforme a su exportación.

FASE II. Identificar los aspectos legales y requisitos del ingreso de la pitahaya al mercado holandés para su comercialización.

- Identificar las principales normas y requisitos que debe cumplir la pitahaya ecuatoriana para entrar al mercado europeo.
- Definir el proceso de exportación y distribución al mercado europeo.
- Conocer la fracción arancelaria que se verá sometida la pitahaya al mercado europeo.

Para exportar la pitahaya de Holanda, Países Bajos es importante que se conozca cada uno de los requisitos que se debe cumplir en la aduana para la salida de las frutas a mercado internacional, así como también las normas que exige Países Bajos para ingresos del producto y la fracción arancelaria para su respectiva identificación.

Fase III. Determinar la viabilidad técnica, ambiental económica y financiera en el plan de negocio para la producción y exportación de la pitahaya roja.

- Análisis de los impactos ambientales en la producción de pitahaya mediante la matriz Leopold.
- Descripción operativa y representación de diagramas de procesos de la microempresa.
- Determinar un plan de inversión, costos, gastos e ingresos.
- Elaborar el análisis costo-beneficios e indicadores de evaluación (Van, Tir, Pri).

En esta se realiza la matriz Leopold para conocer si la ejecución del proyecto provocara efectos adversos sobre el medio ambiente; en la parte operativa se establecerá una estructura organizacional para observar las diferentes funciones y puestos de trabajos, salarios y diagramas de procesos; por ultimo en la parte financiera se realizará un plan de inversión para determinar sus costos, gastos e ingresos, también será importante la aplicación de los índices financieros van, TIR, PRI para determinar si la microempresa tiene la capacidad para ser viable y rentable.

FASE IV. Estructurar el plan de negocios para exportar la pitahaya que produce la microempresa JORGE FRUIT.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La ejecución del siguiente capítulo efectuará el cumplimiento de cada uno de los objetivos presentados en el capítulo II, desmembrando a su vez las actividades implantadas. Así, se dio inicio a lo siguiente:

4.1. FASE I. ANALIZAR EL MERCADO PARA CONOCER LA DEMANDA DEL PRODUCTO PARA SU EXPORTACIÓN

4.1.1. ACTIVIDAD I. ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD DEL ENTORNO PARA SU EXPORTACIÓN

En esta actividad, se llevó a cabo un análisis exhaustivo del entorno macro, meso y micro de la microempresa JORGE FRUIT, utilizando herramientas de análisis como Pestel, Porter y Vrio. El objetivo era obtener una comprensión clara y detallada de los factores externos e internos que afectaban el desempeño y la competitividad de JORGE FRUIT. A través del análisis Pestel, se examinaron los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales que podían influir en el negocio. Por otro lado, el análisis de Porter permitió evaluar la rivalidad competitiva, el poder de negociación de los proveedores y los clientes, las barreras de entrada y salida, y las amenazas de productos sustitutos. Finalmente, a través del análisis VRIO, se identificaron los recursos y capacidades internos valiosos, raros, costosos de imitar y explotables de JORGE FRUIT, lo que ayudó a determinar su ventaja competitiva. Al finalizar esta actividad, se proporcionó un panorama completo de los factores clave que podían afectar a JORGE FRUIT, lo que permitió tomar decisiones estratégicas informadas y desarrollar estrategias para el crecimiento y éxito continuo de la microempresa

4.1.1.1. ANÁLISIS PESTEL

Tabla 4.1. Matriz pestel.

Factores		Detalle
POLÍTICOS	Acuerdos comerciales	La presencia de acuerdos comerciales favorece en gran medida a las pequeñas y medianas empresas exportadoras gracias a la consolidación de socios que tiene un país con otro, por ejemplo, el tratado de libre comercio (TLC), donde se logra acceder a mercados internacionales a un costo menor, debido a que se reducen o eliminan las barreras comerciales y aranceles. El acuerdo que existe en la actualidad entre Ecuador y la UE según el Gobierno de la Republica del Ecuador (2021) permite que los productos puedan exportarse libremente a ese mercado, con un porcentaje del 99% en productos agrícolas y 100% industriales en la liberación de su oferta exportable. Asimismo, beneficia a Ecuador en sus principales exportaciones con un mejor acceso en productos de pesca, flores, cacao, café y frutas frescas) (Sistema de información sobre Comercio Exterior[SICE], 2021). El acuerdo comercial beneficiará a la exportación de la pitahaya de JORGE FRUIT al no pagar por presupuestos de aranceles, debido a que esta fruta se encuentra dentro de las frutas frescas que entran al mercado europeo con 0% de arancel, por ello es indispensable que la micro empresa tenga el certificado de origen para constatar que es originario de Ecuador y gozar de sus beneficios.
	Cambio de Gobierno	Una de las disposiciones efectuadas por el cambio de gobierno que afectaría principalmente al sector agropecuario, es la no asignación de recursos económicos a Agro calidad que serían invertidos en la ejecución de 3 proyectos claves, como la protección sanitaria del Ecuador que correría riesgo en perder la certificación otorgada por la Organización Mundial de Sanidad Animal como país libre de fiebre aftosa. Asimismo, sin la ejecución del proyecto de Mejoramiento del Sistema de la inocuidad en Cadenas Agroalimentarias, Ecuador tendría dificultades al exportar sus productos debido a las exigencias de los mercados importadores por ejemplo el caso “pacto verde” de la UE, que consiste reducir el uso de los plaguicidas en un 50%. Por último, si el proyecto para el manejo y control de sitios de producción libres de moscas dejara de funcionar, las posibilidades de ofertar un producto ecuatoriano basado en calidad a nuevos mercados del mundo disminuyen (Agrocalidad, 2022). Sin duda alguna la inestabilidad política afecta a la micro empresa en el sentido que surgen nuevas disposiciones en el legado como gobierno, las malas decisiones de los mandatarios conllevan a las empresas a tener problemas. Con base a lo mencionado anteriormente JORGE FRUIT al ser un productor agrícola que desea exportar el producto le afectaría muchísimo que agro calidad no realice inspección al cultivo en primer lugar porque afectaría la calidad de la fruta por al no tener el mismo control y seguimiento, además Holanda exige de un certificado fitosanitario para la importación de frutas como la pitahaya y esta solo es emitida por agro calidad.
ECONÓMICOS	PIB	Según datos del (Banco Central del Ecuador, 2022) la economía ecuatoriana ha tenido un incremento de 2,7% en su PIB anual, este dinamismo es marcado por un aumento de la formación bruta de capital fijo (inversión pública y privada con 6,8%) y por el consumo de los hogares con 5% en comparación al año 2021.El PIB favorece a la micro empresa Jorge Fruit al momento de tomar decisiones sobre la expansión de sus actividades, su crecimiento actúa de manera positiva en la economía, logrando de esta manera que los agentes económicos se dediquen a gastar más en la adquisición de la pitahaya y no se concentren solo en ahorrar.
	Inflación	En el 2023 en Ecuador se registra una inflación anual de Abril de 2,44 a diferencia de Abril del año 2022 fue de 2,89% (INEC, 2023). De acuerdo con los datos que se evidencian la inflación positiva por lo que no afectara a la micro empresa, por otro lado si la inflación baja afectara por el aumento del precio en el producto haciendo que el consumo de varios cliente disminuya.
	Tasa de desempleo	La tasa de desempleo en Ecuador se ubica en 3,6% en marzo del 2023 la cifra es menor comparando con el desempleo de 3,9% del mes de febrero 2023 y con el 4,8% de marzo 2022 (INEC, 2023)

		Debido a los datos mencionados se observa una reducción de empleo los que afecta a la micro empresa Jorge Fruit por lo que a algunas personas se le hace difícil adquirir este producto, obligando a la empresa a la reducción de sus precios.
SOCIAL	Conciencia por la salud	La población de Holanda, se ha preocupado por llevar una vida sana y saludable. La pitahaya según el Departamento de inteligencia de mercado (2021) es vista como un tesoro por su componente nutricional, “contiene antioxidantes, mucilagos, ácidos ascórbicos, fenoles, rica en vitamina C y B, contiene calcio, fosforo, hierro, agua, posee proteínas vegetal y fibra saludable, sus semillas contienen ácidos grasos beneficiosos”, contiene propiedades antiinflamatorias y antioxidantes, favorece en la prevención de enfermedades como diabetes, cáncer, estreñimientos, migraña, insomnio etc., y es recomendable para realizar dieta, por todas estas razones la organización mundial de salud recomienda su consumo. Este preámbulo es visto como positivo en la generación de ventas, puesto que la pitahaya roja que produce JORGE FRUIT tiene las propiedades y componentes nutriciones que los clientes y consumidores requieren encontrar en el producto.
TECNOLÓGICOS	Tecnología de Información y Comunicación	En la actualidad existe un proceso de revolución industrial donde se tiene acceso a información y comunicación mediante los diferentes avances tecnológicos que han surgido (sistemas digitales, internet, celulares/Apps, etc.). Los avances tecnológicos juegan un papel fundamental en la medida que facilita y mejora los procesos de ventas, comercialización, exportación, pagos etc. Mediante esta analogía, la tecnología de información y comunicación favorecerá a JORGE FRUIT en varios sentidos como mejorar la productividad a través de la automatización en ciertas tareas, reducir los costos de sus operaciones, mejorar la calidad en la atención del cliente, pero principalmente será herramienta clave para concretar comunicación con clientes y lograr nuevas oportunidades comerciales al ser una idea de negocio que desea exportar
	Análisis de Negocios	Mediante la aplicación del análisis de negocios la microempresa se beneficiará con la adquisición de un sinnúmero de información e investigación para saber quiénes son sus clientes, de donde son y cuáles son sus deseos y necesidades. En palabras más específicas, con la implementación de software o bases de datos JORGE FRUIT podrá recopilar cantidades de datos en el flujo de producción y de trabajo que les permitan a su establecer mejoras que ayuden a tomar decisiones que optimicen el proceso del negocio y encontrar formas para hacerlo más eficiente y rentable (para la obtención de datos exitosos, se recomienda el apoyo de un analista de expertos en la tecnología).
ECOLÓGICOS	Cambios Climáticos	Manabí tiene un clima cálido, semi-húmedo y seco. El uso de agua de riego es adecuado para acelerar su producción. Sin embargo, los fenómenos de cambios climáticos como el calentamiento global pueden afectar de manera directa al agua de los sistemas agrícola por la sequía de río, pozo siego, asimismo pueden generarse pérdidas económicas, productivas y materiales por causas de fuertes lluvias e inundaciones. Los cambios climáticos sobre todo la ola invernal que ocurre en la actualidad es un problema fuerte para JORGE FRUIT en la medida en que afecta el cultivo, el aumento de las precipitaciones aumenta el contenido de humedad en el aire y suelo ocasionando la generación de plagas y enfermedades de la fruta o planta como la pudrición, las condiciones de humedad ocasionan la aparición de hongos y manchas (antracnosis) y lavado de los nutrientes que generalmente necesita la planta para su oxígeno, este caso se ha originado en la actualidad donde se ha visto pérdidas y rechazo en el producto para su exportación.
	Plagas estacionales	En definitiva, es uno de los problemas más significativo para JORGE FRUIT al afectar significativamente la producción del cultivo, estropean y dañan la fruta denegándolas para ser exportadas, su aparición conlleva la utilización de plaguicidas y demás químicos que hacen elevar el costo de inversión y disminuye la calidad del producto al contrarrestarle su esencialidad orgánica.
	Mayor preocupación por el medio ambiente	Actualmente, la exigencia por la preocupación del medio ambiente está expuesta como una norma que las empresas deben cumplir, entes reguladores dan seguimientos y enfatizan las buenas prácticas que promueven la seguridad de los trabajadores, inocuidad del producto (condiciones óptimas) lo que disminuye para las empresas, la posibilidad de enfrentarse a posibles riesgos económicos como humanos (causar enfermedades por falta de conciencia ambiental). Es beneficioso para JORGE FRUIT en varios sentidos como la reducción de costos de producción al llevar un control eficiente en sus recursos básicos, asimismo es ventajoso para fortalecer la imagen de micro empresa e incrementar las oportunidades en el mercado.

LEGALES	Factura Comercial	Contiene información sobre el producto, precio, modo de envío y datos de la entidad para exportar, ayuda al cálculo de impuestos arancelarios a pagar en aduana. Para exportar la pitahaya al mercado europeo el documento se solicita en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador dirigido al comprador y emitido por el vendedor de una compra venta, también permite calcular los derechos arancelarios en base al valor de la transacción, los cuales son considerado como documento de soporte de la DAE (declaración aduanera de exportación), basado en información veraz de la compra, además la factura comercial debe de contar con normas establecida por el país destino. Es un documento importante y obligatorio para exportar la pitahaya sin embargo no tiene mayor relevancia para JORGE FRUIT solo actúa como un requisito a cumplir.
	Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones	Este código exige deberes al estado para que esta actividad se ejecute de la mejor manera posible, indica los pasos que la empresa debe seguir para poder exportar de manera correcta. Beneficia a las empresas en distintos ámbitos; por ejemplo, se vela e impulsa el comercio justo mediante el acceso de productos de calidad tal y como se establece en el artículo 336 de la carta fundamental, asegurando la eficiencia y transparencia en los mercados a través del fomento de la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades (Codigo orgánico de la producción comercio e inversión [COPIC], 2019). En sentido organizacional es beneficio para JORGE FRUIT porque existe una ley que apoya el comercio justo, lo que garantiza que el precio y demás condiciones de ventas/compras estarán basados en igualdad a las demás corporaciones que se dedican a la producción y exportación de la pitahaya.
	Decreto 2393	La micro empresa debe dar cumplimiento del decreto 2393 (Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo que prevé antes los riesgos del trabajo según lo sustenta el (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, s.f.). Es indiferente porque es bueno para cumplir con las leyes establecidas, pero no es de obligatoriedad su cumplimiento en el tipo de actividad que ejerce JORGE FRUIT.

Fuente: Gobierno de la Republica del Ecuador (2021); Sistema de información sobre Comercio Exterior[SICE] (2021); Agrocalidad (2022); Banco Central del Ecuador (2022); INEC (2023); INEC (2023); Departamento de inteligencia de mercado (2021); Codigo orgánico de la producción comercio e inversión [COPIC] (2019); Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (s.f.).

4.1.1.2. MATRIZ 5 FUERZA DE PORTER

Esta actividad comprende analizar el entorno del mercado para conocer el nivel de competitividad en el que está inmersa JORGE FRUIT, para su desarrollo se realizó una entrevista al dueño de la micro empresa (ver anexo 1). De acuerdo con (Costa, 2018) se le otorga un valor a cada fuerza, en función de dos elementos: 1) grado; y, 2) rentabilidad que corresponde al grado, que se le asignan los siguientes valores: Alto=5; alto medio= 4; medio=3; medio bajo=2; bajo=1.

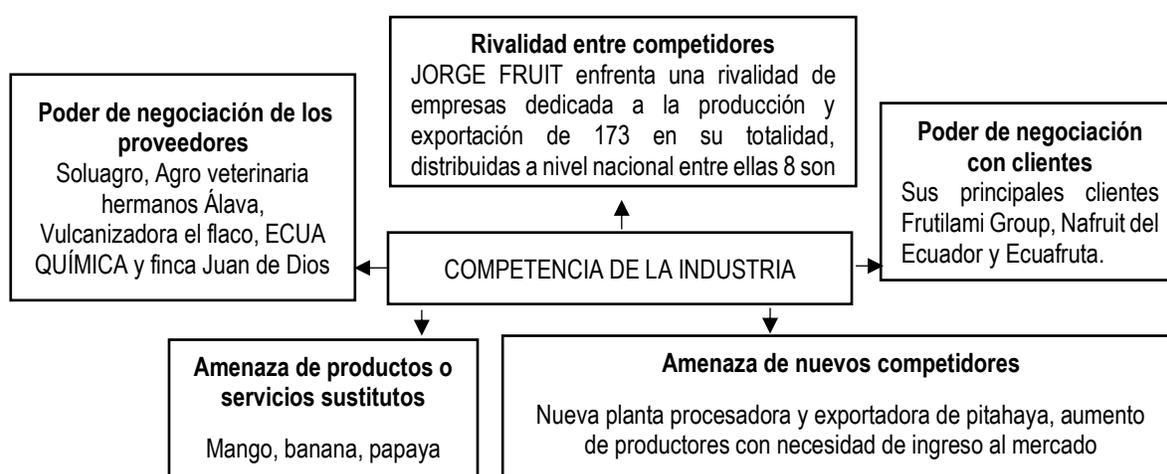


Figura 4.1. Cinco fuerzas porter.

Fuente: Micro empresa JORGE FRUIT.

Tabla 4.2. Intensidad de las fuerzas de Porter.

FUERZA	GRADO	RENTABILIDAD
Rivalidad entre competitiva	Alto	5
Poder de negociación de los clientes	Alta-media	4
Amenaza de nuevos competidores	Media-bajo	2
Poder de negociación de proveedores	Alta-media	4
Amenaza de productos sustitutos	Alta- media	4

Fuente: Costa (2018) a partir del análisis de la micro empresa JORGE FRUIT.

4.1.1.2.1. RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

Jorge Fruit cuenta con la presencia de varias empresas competidoras que se dedican a la producción y exportación de la pitahaya, y en su mayoría cuenta ya con más de 5 años de experiencia comercializando el producto en el mercado internacional, como EEUU y la UE, considerándole un nivel de competencia alta.

Competencia macro.

Según datos oficiales de Agrocalidad (2023) actualmente se encuentran 2051 sitios de producción aprobados de fruta fresca de pitahaya, situados en diferentes provincias del Ecuador, su mayoría en Morona Santiago, Pichincha y Manabí, sin embargo 173 centros de acopios están totalmente aprobados y registrados en la Agencia de Regulación y Control Fito Zoo sanitario (ver anexo 2).

Competencia nivel micro

Tabla 4.3. Competencia nivel micro.

Razón social	Nombre comercial y código de área	Descripción de la empresa
Martínez Puchol Ramón	Hacienda Laia Margarita 09547425160 0113020801	Ubicada en el cantón Santa Ana tiene 13 años de experiencia laboral, se dedica a la producción de pitahaya roja con una extensión de 15 hectáreas de cultivo, exporta a Italia, Francia, Bélgica e Inglaterra. Han obtenido la certificación Global G.A.P con una experiencia de empaque y exportación de más de 5 años llegando a Estados Unidos y Europa hasta la actualidad.
Carlos Luis Montesdeoca Avellan	Emipulp 13102000820 0113010801	Ubicada en Calceta empezó como una empacadora de pulpa de frutas congeladas de diversos sabores, distribuye a nivel nacional y exporta su producto a EEUU bajo los estándares de calidad permitida, cuenta con 12 hectáreas de pitahaya exportando aproximadamente 18.000 kg. Tiene más de 7 años de experiencia laboral.
Corporación C&R Agroexport CIA.LTDA	C&R Corp 23900379130 0113010801	Esta empresa se encuentra ubicada en el cantón El Carmen se dedica a la venta al mayor de frutas legumbres y hortalizas con 4 años de experiencia laboral, exporta pitahaya a EEUU, Puerto Rico y Canadá, otros entre \$16.422.73 y \$2'563.137.95.
Eicop S.A.	17930643020 0113020801	Es una empresa productora de pitahaya ubicada en el cantón Montecristi cuenta con 30 hectáreas en producción y con 5 años de experiencia en el mercado, actualmente exporta a Estados Unidos, Asia y Europa aproximadamente 22.400.90 kg de fruta.
Spring roses spriro S.A.	04915298490 0113010801	Ubicado en Manta, se dedica a la producción, venta y exportación mundiales de flores (mondeal, gocha y quicksand) y fruta(pitahaya) utilizando tecnología avanzada junto a experiencia a nivel nacional e internacional. Actualmente exporta en dólares FOB (6436.00) de pitahaya a EEUU.
GARVI EXPORT S. A	13919205040 0213010801	Ubicado en Santa Ana, se dedica a la producción y exportación de pitahaya, tiene 7 hectáreas, esta fruta es exportada a Estados Unidos y Asia aproximadamente 10.699.79 kg/\$71.342.501 FOB. Cuenta con tres años de experiencia laboral.
Vera Rojas Juan Agustín	12006475820 0113010801	Ubicada en el cantón Rocafuerte, se dedica a la venta por mayor de frutas como granadilla y pitahaya. Exporta aproximadamente (10.699.79 kg/\$71.342.501 FOB) a los países como: Estados Unidos, Hong Kong y Holanda.
Impemi S.A	17924722610 0113030802	Se encuentra ubicada en el km 9 vía Montecristi - río Caña - Hacienda Los Chokolytos se dedica a la producción de pitahaya y todos los materiales como caja de cartón, pallet, zunchos y mallas. Tiene más de 10 años de experiencia en el mercado laboral.

Fuente. Elaborado por las autoras basado en Agrocalidad (2023)

4.1.1.2.2. PODER DE NEGOCIACIÓN CON CLIENTES

JORGE FRUIT tiene un nivel alta-media en su poder de negociación con los clientes al contar con varias empresas dedicadas exclusivamente a la exportación de frutas como la pitahaya y que por su trayectoria tienen buena posición en el mercado internacional, lo que beneficia la estabilidad de ventas y precios, al ser actualmente clientes seguros y fijos.

Tabla 4.4. Clientes Potenciales.

CLIENTES POTENCIALES	
ECUA FRUTA S.A	Empresa productora de pulpa de frutas tradicionales (pitahaya) con más de 15 años en el mercado laboral, su producto está dirigido al mercado doméstico e institución y personas que buscan productos frescos, sanos y naturales. Funcionan como intermediarios al comprar las frutas a los pequeños negocios que cosechan el producto. La pulpa procesada es exportada a países como Colombia, Holanda y Estados Unidos.
FRUTILAMI GROUP	Situada en Quito, empresa exportadora de frutas tropicales enteras (pitahaya), cuenta con personal capacitado en cada proceso, actúa como intermediaria al comprar los productos a otras empresas y negocios que producen frutas, exportan fruta de calidad a países como Estados Unidos y Holanda. Tiene más de 10 años en el mercado exportador. Como estrategia laboral buscan mantener un precio que evitan la pérdida a los productores/comerciantes.
NAFRUIT DEL ECUADOR	Empacadora ecuatoriana con sede principal en Quito, se encarga de la compra y venta al por mayor de frutas tradicionales de calidad como mangos, pitahayas, maracuyás, etc.
CLIENTES LOCALES	Compran el producto en cosechas bajas, a un menor precio de su valor asignado, sin embargo, su venta local tiene beneficio en el no desperdicio de las frutas en los tiempos de no venderse para su exportación.

Fuente. Microempresa JORGE FRUIT.

4.1.1.2.3. AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES

La presencia de la nueva planta procesadora y exportadoras de pitahaya ubicado en Rocafuerte provincia de Manabí, que con sus procesos apoyados en la tecnologías hacen que su capacidad productiva sea totalmente tecnificada ocupando a su vez gran posición en el mercado, asimismo es notorio el aumento de productores que tienen la necesidad de ingresar al mercado de producción y exportación de la fruta, sin embargo las barreras de entradas como inversión alta, valoración con entes reguladores, normas y demás requisitos exigidos hacen que se dificulten el ingreso de nuevas empresa al mercado, por lo tanto se considera que la amenaza de nuevos competidores para JORGE FRUIT es media-alta.

Tabla 4.5. Competidores potenciales.

COMPETIDORES POTENCIALES	
Planta de acopio, procesamiento, y exportación de pitahaya, Rocafuerte/Manabí	Ubicada en Manabí, sitio la papaya vía Rocafuerte-Tosagua. En una empresa nueva, pero con gran potencial en el mercado, empaca más de mil kilos de frutas al mes para su exportación generando empleo a más de 300 personas de manera directa e indirecta. Tiene como propósito acabar con la intermediación entre productores y exportadores de pitahayas para que los productores puedan entregar sin intermediarios.

Fuente. Microempresa JORGE FRUIT

4.1.1.2.4 PODER DE NEGOCIACIÓN CON PROVEEDORES

El poder de negociación de JORGE FRUIT con sus proveedores se considera medio-alto, ya que la empresa cuenta con proveedores suficientes para satisfacer sus requerimientos de insumos químicos y herramientas. Estos proveedores han estado trabajando con JORGE FRUIT durante varios años, lo que ha permitido establecer y mantener una sólida relación laboral. Ambas partes han mantenido una buena relación comercial, lo que ha facilitado la entrega constante de insumos y materiales necesarios para el funcionamiento del negocio de JORGE FRUIT.

Tabla 4.6. Proveedores potenciales.

PROVEEDORES POTENCIALES	
Proveedores	Razón
Soluagro	Insumos químicos
Agro veterinaria hermanos Álava	Insumos químicos y equipos de fumigación.
Banarriego	Insumos químicos y equipos de fumigación.
Vulcanizadora el flaco	Prevé llantas
ECUA QUÍMICA	Prevé herramientas y tijeras de podar
Finca "Bendición de Dios" Mendoza	Entrega frutas en cosechas bajas para satisfacer la demanda de los intermediarios para su exportación.

Fuente. Microempresa JORGE FRUIT

4.1.1.2.5. AMENAZAS CON PRODUCTOS SUSTITUTOS

Debido al interés por consumir frutas exóticas se considera como productos sustitutos de la pitahaya a la papaya, banana, mangos y al ser una fruta poco conocida e innovadora en la dieta de las personas al no existir una fruta que con el mismo aporte nutricional y beneficios para la digestión. Productos como el banano, la uvilla y la pitahaya muestra gran interés en la compra de los norteamericanos, así como lo menciona la revista líderes Enriquez (2018) "en la feria internacional más importante de frutas y vegetales frescos New York Produce Show en New York donde posibles clientes realizaron una compra de alrededor de USD 2,8 millones".

4.1.1.3. MATRIZ VRIO

Esta actividad comprende analizar el entorno interno de JORGE FRUIT para conocer su situación actual e identificar la ventaja competitiva, mediante las variables de valor, rareza, imitabilidad y organización, apoyado en la entrevista realizada al dueño de la micro empresa (ver anexo 1).

Tabla 4.7. Capacidades/recursos de Jorge Fruit.

RECURSOS HUMANOS	RECURSOS FINANCIEROS	RECURSOS MATERIALES	RECURSOS NO MATERIALES
Conocimientos/experiencias en administración.	Créditos para financiamiento.	Equipos y herramientas de producción garantizados	Aprobación de certificado fitosanitario Fruta de calidad Cadena de suministro Clientes potenciales Alianza con proveedores

Fuente. Elaborado por las autoras basado en la entrevista al dueño de la microempresa Jorge Fruit.

Una vez identificado los recursos y capacidades, en la Tabla 4.7. Se muestra el desarrollo de la matriz VRIO para conocer las ventajas competitivas que tiene la micro empresa con base a las variables mencionadas.

Tabla 4.8. Matriz VRIO.

Recursos y capacidades	VRIO				Implicación competitiva
	¿Valioso?	¿Raro?	¿Inimitable?	¿Organizado?	
Aprobación de certificado fitosanitario	SI	SI	NO	SI	Ventaja competitiva temporal
Fruta de calidad	SI	NO	NO	SI	Paridad Competitiva
Conocimiento/experiencia en administración y producción	SI	SI	SI	SI	Ventaja Competitiva sostenible
Cadena de suministro	SI	NO	NO	SI	Paridad competitiva
Créditos para financiamiento	SI	NO	NO	SI	Paridad competitiva
Equipos y herramientas	SI	NO	NO	SI	Paridad competitiva
Clientes potenciales	SI	SI	SI	SI	Ventaja competitiva sostenible
Alianza con proveedores	SI	NO	NO	SI	Paridad competitiva

Fuente. Elaborado por las autoras basado en la entrevista al dueño de la microempresa Jorge Fruit.

La obtención del certificado fitosanitario proporciona a JORGE FRUIT una ventaja competitiva temporal, ya que este certificado es un requisito indispensable para la exportación de la pitahaya, especialmente para países como Holanda. Es considerado como algo raro, ya que solo se otorga a aquellas empresas que cumplen estrictamente con los requisitos establecidos por la Agencia de Regulación Fitosanitaria, validando así la idoneidad del sitio de producción para el cultivo. Sin

embargo, otras empresas también pueden obtenerlo siempre y cuando cumplan con los mismos requisitos establecidos por la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario.

Asimismo, la producción de fruta de calidad ofrece una ventaja competitiva en términos de igualdad, ya que es altamente valorada por importadores de diversos mercados, como Holanda, quienes solo aceptan productos que cumplan con altos estándares de calidad, libres de fisuras, pudrición, exceso de químicos, entre otros aspectos. JORGE FRUIT cumple con estos requisitos y se enfoca en cultivar pitahayas de calidad. Sin embargo, este atributo no se considera raro ni imitable, ya que otras empresas competidoras también pueden lograrlo mediante compromiso y dedicación.

Además, el conocimiento y experiencia adquiridos por el personal de trabajo de JORGE FRUIT a lo largo de su trayectoria han generado una ventaja competitiva sostenible. Gracias a su conocimiento, pueden ampliar el cultivo y llevar a cabo una producción efectiva sin la necesidad de contratar a un experto externo para el proceso. Siempre buscan mejorar su preparación de acuerdo con las especificaciones de la organización. Esta habilidad propia se considera rara e inimitable para la competencia.

Por otro lado, la cadena de suministro empleada genera una paridad competitiva al ser importante para la organización porque permite trabajar de manera ordenada y en menor tiempo posible, sin embargo, no es rara e inimitable porque su competencia lo puede realizar. Es indispensable mencionar que realizar préstamos mediante entidades financieras genera una paridad competitiva porque es valioso para JORGE FRUIT al no contar con los recursos suficientes para su inversión, permite solventar sus gastos, deudas y demás cuentas pendientes, no es raro ni inimitable porque las demás empresas también pueden adquirir un crédito para el mismo fin.

Consecuentemente, los equipos y herramientas han generado una paridad competitiva porque tiene uso valioso en la ejecución de la actividad productiva, desde la siembra hasta la cosecha de la fruta, su uso es organizado debido a que solo se emplean las herramientas necesarias para cada proceso, sin embargo, no es raro ni imitable porque su competencia también lo puede realizar. De tal manera, las vías de acceso juegan un papel importante en las ventas de la fruta, la apertura de nuevos mercados en el exterior como China y Perú es una gran oportunidad para la exportación del mismo. Por último, la alianza con los proveedores tiene una paridad competitiva porque JORGE FRUIT requiere de la disponibilidad de equipos, herramientas e insumos y frutas que sus proveedores disponen por lo que teniendo una relación comercial sana y se benefician ambas partes, sin embargo, no es ni raro ni imitable porque su competencia también puede enlazar relaciones con los proveedores.

Por lo tanto, en sus ejes:

Recursos humanos: Cuentan con los conocimientos y experiencias suficientes para llevar a cabo los procesos de producción y comercialización de la fruta.

Recursos financieros: No se cuenta con suficiente capital propio alto, sin embargo, se tiene acceso a crédito en diferentes instituciones financieras como Ban Ecuador, Cooperativa de ahorro y crédito Calceta Ltda., Cámara de comercio entre otros.

Recursos materiales: Se cuenta con herramientas y equipos necesarios para ejecutar la actividad, pero son limitados y básicos.

Recursos no materiales: No se encuentra formalmente constituida como exportador, pero su fruta actualmente es exportada a mercado exterior.

4.1.2. ACTIVIDAD II. FODA

Esta actividad comprende analizar el entorno interno y externo de JORGE FRUIT para detectar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Tabla 4.9. Matriz FODA.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1 Fruta de Calidad. F2 Certificado fitosanitario aprobado. F3 Talento humano capacitado. F4 Producto con gran valor nutricional. F5 Geo localización de cultivos propios. F7 Acceso a servicios básicos.	D1 Recursos económicos inestable. D2 Producción media baja para cubrir demanda. D3 Marca no posicionada en el mercado existente. D4 No cuenta con un plan de negocio. D5 Falta de infraestructura (centro de acopio-bodegas). D6 Falta de manejo contable. D7 Falta de estrategias para su expansión
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
O1 Demanda estable O2 Control fitosanitario de AGROCALIDAD para las buenas prácticas agrícolas (BPA). O3 Incremento en la tendencia del estilo y alimentación saludable. O4 Precios rentables en mercados internacionales. O5 Apertura de nuevos mercados exteriores para la pitahaya roja O6 Crecimiento de importaciones de pitahaya en Europa desde Ecuador. O8 Fuentes de financiamiento (créditos). O9 Acuerdo de multiparte entre Ecuador y la Unión Europea. O10 Presencia de leyes que apoyan al desarrollo de la actividad agro productiva de las empresas.	A1 Afectaciones en la producción por fenómenos naturales. A2 Competencia. A4 Afectaciones causadas por virus/plagas en frutas. A5 Inestabilidad económica y política del país. A7 Implicaciones aduaneras. A8. Variación de precios por oferta alta de producción de pitahaya.

Fuente. Elaborado por las autoras basado en la entrevista al dueño de la microempresa Jorge Fruit.

4.1.3. ACTIVIDAD III. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO, DETERMINACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA

4.1.3.1. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Tabla 4.10. Segmentación de mercado.

Segmentación	Variables principales
Segmentación demográfica	<ul style="list-style-type: none"> • Personas jurídicas • Negocios/cadenas de alimentación o mercados
Segmentación geográfica	Países Bajos
Segmentación conductual	<ul style="list-style-type: none"> • Alimentación sana y saludable (dieta, alimentos con propiedades medicinales y nutricionales) • Estilo de vida activo.

Fuente. Autoras de la investigación.

GRUPO DE SEGMENTACIÓN PRIMARIO

- JAN STAP B.V
- NATURES PRIDE EORI
- SATORI SA CO ABC LOGISTICS

Son importadores de los Países Bajos, específicamente clientes frecuentes de Ecuador, que compran la fruta no solo para la venta interna, sino para revender a mercados de la UE. Figura como oportunidad para la micro empresa debido a que no solo piensan en sus beneficios constantes sino que también buscan adquirir

mercancías basadas en calidad. Es una población con un estilo de vida activo y buscan alimentos con propiedades nutricionales y medicinales para su dieta al tener una alimentación sana y saludable, además prefieren comprar a los países en vía de desarrollo como el nuestro, lo que contribuye a mejorar nuestra economía.

4.1.3.2. OFERTA POTENCIAL

Actualmente, JORGE FRUIT dispone de un terreno en producción de 10.000 m² (1 hectárea), empleando 2m entre plantas y 3m camino en su plantación. Del total de terreno en producción se cultivan 15 frutas (pitahayas) por planta.

Tabla 4.11. Oferta potencial.

Unidades cosechadas de pitahayas, en consecuencia, a la disponibilidad de terreno en producción.

Unidades cosechadas

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Dimensión de terreno en producción}}{\text{Distancia requerida para producción}} \times n^{\circ} \text{ de fruta en promedio por planta} \\
 &= \frac{10.000 \text{ m}^2}{5\text{m}} = 2.000 \text{ m}^2 \\
 &= 2.000 \text{ m}^2 \times 15\text{uds} = 30.000 \text{ uds de pitahaya cosechada.}
 \end{aligned}$$

Cantidad de pitahaya cosechada destinada para su exportación, en consecuencia, al rechazo evaluado por el comprador.

$$\begin{aligned}
 \text{Cantidad cosechada exportable} &= \text{Cantidad cosechada} - (\text{cantidad cosechada} \times \text{tasa de error}) \\
 &= 30.000 \text{ uds} - (30.000 \text{ uds} \times 0,02) \\
 &= 30.000 \text{ uds} - 600 \text{ uds} = 29.400 \text{ uds}
 \end{aligned}$$

Oferta potencial en consecuencia a la cantidad de veces que se produce por año.

$$\begin{aligned}
 \text{Oferta Potencial} &= \text{Cantidad cosechada exportable} \times n^{\circ} \text{ de veces a producir por año} \\
 &= 29.400 \text{ uds} \times 3 = 88.200 \text{ frutas por año.}
 \end{aligned}$$

Fuente: Micro empresa JORGE FRUIT, elaborado por autoras de la investigación.

La oferta potencial de JORGE FRUIT es de 88.200 frutas por año aproximadamente, estos datos se lograron determinar con base a la disponibilidad del terreno obtenido para su producción y cantidad de frutas cosechadas en el lote, evaluándose a su vez el rechazo de la misma y el número de veces que la planta produce en torno para su exportación.

4.1.3.3. DEMANDA POTENCIAL

Para la determinación de la demanda potencial se tomó en consideración los datos referentes al perfil del segmento del mercado apoyada por datos oficiales de Holanda, Países Bajos.

Tabla 4.12. Perfil del segmento.

Referencia	Porcentaje
Hombre/mujeres	100%
Edad: Entre 25 y 75 años	57.7%
NSe: Clase media/clase alta	76%
Población activa Holanda	6'981.700 personas

Fuente. Autoras de la investigación.

Tabla 4.13. Mercado meta.

Tamaño del mercado NSE = total de departamento holanda x nivel socio económico
6'981.700 x 0.76 = 5'306.902 personas NSE

Tamaño del mercado NSE y edad = tamaño de mercado NSE x rango de edad
5'306.902 x 57.7% = 3'061,615.08 personas NSE y edad

Tamaño del mercado meta = tamaño de mercado NSE y edad x % de hombres y mujeres
3'061,615.08 x 100% = 3'061,615.08 personas mercado meta.

Fuente. Autoras de la investigación.

Por consiguiente:

Una vez obtenido el valor del mercado tamaño o mercado meta se determina la demanda potencial, teniendo en cuenta que actualmente los Países Bajos (Holanda) de la Unión Europea cuenta con una población definida de 17'475.415 millones de habitantes, de los cuales 3'061,615.08 corresponden a los posibles compradores de la pitahaya con una frecuencia de compra según datos oficiales de (Difilo, 2017) una persona consume 48 pitahaya anuales, es decir el consumo recomendado es aproximadamente 1 kg semanal a un precio equivalente de 4 a 10 USD. Con estos datos se determina la demanda potencial de pitahaya en Holanda. Para su solución se tiene la siguiente la fórmula establecida por (Herrera y Montenegro, 2017)

$$Q = n * p * q$$

Donde:

$Q =$ Demanda potencial.

$n \equiv$ Número de compradores posibles para el mismo tipo de producto.

$p \equiv$ Precio promedio del precio del producto.

$q =$ Frecuencia de compra anual.

$$Q = n * p * q$$

$$Q = (3'061.615,08 * 4,00 * 48)$$

$$Q = 587,83 \text{ toneladas/añual}$$

4.1.4. ACTIVIDAD IV. APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING INTERNACIONAL

Esta actividad comprende la elaboración de estrategias mediante las 8 P del marketing internacional.

4.1.4.1. PRODUCTO

La pitahaya cosechada para su exportación deberá tener un grado de madurez no mayor a los 75%, su consistencia física estará totalmente limpia, firme y brillante, libre de picaduras y fisuras sin signos de marchitamiento o podredumbre para evitar su rechazo. Su tamaño óptimo aproximado para exporta puede medir entre 10 o 12 cm de largo y 10 o 12 cm de diámetro con un peso de 360 g en adelante, dependiendo del requerimiento del importar.

Será exportado en cajas de cartón corrugados, con una dimensión de 60 cm de largo, 40 cm de ancho y 10 cm de alto, se utilizará divisiones entre frutas del mismo material para evitar rozamientos, y a su vez contará con orificios que permite que el fruto respire. Cada caja ocupará un total entre 9 a 12 frutas según los requerimientos del importador, en el exterior de cada fruta se colocará una espuma de color blanco de grado alimenticio (protector de fruta), su empaque final de presentación será de cartón reciclable con un peso de 2.5 kg dependiendo el calibre de la fruta.

4.1.4.2. PRECIO

El precio del producto está basado en función al mercado, teniendo en cuenta que varía según la situación cambiante que en él se genera.

Tabla 4.14. Precio.

CARACTERÍSTICAS	PRECIOS
Precio local por unidad	\$ 0,50
Precio local por unidad (oferta alta)	\$ 0,25
Precio intermediario por kg	\$3,75
Precio intermediario por kg (oferta alta/situaciones de mercado)	\$1,00
Precio FOB (U\$ /KG.)	\$6,91

Fuente. Autoras de la investigación.

4.1.4.3. PLAZA

Se comercializará la pitahaya en Holanda, Países Bajos, específicamente se venderán a importadores que trabajen continuamente o que tengan canales de distribución como supermercados, centros comerciales o que se dediquen a la reexportación de las frutas que garantice fluctuación de ventas. Para el año 2022 Ecuador exporto a países bajo 213,20 TM, 1.132,0 millones de dólares, y en lo que respecta al año 2023 170,3 TM, USD765, 7 precio FOB (Banco Central del Ecuador, 2023).

4.1.4.4. PROMOCIÓN

Las herramientas y canales que ayudarán a promocionar el producto son:

- Ruedas de negocios virtuales complementados mediante instituciones como exporta Ecuador y el Comex.
- Ferias comerciales.
- Creación de página oficial Jorge Fruit.
- Redes sociales (Instagram, Tik Tok).

4.1.4.5. PERSONA

Perfil del consumidor objetivo: Realizar una investigación exhaustiva para comprender las necesidades, preferencias y comportamientos de consumo de los consumidores en los mercados internacionales objetivo. Segmentar el mercado en

base a factores demográficos, culturales, sociales y económicos para adaptar las estrategias de marketing de manera efectiva.

Adaptación cultural: Adaptar la oferta del producto a las particularidades culturales de cada mercado internacional. Esto implica adaptar aspectos como el diseño de productos, los mensajes publicitarios y los canales de comunicación para que sean relevantes y atractivos para el público objetivo en ese país.

Establecer alianzas con socios locales en los mercados internacionales para aprovechar su experiencia y conocimiento del mercado. Colaborar con distribuidores, minoristas y socios comerciales locales para mejorar la distribución y la visibilidad del producto.

4.1.4.6. PROCESOS

Se establecieron los procesos necesarios para la ejecución de las actividades que desarrollaran en la micro empresa; la misma que mediante la adecuada gestión de sus procesos de producción y exportación contribuirá a mejorar sus operaciones obteniendo a su vez mayores ingresos y ventas (ver figura 4.6 y 4.7).

4.1.4.7. PHYSICAL EVIDENCE (EVIDENCIA FÍSICA)

Tabla 4.15. Evidencia física de Jorge Fruit.

<u>Marca</u>		<p>Cuenta con su propia marca aun no posicionada por lo que su aspiración a corto y largo plazo es ser reconocida y posicionada local e internacionalmente. La descripción de su marca se define:</p>
		<p><u>Jorge</u>: Nombre del Dueño /<u>Fruit</u>: Frutas.</p> <p>La esencia de la imagen muestra, en su parte inferior izquierda la postura de una casa, su concepto nace en que JORGE FRUIT no trata simplemente en cultivar pitahaya, sino que es un vínculo familiar que fomenta el respeto y cuidado del ambiente y del ser humano, utilizando sus esfuerzos para producir su fruto de manera saludable (libre de químicos tóxicos) para brindar calidad para el mundo, dando valor en las partes posteriores las imágenes de la belleza de su floración, color y textura de la fruta.</p> <p>Se propuso el diseño de una nueva marca para la micro empresa el que será presenciado como logo en la página web oficial (ver anexo 4), el diseño de la marca muestra la calidad de floración y fruto resaltando con el color verde de sus ramas, se colocó la representación de la pitahaya amarilla por que a futuro se desea vender variedad. Su nombre en la parte superior derecha representa la razón de la micro empresa y el compromiso de ofertar productos totalmente de calidad para el mundo.</p>

<p><u>Producto de calidad</u></p>		<p>Las disposiciones requeridas en la (UE) Holanda, Países Bajos, está dada conforme a las medidas no arancelarias empleadas en ese país, en relevancia con las Normas ISO 9001-2000 del Sistema de Gestión de Calidad; para que un producto torne calidad debe cumplir con los siguientes requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Control de contaminantes. • Controles Fito Sanitario. • Etiquetado de alimentos. • Control de plaguicidas.
<p><u>Espacio físico</u></p>		<p>Terrero de 10.000 m2 (1 hectárea) totalmente propio, certificado como sitio apto para la producción de la pitahaya y calificado como espacio propio para su establecimiento a largo plazo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terreno inspeccionado. • Alta luminosidad. • Libre de plagas cuarentenarias.
<p><u>Certificado</u></p>	<p>Certificado fitosanitario promueve la adquisición de estándares de calidad de la pitahaya, da seguridad al consumidor, asegura la eficacia, seguridad e inocuidad de la fruta.</p>	

Fuente. Microempresa JORGE FRUIT

4.1.4.8. PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD

Se generará mayor producción y calidad a la pitahaya mediante la estrategia FICID + nutrición Trata de implementar a la producción la iluminación nocturna a bases focos (LED), estimulado por el control de la Fecha, Intensidad, Color, Instante y Duración.

Tabla 4.16. Productividad y calidad

Fecha	La pitahaya al ser una planta que requiere luz solar, la estrategia será implementada a base de los cambios estacionales cuando comienza la disminución de horas de luz natural. Recomendado normalmente en invierno.
Intensidad	La dimensión recomendada para generar intensidad de luz las bobillas se colocarán a 1.5m sobre la superficie del suelo y 1.5m de separación.
Color	Existen focos de colores personalizados que ayudan a la productividad de la planta, el foco azul fomenta el desarrollo vegetativo y el rojo activa la floración en la pitahaya.
Instante	Horario de encendido y apagado mediante un reloj temporizador.
Duración	La duración del encendido de luz normalmente es entre 8 a 12 semanas.
Nutrición	Se complementa con el apoyo de fertilizantes durante la floración.

Fuente. Microempresa JORGE FRUIT

4.2. FASE II. IDENTIFICAR LOS ASPECTOS LEGALES Y REQUISITOS DEL INGRESO DE LA PITAHAYA AL MERCADO HOLANÉS PARA SU COMERCIALIZACIÓN.

4.2.1. ACTIVIDAD I IDENTIFICAR LAS PRINCIPALES NORMAS Y REQUISITOS QUE DEBE CUMPLIR LA PITAHAYA ECUATORIANA PARA ENTRAR AL MERCADO EUROPEO.

4.2.1.1. REQUISITO DEL PRODUCTO

Debe estar totalmente sana, fresca, entera e intacta, con consistencia firme y exentas de daños mecánicos, limpias (sin espinas), libres de olores, picaduras sabores inapropiados o daños causados por las mismas. Generalmente existe un objetivo principal por el que se debe cumplir con los estándares y normas del mercado en los procesos de exportación; se debe a la existencia de los derechos regulados que exige a los exportadores y distribuidores mostrar la información necesaria de la composición de su producto, estos derechos son:

- Derecho a la información.
- Derecho a la seguridad alimentaria.

El etiquetado muestra quien es responsable de tal producto; a continuación, se muestra la figura que detalla la simulación de los datos generales que debe contener la etiqueta de JORGE FRUIT para exportar la pitahaya.

Tabla 4.17. Datos generales de la etiqueta

Datos generales de la etiqueta	Nombre del producto	Pitahaya (Dragón fruit/fruta del dragón).
	Datos del exportador	Ing. Jorge Salvador Sánchez Solórzano
	Instrucciones de uso	Lavar, secar y pelar la fruta para su consumo
	Advertencia de riesgos previsibles	Conservar la fruta en un lugar fresco, evitar su estropeo, en caso de observar alguna reacción inadecuada suspenda su uso.

Fuente. López (2018).

Dentro de estas normativas, es importante conocer qué; cuando la exportación se trata de un producto alimenticio, el etiquetado debe contener una serie de características para el ingreso del producto al país, este proceso de verificación será controlado tanto por el exportador como del importador con el objetivo de dar un

buen uso al consumidor final. En la siguiente tabla 4.17 se muestra la simulación de los datos generales del etiquetado alimentario.

Tabla 4.18. Etiquetado alimentario.

Datos del etiquetado alimentario	Características de producto	Compuesta de pulpa blanca y cáscara rojo, su pulpa es consistente y espumosa, rodeada de pequeñas semillas comestibles.
	Origen	Familia cactaceae-cactácea
	Composición	Contiene 84.8% de humedad, 13.38 % de carbohidratos, 0.77% de fibra cruda, 0.67% de proteínas, 0.43% de extracto etéreo, 0.4% de cenizas, 394.66 g de peso, 20.74% de solido solubles, 0.14% acidez titulable, 4.86 adimensional de PH, 11% total de azúcar, 9.75% azucres reductores, 4mg/100g de ácido ascórbico, 0.28-0.43 mg/g de vitamina B1 (tiamina), 0.043-0.045 mg/g vitamina B2 (Rivoflabina), 0.2 mg/g de vitamina B3 (Niacina), 38.76 cal/100g de calorías, 10 mg/100g de calcio, 16 mg/g de fósforo, 0.3 mg/g de hierro.
	Forma de obtención y caducidad	Consumo entre 15 a 20 días después de su compra
	Denominación de venta del producto	Pitahaya amazónica de palora
	Condiciones especiales de conservación y utilización	Se recomienda la utilización de refrigeración de 4 a 8 C° para su conservación
	Identificación del lote del producto
	País de origen	Ecuador
	Nombre, razón social del vendedor o exportador.	Exportador: Jorge Salvador Sánchez Solórzano. Razón Social: Jorge Fruit.
	Número de registro sanitario del envasador

Fuente. Comisión europea (s.f.)

4.2.1.2. EMBALAJE Y CLASIFICACIÓN

El empaquetado deberá adecuadamente protegido, exento de material y olores impropios, con condiciones de higiene, ventilación, calidad, limpieza y resistencia necesarias para asegurar que el transporte, manipulación y conservación sean lo más apropiado. Se admite el uso de materiales (papel o sellos con indicaciones comerciales), siempre y cuando estén etiquetados o impresos con pegamento o tinta no tóxica.

La UE exige cumplir con la certificación de origen, certificado fitosanitario de exportación, factura comercial y el B/L como requisitos principales.

El certificado de origen certifica que la pitahaya es 100% propicia de Ecuador; y permitirá a Jorge Fruit gozar de los beneficios del acuerdo entre Ecuador y la Unión

Europea. Los requisitos necesarios que se requiere presentar para su emisión según el Portal único de trámites ciudadano (2021) son:

- Registro previo de exportador en el sistema ECUAPASS (Ventanilla única ecuatoriana).
- Certificado de firma electrónica.
- Declaración juramentada de origen (solo para certificados preferenciales).
- Factura comercial.

Una vez obtenido los requisitos se ingresa al menú de ventanilla única en el sistema ECUAPASS para realizar el proceso correspondiente.

Por otro lado, la pitahaya va acompañada de un **Certificado fitosanitario de exportación** para ser importado a la UE (ver anexo 5). Previo a esto se debe emitir la solicitud del certificado en el portal de Aduana (ver anexo 6), dichos pasos se encuentran disponible en la página oficial de la Agencia de regulación fitosanitaria. Los requisitos para la emisión del certificado son:

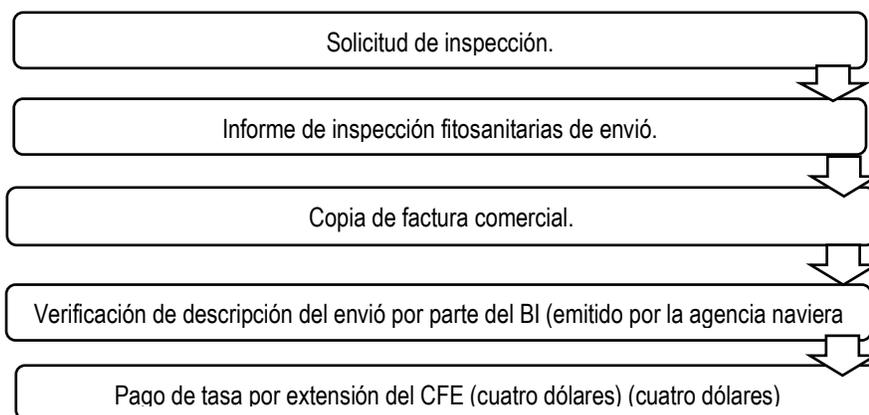


Figura 4.3. Requisitos para emisión de CFE.

Fuente. Resolución 0175 Manual de certificación fitosanitaria de exportación (s.f.)

4.2.3. ACTIVIDAD II. DEFINIR EL PROCESO DE EXPORTACIÓN Y DISTRIBUCIÓN AL MERCADO EUROPEO.

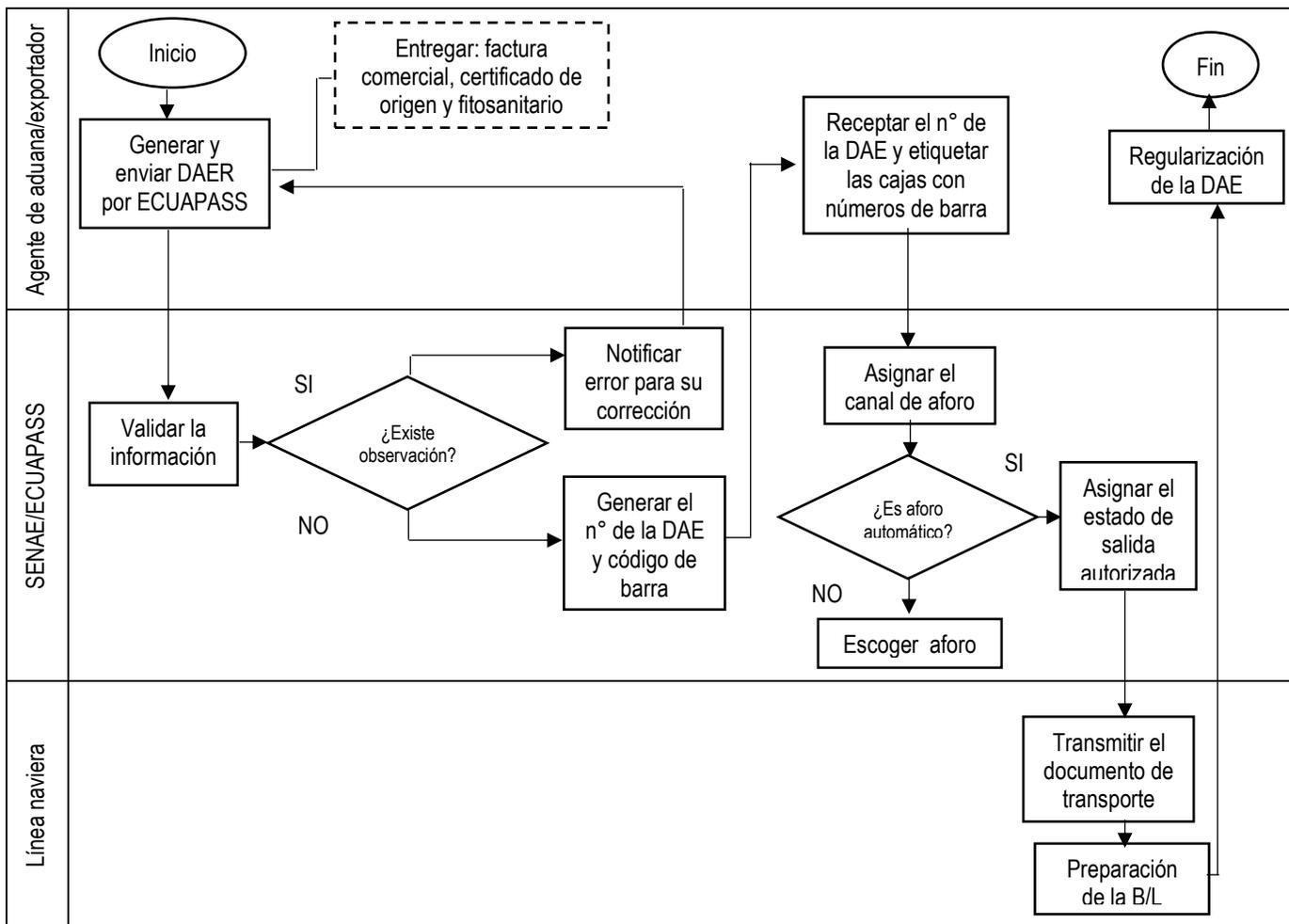


Figura 4.4. Flujo grama de proceso de exportación y distribución.

Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2021).

La exportación de la pitahaya que produce Jorge Fruit será directa. Iniciaré con la selección en sus instalaciones físicas, posteriormente se desplazará en camiones de carga pesadas hasta el Servicio Nacional del Aduana del Ecuador para ser exportado a Holanda, Países bajos mediante vía naviera (marítima). El puerto con más movimientos destinados a Países Bajos son Ámsterdam y Rotterdam.

Al considerar que se exporta por primera vez, la micro empresa debe registrarse como exportador, a su vez tener el registro único contribuyente (RUC), la firma electrónica y posteriormente registrarse en el portal de ECUAPASS. Obtenido esto, el proceso para la exportación de la pitahaya inicia:

1. Generación o transmisión de la DAE en ECUAPASS que estará acompañado de la factura comercial, certificado de origen y fitosanitario.
2. Revisión de la documentación enviada por parte de SENAE
3. Asignación del canal de aforo según el perfil del exportador (automático, documental y físico).
4. Se realiza la transmisión de documentos de transporte.
5. Preparación de la B/L.
6. Regularización de la DAE (Hasta 30 días).

4.2.4. ACTIVIDAD III. CONOCER LA FRACCIÓN ARANCELARIA QUE SE VERÁ SOMETIDA LA PITAHAYA AL MERCADO EUROPEO.

Todos los productos importados o exportados a la UE son clasificados mediante un código arancelario que ayuda a la comprensión de obligaciones y condiciones aplicables al producto, tales como:

- Tipo de derecho y otros gravámenes.
- Tipos de medidas de protección vigentes.
- Trámites requeridos para la exportación/importación y otros requisitos (certificados sanitarios y controles de calidad).

La partida arancelaria Ecuador: 0810904000

Partida arancelaria Unión Europea para la importación de la pitahaya: 0810.90.2010, cabe referir que este código arancelario esta desmembrados por 3 codificaciones de clasificación arancelarias: SA, NC, TAIR.

Tabla 4.19. Codificación de partidas arancelarias.

Nomenclatura	Concepto	Codificación	Mercancías
Capítulo	-----	08	Frutas y frutos comestibles (corteza de cítricos) sandía, melones.
Partida	-----	0810.	Las demás frutas u otros frutos frescos.
Sub partida del SA (Sistema Armonizado)	Permite identificar con exactitud el producto, así como corroborar que normas y líneas arancelarias se aplicaran.	0810.90.	Los demás.
Sub división de NC (Nomenclatura Combinada)	Proporciona estadísticas sobre el comercio dentro y entre la UE, así como el resto del mundo.	0810.90.20	Tamarindos, peras de marañón, fruta del árbol del pan, litchis, sapotillos, frutos

			de la pasión, carambolas y pitahaya.
TARIC (Tarifas Integradas de las comunidades europeas)	Permite clasificar las mercancías y calcular los respectivos aranceles, impuestos y posibles restricciones.	0810.90.2010	Frutos del dragón (pitahayas).

Fuente: Comisión Europea (2022)

Aranceles:

Tabla 4.20. Aranceles de la pitahaya ecuatoriana.

ORIGEN	TIPO DE MEDIDA	CONDICIONES	DERECHOS DE ADUANA	LEGISLACIÓN UE
ERGA OMNES	Derechos de Terceros países	-----	0%	R1214/07
Ecuador	Preferencias arancelarias	-----	0%	D2369/16

Fuente: Comisión Europea (2022).

4.3. FASE III. DETERMINAR LA VIABILIDAD TÉCNICA, AMBIENTAL, ECONÓMICA Y FINANCIERA EN EL PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE LA PITAHAYA ROJA.

4.3.1. ACTIVIDAD I. ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES EN LA PRODUCCIÓN DE PITAHAYA MEDIANTE LA MATRIZ LEOPOLD.

Se aplicó la matriz Leopold para valorar de manera cualitativa y cuantitativa cada una de las interacciones que ocasionan las actividades que se realizan en la micro empresa JORGE FRUIT

Para su evaluación, se consideró que los elementos que mayor importancia tiene hacia los pactos ambientales que posiblemente JORGE FRUIT provoque son; tierra, agua, aire, atmosfera, fauna, flora y social.

4.3.1.1. MATRIZ LEOPOLD

Tabla 4.21. Matriz Leopold.

		Magnitud: -3; 3 Importancia: 3-1		ACCIONES CON POSIBLES EFECTOS														Impactos de componentes	Impacto total de cultivo			
componentes	Factores ambientales	1. Labores del campo					2. Cosecha y pos cosecha															
		Deshierbe y limpieza del terreno	control de maleza	manejos de plagas	fumigación del area	Fertilización	Cosecha	Recolección	Selección	Casificación	Empaque	Almacenamiento	Trasporte	Positivos	Negativos	Impacto de subcomponentes						
FACTORES AMBIENTALES	A. Características físicas y químicas	1. Tierra	Suelos	-1 3	-1 2	3 3	-1 3	-1 3									1	4	-2	6	26	
		2. Agua	Calidad del agua						3 3	3 2								2	0			15
		3. Atmósfera	Calidad del aire						2 3			2 1						2	0			8
	Ruidos y vibraciones			-2 3						-3 3							0	2	-15			
	B. Condiciones biológicas	Fauna	Disminución de fauna	3 1		-2 1	-3 1											1	2	-8		-14
		Flora	Pastos	-3 2														0	1	-6		
	C. Medio socioeconómico social	Social	Empleo	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	3 2	2 2			2 2	3 2			8	0	36		34
			Salud y seguridad		-3 2	-3 2	-3 2											0	4	-22		
			Manejo de residuos		3 2	3 2	3 2	3 2						1 2				4	0	20		
	Positivo			2	2	3	2	0	3	2			1	1	2		18					
Negativo			2	3	2	3	1	1	0			0	0	1		13						

Fuente. Autoras de la investigación

Tabla 4.22. Matriz de valoración del impacto de JORGE FRUIT.

Celda de interacción efectiva	Total de agregado de impacto	Evaluación	Categoría
9	26	26%	Baja densidad

Fuente. Autoras de la investigación.

4.3.1.2. INTERPRETACIÓN DE RESULTADO DE LA MATRIZ LEOPOLD

A continuación, se muestra el análisis de evaluación sobre los impactos ambientales de la matriz Leopold, se analizará conforme a cada factor seleccionado.

Tierra

De acuerdo con matriz el factor suelo presento un valor de impacto medianamente significativo de (-2) porque presenta afectaciones en el recurso al ser este que se realiza la actividad de siembra y gran cantidad de nutrientes son extraídos del mismo, así mismo las comunidades microbianas del suelo se ven afectada por la presencia de químicos que se vierten para el cultivo, sin embargo, cabe rescatar que no es de mayor grado debido su utilización es poca al complementarse con abono orgánico.

Para comprobar lo mencionado anteriormente, se tomó como referencia el análisis de suelos realizados por el sr. Frowen Loor en el laboratorio de suelos, tejidos vegetales y agua INIAP "PICHILINGUE" (Quevedo). La muestra dio como resultado un PH 6,8 neutro, NH₄ 13,00 bajo (rango de 20-75), P 88,00 alto (6-25), K 1,49 alto (0,5-0,8) CA 14,00 óptimo (5-15), MG 1,50 bajo (4-.7,5), S 25 óptimo (5-30), ZN 7,50 alto (1,50-4,50), CU 10,20 alto (1-5), Fe 190,00 alto (10-40), Mn 16,30 alto (10-20).

Agua

En la matriz se determinó que el factor tuvo un impacto positivo de (+15) al ser un agua limpia extraída de pozo. Al igual que el factor suelo, se realizó un estudio del agua que se utiliza para el cultivo de la pitahaya, tal muestra dio como resultado que todos sus parámetros analizados químicamente dieron un resultado dentro del rango normal, con un PH 7,1 neutro y un valor de salinidad de 1,68 ppt muy bajo (valor propio para cultivo de plantas). Según las observaciones del laboratorio es un agua acta para el riego del cultivo y las condiciones del mismo no tendrán afectaciones de contaminación al medio ambiente al ser un agua libre de sustancias orgánicas como heces, basura, etc.

Atmósfera

Por medio de la matriz se logró observar que el factor tiene un valor de impacto de (+8) y (-15) se considera que es positivo al no ser producto de emisión de humos y gases que afecta al aire como las empresas de fabricación, además está en un lugar donde existen variedades de árboles que ayuda a la purificación del aire, y está exento del paso vehicular constante, sin embargo, puede verse afectada por el uso de agro químicos y fertilizantes que se dispersan afectando la calidad del mismo.

Fauna

Otro factor importante que se determino fue la evaluación del factor fauna que dio un impacto de (-8) porque al ser la limpieza del terreno para el cultivo e infraestructura se generó la ausencia de hábitat para los animales que habitaban en él.

Flora

Asimismo, la matriz mostro que tiene un impacto (-6) viéndose afectado las plantas y árboles al ser intervenida y reemplazada por los postes para el cultivo y la infraestructura en general, lo que conllevó además que los animales que habitaban en ellos perdieran su hábitat.

Social

En relación al factor social se obtuvo un impacto de (+34) debido a que a través del tiempo se generan más empleo y actividad económica, se realizan un manejo de residuos, salud y seguridad.

Se puede concluir que la producción de pitahaya de la micro empresa JORGE FRUIT no generan niveles de afectación mayores para el medio ambiente, sin embargo, se considera adecuado más adelante la realización un plan de mejora que ayude a controlar de manera más esencial las pequeñas ineficiencias que se han presentado.

4.3.2. ACTIVIDAD II. DESCRIPCIÓN OPERATIVA Y REPRESENTACIÓN DE DIAGRAMAS DE PROCESOS DE LA MICROEMPRESA.

Esta actividad tiene como objetivo describir la parte operativa y conocer mediante flujo gramas los procesos de producción de la pitahaya y la forma en que esta será distribuida exportarse al mercado exterior. Teniendo en cuenta que JORGE FRUIT tiene como misión y visión.

MISIÓN

Ofrecemos la mejor variedad de productos frescos para personas y organizaciones, manejando estándares de alta calidad, sanos y seguros amigables con el ambiente.

VISIÓN

Ser una empresa de exportación en productos frescos de excelencia, reconocido por brindar calidad y frescura en nuestros productos producidos garantizado a su vez la confiabilidad de consumo.

4.3.2.1. EJECUCIÓN DE DIAGRAMA DE PROCESOS

Diagrama de proceso de la producción de la pitahaya.

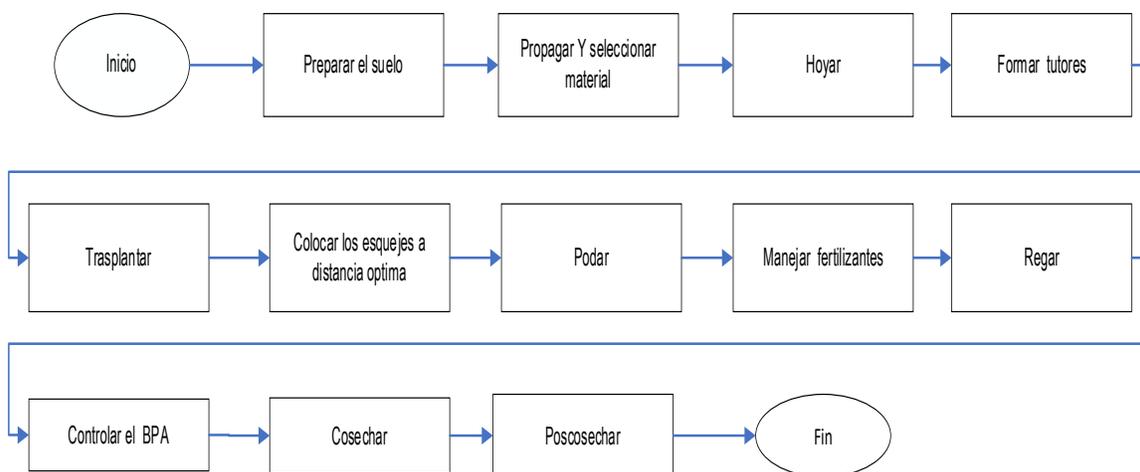


Figura 4.5. Diagrama de flujo de proceso de producción.

Fuente. Autoras de la investigación.

El proceso de la producción de la pitahaya inicia con la preparación del suelo donde se realiza la deshierba y control de malezas y un buen trazado orientado al sol, asimismo el terreno debe tener un buen drenaje para disminuir su costo de producción, continua con la propagación y selección del material (se recomienda utilizar espejes), el hoyado se realiza antes del trasplante de la siembra para no dañar la siembra el hoyo será de 40cm de profundidad y 20cm de ancho, seguido se realiza la formación de tutores con un distanciamiento de 2x3m. Una ubicado los tutores se realiza el trasplante con una densidad de dos esquejes, cuando la planta ya haya formado sus ramificaciones se realizan las podas para eliminar el exceso de ramas que pueden presentar posibles enfermedades o plagas. Asimismo, es importante que la aplicación de fertilizantes al suelo a una distancia de 40 a 50cm de la base del tallo de la planta y 5 cm de profundidad, completando con fertilización orgánica bien descompuesta. Se realiza el riego cada cierto tiempo mediante goteo, se complementa su desarrollo con los controles fitosanitarios debido a que se puede presentar problemas como pudrición de tallo y raíz, moscas y gusanos de la fruta, antracnosis en el fruto, pájaros etc. En la cosecha se utiliza tijeras para su recolección, las cosechas altas se dan entre marzo-abril y julio-agosto. Finalmente, la pitahaya pos cosechada es depositado en mesas de superficies lisas y gavetas plásticas para facilitar el proceso de selección y clasificación, se realiza la limpieza de la misma para eliminar cualquier residuo de flores, basuras u otras impurezas.

DIAGRAMA DE PROCESOS DE LA EXPORTACIÓN DE LA PITAHAYA

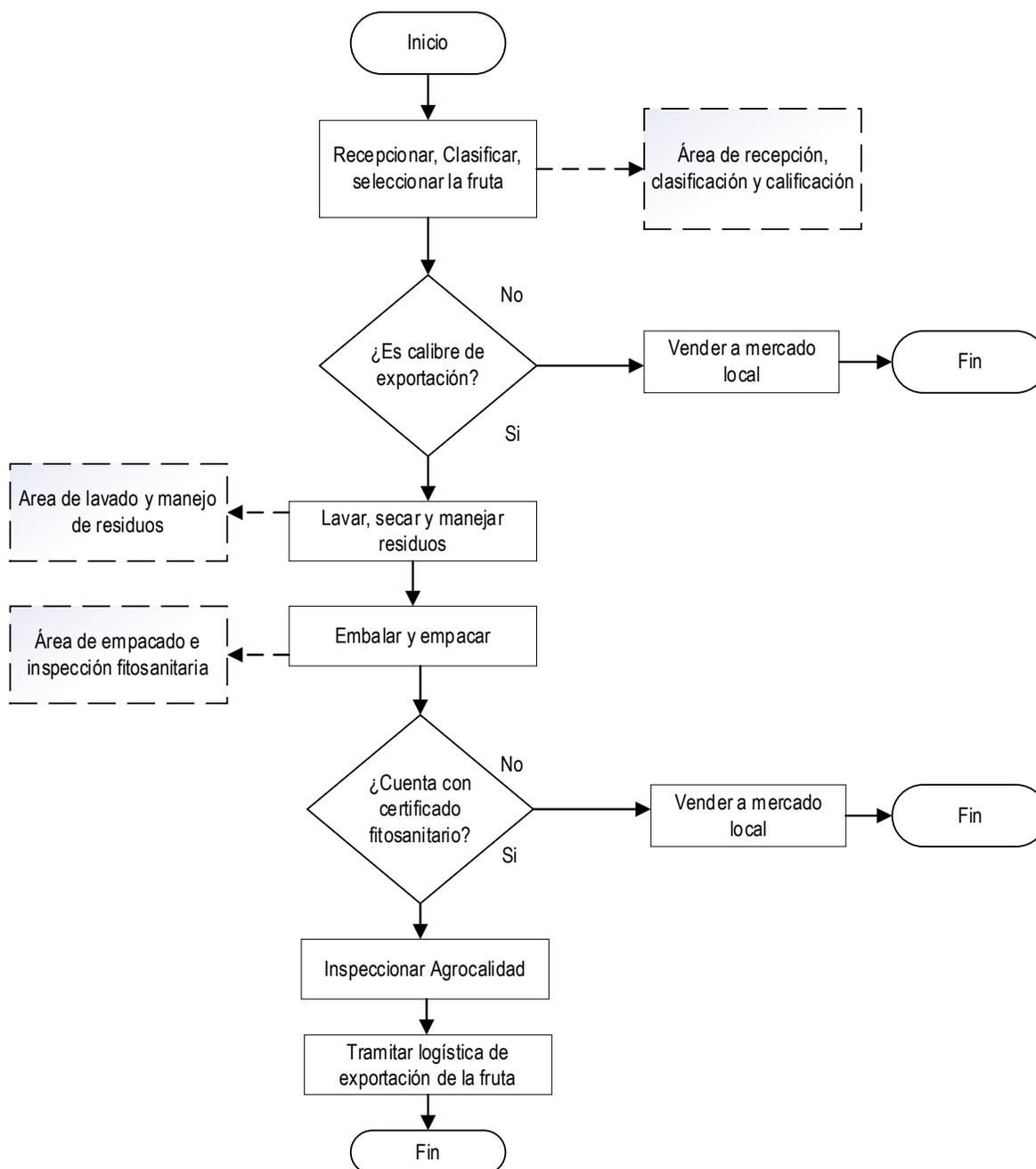


Figura 4.6. Diagrama de flujo de proceso de exportación.

Fuente. Autoras de la investigación.

El proceso de exportación de la pitahaya hacia Holanda, Países Bajos inicia con la recepción, clasificación, selección, limpieza y lavado de la fruta, una vez cumplida estas características se determina si es o no apto para su exportación sino cumple

la fruta se va a la venta local, si es calibre de exportación se procede a realizar el proceso de embalaje, valoración e inspección de la fruta. Si la fruta cuenta con los requisitos fitosanitarios necesarios se almacenará como producto terminado, si no cumple con el requisito se va para la venta local, finalmente se efectuará la logística y distribución para transportar el producto hasta la aduana del Ecuador.

4.3.2.2. PLANIFICACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE RECURSO DE PRODUCCIÓN

4.3.2.2.1. MATERIA PRIMA

La principal materia prima para la producción de pitahaya es Ramas de pitahaya.

4.3.2.2.2. TAMAÑO

El tamaño de la micro empresa JORGE FRUIT para la exportación de pitahaya al mercado holandés está dada por la capacidad productiva, al volumen o número de unidades que se puede producir en un año, según la formulación del proyecto:

Tabla 4.23. Tamaño.

Capacidad instalada	Tiempo
Cantidad cosechada para exportar	29.400
Producción de fruta por año	88.200
Número de veces que produce en el año	3

Fuente. Autoras de la investigación.

4.3.2.2.3. LOCALIZACIÓN

La micro empresa JORGE FRUIT se encuentra ubicada en la provincia de Manabí, Cantón Junín en el sitio la Soledad km 23.



Figura 4.7. Localización.

Fuente. Autoras de la investigación.

4.3.2.2.4. MAQUINARIA Y EQUIPO

Las maquinarias y equipo que se utilizaran para llevar a cabo la producción de pitahaya son:

Tabla 4.24. Maquinaria y equipo.

Imagen	Concepto	Descripción
	Balanza digital	Balanza digital de 30 k/66 lb 700 shine
	Guaraña	Desmalezadora Shindaiwa 2 Hp C350
	Sistema de riego	
	Bomba	Bomba de agua de gasolina 9 HP 4" 1500L/MIN INGCO
	Abre hoyo	Abre hoyo bellota de madera de 115cm
	Rastillo	Rastillo jardinero de 14 dientes marca Pretul
	Bomba de fumigación	Bomba de fumigar de 20 litros, marca Jecto
	Machete	18 pulgadas 45cm Acero Peinilla Charapo 2 Unids
	Tijeras (podar)	FELCO 1151001611510016- podadera ergonómica 1mango hasta 20mm 12.
	Fundas	Fundas orgánicas, tamaño 20 cm.
	Gavetas	Gavetas plásticas, tamaño 52x35
	Grapadora	Marca Artesco M-527
	Carretilla	Carretilla de metal extra fuerte de 65L
	Llantas
	Máquina de lavado y secado	Máquina de lavado y secado inoxidable con un Potencial de la bomba 0,75 kw/1.5 kw.

Fuente. Autoras de la investigación.

4.3.2.2.5. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA O DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL LUGAR DE TRABAJO

Tabla 4.25. Distribución de planta.

Nº	Departamentos	Disponibilidad en M ²
1	Área administrativa	24m ²
2	Área de lavado/secado y manejo de residuos	40m ²
3	Área de empaclado y etiquetado	20m ²
4	Área de carga y descarga	20m ²
5	Área de almacenamiento de herramientas y químicos	5m ²

6	Baño	3m ²
7	Terreno para cultivar	60.000m ²
	Total	60.112m ²

Fuente. Autoras de la investigación.

La planta de la microempresa Jorge fruit cuenta con toda la infraestructura adecuada para la producción de pitahaya con un total de 60.112m², distribuido en 24m² para el área administrativa, 40m² para el área de lavado y manejo de residuos, 20m² en el área de empaclado y etiquetado, 20m² en el área de carga y descarga del producto, 5m² para almacenar las herramientas y productos químicos, se complementará un baño de 3m² para uso general.

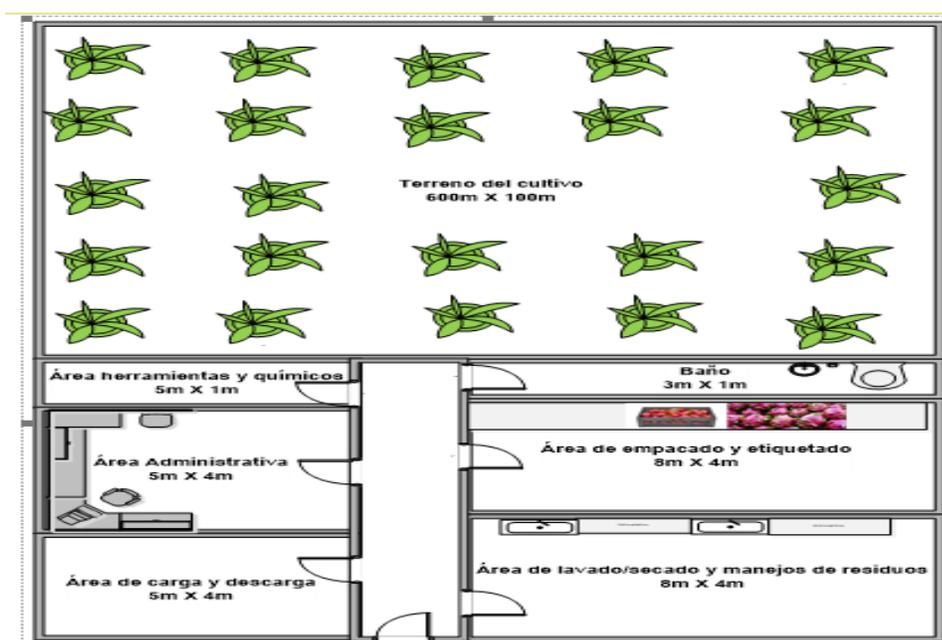


Figura 4.8. Diseño de la planta.
Fuente. Autoras de la investigación.

4.3.2.2.6. MANO DE OBRA Y PERSONAL OPERATIVO

Actualmente la micro empresa JORGE FRUIT cuenta con un número de trabajadores dedicado a la producción del cultivo de pitahaya detallados a continuación:

Tabla 4.26. Mano de obra y personal operativo.

Proceso	Número de persona a utilizar	Veces de año	Pago individual	Costo de la mano de obra
Deshierbe y limpieza del terreno	5	1	\$18.00	900

Drenaje	5	1	\$18.00	900
Balizado	5	1	\$18.00	270
Posteada	5	1	\$18.00	1.800
Siembra	5	1	\$18.00	1.800
Resiembra	2	1	\$18.00	72
Poda	4	3	\$18.00	1.080
Control fitosanitario	5	6	\$18.00	1.080
Control de maleza	5	3	\$18.00	810
Cosecha	5	3	\$18.00	540
Lavado, secado, empacado	3	3	\$18.00	162.00

Fuente. Autoras de la investigación

4.3.2.2.7. ORGANIGRAMA Y DISTRIBUCIÓN DE PUESTOS

La microempresa JORGE FRUIT presenta una estructura organizacional empleada en el modelo de gestión de la línea recta, procurando la igualdad al momento de tomar decisiones tanto internas con externa. Esta dirigida por el gerente y el Administrador técnico, contara con un área administrativa y de producción, bodega, así como lo muestra la figura 4.10.

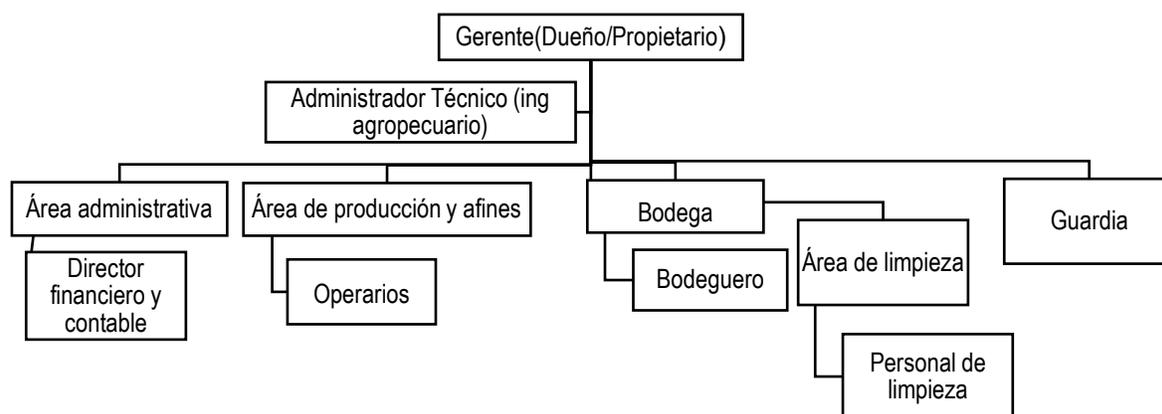


Figura 4.9. Organigrama.

Fuente. Autoras de la investigación.

A continuación, se detalla las funciones que desarrollaran el recurso humano en cada puesto asignado:

Tabla 4.27. Descripción del cargo del gerente.

Área:	Gerencia general
Identificación del cargo:	Gerencia
Salario	\$900
Funciones específicas:	<ul style="list-style-type: none"> • Organizar, dirigir y planificar las actividades efectuadas en la organización. • Liderar el proceso de planeación y tomar decisiones estratégicas. • Efectuar y Aprobar políticas que promueven la efectividad de sus procesos. • Socializar las actividades operativas en todas las áreas relacionadas. • Encargado oficial de captar nuevos contactos (clientes potenciales). • Cierre de negociaciones/relaciones comerciales.

	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer cumplir con los requisitos necesarios para exportar la fruta. • Crear un ambiente recíproco
Requisito del cargo:	<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel, Ingeniero o licenciado en administración, economía, finanzas o carreras afines. • Experiencia de 2 a 3 años en cargos similares. • Capacidad de liderazgo.

Fuente. Autoras de la investigación

Tabla 4.28. Descripción del cargo del administrador técnico.

Área:	Administrativa
Nombre del cargo:	Administrador técnico (Ingeniero Agropecuario)
Salario:	\$ 900
Funciones específicas:	<ul style="list-style-type: none"> • Encargado del reemplazo oportuno en caso de ausencia gerencial. • Control de equipos y herramientas. • Manejo e inspección de cultivos y área operacionales. • Asesoramiento del talento humano
Requisito del cargo:	<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel, Ingeniero Agrónomo con carreras afines. • Experiencia de 2 a 3 años en cargos similares. • Capacidad de liderazgo.

Fuente. Autoras de la investigación

Tabla 4.29. Descripción del cargo de director financiero contable.

Área:	Administrativa
Nombre del cargo:	Director financiero y contable
Salario:	\$800
Funciones específicas:	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de trámites administrativos y contables. • Contratos de trabajadores/pagos de salarios. • Recepción y control de documentación. • Control de presupuesto y gasto en inversión, control de ingresos.
Requisito del cargo:	<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel, Ingeniero o licenciado en administración, economía, auditoría o carreras afines. • Experiencia de 1 a 2 años en cargos similares. • Capacidad de liderazgo.

Fuente. Autoras de la investigación

Tabla 4.30. Descripción del cargo de Operarios.

Área:	Área de producción
Nombre del cargo:	Operarios
Salario:	\$18 diario
Funciones específicas:	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el proceso productivo. • Realizar el proceso de lavado/secado y manejo de residuos. • Realizar el proceso de empacado y etiquetado. • Realizar el proceso de carga y descarga. • Cumplir con las disposiciones dictaminadas por lo superiores.
Requisito del cargo:	<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel, Ingeniero o licenciado en administración, gestión de empresas, gestión en producción o carreras afines. • Experiencia de 1 a 2 años en cargos similares.

Fuente. Autoras de la investigación.

Tabla 4.31. Descripción del cargo de Bodeguero

Área:	Área de bodega
Nombre del cargo:	Bodeguero
Salario:	\$450

Funciones específicas:	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el proceso productivo. • Realizar el proceso de lavado/secado y manejo de residuos. • Realizar el proceso de empacado y etiquetado. • Realizar el proceso de carga y descarga. • Cumplir con las disposiciones dictaminadas por lo superiores.
Requisito del cargo:	<ul style="list-style-type: none"> • Título de segundo nivel o de tercer nivel.

Fuente. Autoras de la investigación

Tabla 4.32. Descripción del cargo del personal de limpieza

Área:	Área de limpieza
Nombre del cargo:	Personal de limpieza
Salario:	\$450
Funciones específicas:	<ul style="list-style-type: none"> • Encargado de la limpieza y desinfección de las arreas de las instalaciones.
Requisito del cargo:	<ul style="list-style-type: none"> • Educación básica o bachillerato. • Experiencia laborable demostrable como personal de limpieza. • Conocimiento de suministro de productos químicos de limpieza.

Fuente. Autoras de la investigación

Tabla 4.33. Descripción del cargo del personal de seguridad

Área:	Área de seguridad
Nombre del cargo:	Guardia
Salario:	\$ 500
Funciones específicas:	<ul style="list-style-type: none"> • Encargado de salvaguardar y velar por la seguridad de la instalación y de las personas. • Llevar el registro diario de las personas que ingresan a la micro empresa • Mantener el orden
Requisito del cargo:	<ul style="list-style-type: none"> • Título de segundo nivel o de tercer nivel.

Fuente. Autoras de la investigación

4.3.3. ACTIVIDAD III. DETERMINAR UN PLAN DE INVERSIÓN, COSTOS, GASTOS E INGRESOS.

4.3.3.1. PLAN DE INVERSIÓN

Para desarrollar del proyecto es necesario establecer un plan de inversión que muestre el capital que se requiere invertir en el negocio. Para iniciar, se tomará como base tres elementos importantes: activos tangibles e intangibles y capital de trabajo. Mediante su evaluación se muestra que JORGE FRUIT requiere una inversión inicial de \$206.583,58 distribuidos en \$118.454,62 para poder cubrir la inversión de los activos tangibles, \$340,59 para pagar sus activos intangibles y \$87.788,37 correspondiente al capital de trabajado. El prepuesto de la inversión resume todo el valor en dinero que necesita la micro empresa desde la plantación, instalaciones físicas de sus áreas hasta los gastos de exportación para vender la fruta a mercado exterior.

Tabla 4.34. Inversiones del proyecto

Inversiones del proyecto	
Concepto	total
Activo fijo tangible	118.454,62
Activo fijo intangible	340,59
Capital de trabajo	87.788,37
Inversión inicial	206.583,58

Fuente. Autoras de la investigación

Para una mayor comprensión de los valores obtenidos, se realiza el detalle de cada resultado para evidenciar la exactitud de su veracidad.

4.3.3.1.1. **ACTIVOS FIJOS TANGIBLES**

Son aquellos activos que están integrados por bienes que tienen una duración mayor a un año y sufren depreciación. Por consiguiente, los activos tangibles que la microempresa necesita para la ejecución de su trabajo son los siguientes:

Tabla 4.35. Valores tangibles

VALORES TANGIBLES	
Descripción	Valor total
Terreno	13.000,00
Distribución de planta	73.500,00
Maquinaria y equipo	27.317,30
Muebles y Enseres	1.578,32
Equipo de computo	2.969,00
Equipo de oficina	90,00
Total	118.454,62

Fuente. Autoras de la investigación

La siguiente tabla muestra cada uno de los activos fijos tangibles que JORGE FRUIT requiere invertir para la utilización en sus operaciones diarias, desde la implementación de sus instalaciones físicas hasta los equipos complementarios necesarios; cabe señalar que esta inversión es duradera a largo plazo. Correspondiente al terreno, es importante mencionar que las 6 hectáreas mencionadas se tienen como propósito comprar para producir un nuevo cultivo, misma que está valorada en 13.000,00 dólares por estar situada en loma.

Tabla 4.36. Activos fijos tangibles

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Terreno	6 (ha)		\$ 13.000,00
Distribución de la planta			\$ 73.500,00
Área Administrativa	24 m ²	0	\$ 12.500,00
Área de lavado/secado y manejo de residuos	40 m ²	0	\$ 20.000,00

Área de almacenamiento de herramientas y químicos	5m ²	0	\$ 8.500,00
Área de carga y descarga	20 m ²	0	\$ 12.000,00
Área de empacado y etiquetado	20 m ²	0	\$ 12.000,00
Baño	3 m ²	0	\$ 8.500,00
Maquinarias y equipos			\$ 27.317,30
Balanza digital	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Guaraña	2	\$ 250,00	\$ 500,00
Sistema de riego			\$1.200,00
Abre hoyo	5	\$ 20,76	\$ 103,80
Rastrillo	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Bomba de fumigación	3	\$ 300,00	\$ 900,00
Machete	3	\$ 18,00	\$ 36,00
Tijeras (podar)	5	\$ 6,50	\$ 32,50
Gavetas	500	\$ 8,00	\$ 4.000,00
Grapadora	4	\$ 2,50	\$ 10,00
Carretilla	4	\$ 55,00	\$ 220,00
Llantas	6000	\$ 0,30	\$ 1.800,00
Máquina de lavado y secado	1	\$18.400	\$ 18.400,00
Muebles y enseres			\$ 1.578,32
Escritorios	3	\$130,00	\$ 390,00
Sillas de escritorios	3	\$ 41,44	\$ 124,32
Mesa clasificadora	2	\$ 450,00	\$ 900,00
Sillas plásticas	8	\$ 8,00	\$ 64,00
Archivadores de oficina	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Equipo de computo			\$ 2.969,00
Computadoras de escritorio	2	\$ 590,00	\$ 1.180,00
Impresora	2	\$ 580,00	\$ 1.160,00
Laptop	1	\$ 629,00	\$629,00
Equipo de oficina			\$ 90,00
Aire acondicionado	1	\$550,00	\$ 550,00
Teléfono convencional	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Total Planta, Propiedad y Equipo		\$22.284,50	\$ 118.454,62

Fuente. Autores de la investigación

4.3.3.1.2. ACTIVOS INTANGIBLES

Son los bienes inmateriales, manifestados como derechos, privilegios, ventajas competitivas que constituyen un aumento en los ingresos mediante su uso en la organización. Como JORGE FRUIT no está legalmente constituida se tiene gastos de constitución en la superintendencia de compañía.

Tabla 4.37. Valores intangibles

VALORES INTANGIBLES	
Descripción	Valor total
Gastos constitución	340,59
Total	340,59

Fuente. Autores de la investigación

Asimismo, los gastos de constitución para poner en marcha a la microempresa son los siguientes:

Tabla 4.38. Gastos de constitución

CONCEPTO	VALORES EN DÓLARES
Elaboración de la minuta de constitución	80
Aprobación de la superintendencia de compañía	0
Derecho de marca	208
Permiso de constitución	20
Permiso del medio de ambiente	18
Registro sanitario	14,59
Total	340,59

Fuente. Autores de la investigación

4.3.3.1.3. CAPITAL DE TRABAJO

Es la fuente vital para que JORGE FRUIT inicie con la producción y se mantenga firme en el ciclo productivo de sus operaciones, de modo que se puedan pagar todos los costos incurridos en ese período.

Tabla 4.39. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL ANUAL
Mano de obra directa	9.414,00
Materiales indirectos	2.542,50
Mano de obra indirecta	16.200,00
Materia prima e Insumos	25469,34
Gastos Administrativos y Generales	33.647,50
Gastos de exportación	515,03
Total	87.788,37

Fuente. Autoras de la investigación

4.3.3.1.4. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

Tomando en consideración que JORGE FRUIT no cuenta con los recursos requeridos propios para su inversión total, se hace necesaria la realización de un préstamo bancario que favorezca en la ejecución de sus operaciones. Iniciará sus actividades de exportación con una inversión promedio de 206.583,58 donde el 50% 103.291,79 de la inversión corresponderá al dinero propio (se podrá cubrir la cantidad debido a que la micro empresa tiene ciertos ingresos por la hectárea en producción) y el 50% 103.291,79 restante se obtendrá mediante la realización de un crédito concedido mediante el Ban Ecuador. En el siguiente cuadro se podrá observar el porcentaje del crédito y de recursos propios que el inversionista requerirá.

Tabla 4.40. Fuentes de uso

CUADRO DE FUENTES DE USOS					
CONCEPTO	VALOR	PRÉSTAMO		RECURSO PROPIO	
		%	VALOR	%	VALOR
Terreno	\$13.000,00	50%	\$6.500	50%	\$6.500,00
Distribución de planta	\$73.500,00	50%	\$36.750	50%	\$36.750,00

Maquinarias y equipos	\$27.317,30	50%	\$13.659	50%	\$13.658,65
Equipo de oficina	\$90,00	50%	\$45	50%	\$45,00
Equipo de computo	\$2.969,00	50%	\$1.485	50%	\$1.484,50
Muebles y enseres	\$1.578,32	50%	\$789	50%	\$789,16
Activos intangibles	\$340,59	50%	\$170	50%	\$170,30
Capital de trabajo	\$87.788,37	50%	\$43.894	50%	\$43.894,19
TOTAL	\$206.583,58	50%	\$103.291,79	50%	\$103.291,79

Fuente. Autoras de la investigación

4.3.3.2.1. COSTOS, GASTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

A continuación, se muestra un resumen de los costos y gastos identificados en el proyecto:

Costos de producción: Serán utilizado para la plantación, mantenimiento y cuidado del cultivo.

Costos directos: Materia prima e insumos, ver en la **tabla 4.41.**, y mano de obra directa **tabla 4.42.**

Costos indirectos: Materiales indirectos, ver **tabla 4.44**, mano de obra indirecta **tabla 4.45** y depreciaciones **tabla 4.46.**

Gastos administrativos y generales: Conlleva aquellas aquellos gastos que generará el talento humano de la microempresa por sus labores ejecutadas, además se especifican aquellos servicios básicos y materiales requeridos para el cumplimiento de sus actividades **tabla4.47.**

Gastos financieros: Hace referencia al valor a pagar por concepto de préstamos con sus respectivos intereses y seguro **tabla 4.50.**

Gastos de exportación: Figuran aquellos requisitos que JORGE FRUIT necesitará presentar para ser posible el proceso de exportación **tabla 4.51.**

4.3.3.2.2. COSTOS DE PRODUCCIÓN

4.3.2.2.1. COSTOS DIRECTOS

Necesario para cumplir exitosamente con la producción de la fruta; es decir la utilización de los insumos complementarios que hacen que la pitahaya se desarrolle de manera favorable. En tal caso, una vez obtenida la materia prima/ramas de

pitahaya (no tiene costo porque se obtendrá del cultivo ya en producción), los insumos actuarán en favor a la calidad, al mantenimiento de consistencia sana, la eliminación de malezas insectos que deterioran la frutan; estos insumos son:

Tabla 4.41. Materia prima e insumos

Materia prima e Insumos			
Descripción	Cantidad	valor unitario	valor anual
AC-BLACK	5	\$30,00	\$150,00
LINOR	4	\$6,65	\$26,60
ZITOR	6	\$6,60	\$39,60
SIMBOLO	4	\$7,00	\$28,00
PROTEÍNA HIDROLIZADA	5	\$8,00	\$40,00
TRYCLAN	5	\$5,88	\$29,40
TRICHOPLUS	5	\$11,30	\$56,50
AC-MICRO	6	\$8,00	\$48,00
AC-ROOTS	7	\$15,50	\$108,50
AC-GREEN	4	\$8,65	\$34,60
BORO Metalosate	6	\$19,37	\$116,22
Rama Pitahaya	6000	-	-
Poste	3000	\$8,00	\$24.000,00
ZINC METALOSATE	6	\$96,84	\$581,04
SAETA GOLD	4	%14,62	\$58,48
GRAMOXONE NF	6	\$25,40	\$152,40
		TOTAL	25.469,34

Fuente. Autoras de la investigación

4.3.2.2.2. Mano de obra directa

Debido a que la producción está basada en procesos los mismo cinco operarios mencionados en la **tabla 4.42** trabajaran a su vez consecuentemente en cada proceso, es decir se contrataran los 5 empleados para que realicen la limpieza, una vez terminado ellos mismo realizaran el drenaje y así sucesivamente hasta que se termine el proceso, solo cuando sea necesario se contratará una persona más para cierta actividad. En cuanto al bodeguero se encargará de ejecutar solo esa actividad.

Tabla 4.42. Mano de obra directa

MANO DE OBRA DIRECTA			
DESCRIPCIÓN	UNIDADES DE MEDIDAS	CANTIDAD	VALOR TOTAL ANUAL
OPERARIOS	Operarios	5	\$9.414,00
		TOTAL	\$9.414,00

Fuente. Autores de la investigación

Para complementar con mayor precisión lo anterior, se detalla una tabla con el tiempo y las personas requeridas en cada proceso, cabe resaltar que la distribución de la operación se los realiza conforme a los 5 operarios que serán contratados,

pero como se especifica en la tabla 4.43 se requiere 5 operarios por cada actividad y tiempo detallado.

Tabla 4.43. Detalle de la ejecución de las actividades por sus operarios

Detalle	Tiempo	Operarios requeridos para el trabajo	Pago individual	Pago total	Veces en el año	Valor anual
Deshierbe y limpieza del terreno	2 semanas (10 días)	5	\$18,00	\$ 900,00	1	\$ 900,00
Drenaje	2 semanas (10 días)	5	\$18,00	\$ 900,00	1	\$900,00
Balizado	3 días	5	\$18,00	\$ 270,00	1	\$ 270,00
Posteada	4 semanas (20 días)	5	\$18,00	\$1.800,00	1	\$1.800,00
Siembra	4 semanas (20 días)	5	\$18,00	\$1.800,00	1	\$1.800,00
Resiembra	2 días	2	\$18,00	\$ 72,00	1	\$ 72,00
Poda	1 semana (5 días)	4	\$18,00	\$ 360,00	3	\$1.080,00
Control Fitosanitario	2 días	5	\$18,00	\$ 180,00	6	\$1.080,00
Control de malezas	3 días	5	\$18,00	\$270,00	3	\$810,00
Cosecha	2 días	5	\$18,00	\$180,00	3	\$ 540,00
Lavado						
Secado	1 día	3	\$18,00	\$54,00	3	\$ 162,00
Empacado						
					Total	\$9.414,00

Fuente. Autoras de la investigación

4.3.2.2.2.3. COSTOS INDIRECTOS

Son los recursos necesarios complementarios para que Jorge Fruit culmine su proceso de exportación de manera eficiente, porque es fundamental que la fruta este consecuentemente valorada, cumpla con los requisitos de etiqueta y materiales requeridos (indirectos) para que pueda ingresar al país destino con la contextura firme y de calidad, llegue al consumidor final con las mejores condiciones posibles.

Tabla 4.44. Materiales indirectos

MATERIALES INDIRECTOS				
DESCRIPCIÓN	UNIDADES DE MEDIDAS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Esponja blanca de 5mm	Unidades	18000	0,05 ¢	\$900,00
Etiqueta	Unidades	18000	0,05 ¢	\$900,00
Funda de polietileno	Unidades	18000	0,01 ¢	\$180,00
Caja de cartón corrugado	Unidades	2250	0,25 ¢	\$562,50
			Total	\$2.542,50

Fuente. Autoras de la investigación

Al igual que los materiales indirectos, la mano de obra indirecta a pesar que no interviene en la producción de la pitahaya, es de radical importancia porque es la persona responsable de la existencia del movimiento comercial; es decir se encarga de encontrar nuevos cliente y alianzas comerciales, cerrar contratos, direccionará

el proceso de exportación, entre otros. De tal manera, el ingeniero tendrá un pago mensual de \$900,00 dependiendo de la capacidad de su trabajo.

Tabla 4.45. Mano de obra indirecta

MANO DE OBRA INDIRECTA				
Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor total mensual	valor total anual
Ing agropecuario	Profesional	1	\$900,00	\$10.800,00
Bodeguero		1	\$450,00	\$ 5.400,00
			total	\$16.200,00

Fuente. Autoras de la investigación

4.3.3.3.2.4. DEPRECIACIONES

Es importante para conocer que las inversiones de los activos tangibles sufren desgastes, disminuyen con el año su potencial servicio.

Tabla 4.46. Depreciaciones

DEPRECIACIONES				
CONCEPTO	INVERSIÓN	VIDA ÚTIL	%	VALOR TOTAL ANUAL
DEPRECIACIÓN LÍNEA RECTA				
Maquinarias y equipos	\$27.317,30	10	10%	\$ 2.731,73
Muebles y enseres	\$ 1.578,32	10	10%	\$ 157,83
Equipo de computo	\$ 2.969,00	3	33%	\$ 989,67
Equipo de oficina	\$ 90,00	5	20%	\$ 18,00
			Total	\$3.897,23

Fuente. Autoras de la investigación.

4.3.3.2.5. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Es parte esencial de JORGE FRUIT para realizar sus actividades administrativas, además es importante tomar en cuenta la utilización de los servicios básicos para que el recurso humano cumpla con sus actividades diarias

Tabla 4.47. Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Gerente	Profesional	1	\$900,00	\$10.800,00
Director financiero y contable	Profesional	1	\$800,00	\$ 9.600,00
Guardia		1	\$500,00	\$6.000,00
Personal de Limpieza		1	\$450,00	\$5.400,00
Gastos Generales				
Página web		1		\$200,00
Consumo de energía eléctrica	k/h		\$50	\$600,00
Consumo de teléfono (convencional)	Minutos		\$20	\$240,00
Internet	100 Mbps	1	\$60	\$720,00
Útiles de oficinas	kit	1	0	\$ 20,50
Materiales de limpieza	Unidades	1	0	\$67,00
			total	\$ 33.647,50

Fuente. Autoras de la investigación.

De forma general los útiles de oficinas requeridos para que el personal administrativo desarrolle su trabajo se detallan a continuación:

Tabla 4.48. Útiles de oficina

Útiles de oficinas	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario en (USD)	Valor total (USD)
Resmas de papel	Unidades	2	\$ 4,50	\$ 9,00
lapiceros	Unidades	3	0,35 ¢	\$ 1,05
Lápiz	Unidades	3	0,30 ¢	0,90
Grapadoras	Unidades	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Perforadoras	Unidades	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Cajas de clip	Unidades	1	0,30 ¢	0,30 ¢
Borradores	Unidades	1	0,25¢	0,25¢
Carpetas	Unidades	6	0,25¢	\$ 1,50
Correctores	Unidades	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Total				\$ 20,50

Fuente. Autores de la investigación

Asimismo, los materiales de limpiezas necesarias que serán utilizados para el aseo e higiene dentro de las instalaciones de la microempresa son los siguientes:

Tabla 4.49. Materiales de limpieza

Materiales de limpiezas	Unidades de mediadas	Cantidad	Valor Unitario en (USD)	Valor total en (USD)
Escobas	Unidad	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Trapeadores	Unidad	2	\$2,50	\$5,00
Pares de guantes	Unidad	7	\$ 0,50	\$ 3,50
Jabón Líquido	Unidad	3	\$ 2,50	\$ 7,50
Desinfectante	Unidad	4	\$ 2,00	\$8,00
Detergente	Unidad	4	\$ 2,00	\$ 8,00
Papel higiénico (paq. de 12)	Unidad	6	\$ 5,00	\$ 30,00
Total				\$ 67,00

Fuente. Autores de la investigación

4.3.3.2.6. GASTOS FINANCIEROS

Son aquellos valores que debe cancelar la micro empresa por motivo de préstamo para satisfacer las necesidades para el financiamiento del proyecto. El préstamo será realizado bajo la razón de crédito productivo para pymes con una tasa de interés del 10%, así mismo se determinó que estará dado por un período de tiempo de 10 años (se pagará en 20 períodos semestrales, cada seis meses con un valor de \$8,944.40). La siguiente tabla muestra lo mencionado anteriormente.

Tabla 4.50. Cuadro de amortización de préstamo

No	Cuota	Interés	Seguro	Abono	Saldo
0					103.291,79
1	\$8.944,40	5041,5533	739,5	\$3.163,34	\$100.128,45
2	\$8.944,40	4887,15419	739,5	\$3.317,74	\$96.810,71
3	\$8.944,40	4725,21904	739,5	\$3.479,68	\$93.331,03

4	\$8.944,40	4555,38003	739,5	\$3.649,52	\$89.681,51
5	\$8.944,40	4377,25137	739,5	\$3.827,64	\$85.853,87
6	\$8.944,40	4190,42845	739,5	\$4.014,47	\$81.839,40
7	\$8.944,40	3994,48692	739,5	\$4.210,41	\$77.628,99
8	\$8.944,40	3788,98171	739,5	\$4.415,91	\$73.213,08
9	\$8.944,40	3573,44603	739,5	\$4.631,45	\$68.581,63
10	\$8.944,40	3347,3903	739,5	\$4.857,51	\$63.724,12
11	\$8.944,40	3110,30105	739,5	\$5.094,59	\$58.629,53
12	\$8.944,40	2861,63975	739,5	\$5.343,26	\$53.286,27
13	\$8.944,40	2600,84157	739,5	\$5.604,05	\$47.682,22
14	\$8.944,40	2327,31414	739,5	\$5.877,58	\$41.804,64
15	\$8.944,40	2040,43615	739,5	\$6.164,46	\$35.640,18
16	\$8.944,40	1739,55597	739,5	\$6.465,34	\$29.174,84
17	\$8.944,40	1423,99018	739,5	\$6.780,91	\$22.393,93
18	\$8.944,40	1093,02199	739,5	\$7.111,87	\$15.282,06
19	\$8.944,40	745,89962	739,5	\$7.459,00	\$7.823,06
20	\$8.944,40	381,834607	739,5	\$7.823,06	\$0,00

Fuente. Autoras de la investigación

4.3.3.2.7. GASTOS DE EXPORTACIÓN

Los gastos de exportación que figuran en la **tabla 4.51** son valores específicos de los requisitos que conllevan gastos; se consideró su determinación de forma trimestral, es decir con base a los períodos que se cosecha la fruta que sería las veces en que JORGE FRUIT exportará la fruta anualmente.

Tabla 4.51. Gastos de exportación

GASTOS DE EXPORTACIÓN				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR DE ENVIO	VALOR TRIMESTRAL	VALOR ANUAL
Transporte de flete interno	3	\$150,00		\$ 450,00
Emisión del certificado digital de firma electrónica en token	1	\$ 54,88	\$ -	\$ 54,88
Registro de la declaración de aduana del exportador	1	\$ -	\$ -	Gratuita
Factura Comercial	1	\$ -	\$ -	Gratuita
Certificado de Origen	1	\$10,00	-	\$10,0
Lista de empaque	1	0,05¢	3	0,15¢
Certificado Fitosanitario	1	\$-		Gratuita
Global Gap	1	\$ -		Gratuita
			Total	\$ 515,03

Fuente: Autores de la investigación

4.3.3.2.8. PROYECCIONES Y RESUMEN DE LOS COSTOS Y GASTOS

La siguiente tabla resume los costos y gastos que requiere el proyecto para su inversión, las proyecciones están dadas con datos de la inflación hasta el mes de abril del año 2023 de 0,0244 (INEC, 2023).

Tabla 4.52. Proyecciones de costos y gastos

	Inflación del 2023 (hasta abril)			0,0244%	1,000244
PROYECCIONES DE COSTOS Y GASTOS					
Costos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mano de obra directa	\$ 9.414,00	\$9.416,30	\$9.418,59	\$9.420,89	\$ 9.423,19
Mano de obra indirecta	\$16.200,00	\$6.203,95	\$16.207,91	\$16.211,86	\$16.215,82
Materiales indirectos	\$ 2.542,50	\$2.543,12	\$2.543,74	\$2.544,36	\$2.544,98
Materia prima e Insumos	\$25.469,34	\$25.475,55	\$25.481,77	\$25.487,99	\$25.494,21
Depreciaciones	\$3.897,23	\$3.898,18	\$3.899,13	\$3.900,08	\$3.901,03
Total de costos de producción	\$57.523,07	\$57.537,10	\$57.551,14	\$57.565,19	\$ 57.579,23
Gastos Administrativos	\$ 33.647,50	\$33.655,71	\$33.663,92	\$33.672,14	\$33.680,35
Gastos financieros	\$103.291,79	\$103.316,99	\$103.342,20	\$103.367,42	\$103.392,64
Gastos de exportación	\$515,03	\$515,16	\$515,28	\$515,41	\$515,53
Total de gastos	\$137.454,32	\$137.487,86	\$137.521,41	\$137.554,96	\$137.588,52
Total costos y gastos	\$194.977,39	\$195.024,96	\$195.072,55	\$195.120,15	\$195.167,76

Fuente. Autoras de la investigación

4.3.3.2.9. INGRESO POR VENTAS DEL PROYECTO

El presupuesto es tomado con datos de la oferta total de frutas que produce Jorge Fruit anualmente, estos datos se encuentran planificado a la producción y volumen de ventas. El precio de la pitahaya en el mercado holandés incrementa dependiendo de su inflación. En el siguiente cuadro se detalla los posibles ingresos del estudio, se proyecta con base a 5 años, considerando la inflación del país destino del año 2023 que es de 0,052 según Datosmacro (2023). Las ventas del producto se han establecido de \$4.

Tabla 4.53. Ingreso del proyecto

	Inflación Holanda 2023 (hasta abril)			0,052	1,052
INGRESO DEL PROYECTO					
PRODUCTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CANTIDAD	88.200,00	92.786,40	97.611,29	102.687,08	108.026,81
PRECIO VENTA POR Kg	4	4,21	4,43	4,66	4,90
INGRESOS ANUALES	352.800,00	390.445,17	432.107,23	478.214,80	529.242,24

Fuente. Autoras de la investigación

Una vez determinado los costos que incurrirá la ejecución de proyecto, se podrá definir si es conveniente o no realizar el proyecto conforme a su rentabilidad y al análisis de los ingresos adecuados obtenidos.

4.3.4. ACTIVIDAD IV. ELABORACIÓN DEL ANÁLISIS COSTO-BENEFICIO E INDICADORES DE EVALUACIÓN (VAN, TIR, RELACIÓN COSTO/BENEFICIO Y PRI).

Esta actividad se realizó en base a los datos obtenidos de la fase anterior. Es importante recordar que los indicadores financieros permitieron analizar que, si es rentable el proyecto, lo que también ayudo a determinar en qué período la inversión inicial será recuperado. Para el cálculo de los indicadores se realizó un estado de resultado detallado con absoluta claridad los principales ingresos y egresos anuales.

Tabla 4.54. Estado de resultado

	Inflación del 2023 (Hasta abril)		0,02%	1,000244	
ESTADO DE RESULTADO					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	352.800,00	352.886,08	352.972,19	353.058,31	353.144,46
(-) Costos de Ventas	57.523,07	57.537,10	57.551,14	57.565,19	57.579,23
(=) Utilidad bruta de ventas	295.276,93	295.348,98	295.421,04	295.493,13	295.565,23
Gastos Administrativos	33.647,50	33.655,71	33.663,92	33.672,14	33.680,35
Gastos de exportación	515,03	515,16	515,28	515,41	515,53
Total de Gastos Operacionales	34.162,53	34.170,87	34.179,20	34.187,54	34.195,88
(=) Resultados Operacional	261.114,40	261.178,11	261.241,84	261.305,58	261.369,34
(-) Gastos Financieros	103.291,79	103.316,99	103.342,20	103.367,42	103.392,64
(=) Utilidad antes de participación trabajadores	157.822,61	157.861,12	157.899,64	157.938,17	157.976,70
15% Participación trabajadores	23.673,39	23.679,17	23.684,95	23.690,72	23.696,51
(=) Utilidad antes de impuestos	134.149,22	134.181,95	134.214,69	134.247,44	134.280,20
(-) 22% Impuesto a la renta	29.512,83	29.520,03	29.527,23	29.534,44	29.541,64
(=) UTILIDAD NETA	104.636,39	104.661,92	104.687,46	104.713,00	104.738,55

Fuente. Autores de la investigación.

El flujo de caja permite determinar los ingresos reales que tendrá la microempresa sobre la entrada y salida de dinero en el período determinado, se lo realiza con el fin de determinar cuál es la cantidad de capital que requiere la micro empresa para llevar a cabo el negocio. Este instrumento es la suma de todos los ingresos menos los pagos y gastos que realiza la entidad. La tabla muestra el flujo de caja proyectado en 5 años.

Tabla 4.55. Flujo de caja

RUBRO	AÑOS					Inflación 2023(hasta abril)
	0	1	2	3	4	5
Ventas		352.800,00	352.886,08	352.972,19	353.058,31	353.144,46
Valor restante del Activos fijos				2.236,00		480,00
Total Ingresos		352.800,00	352.886,08	355.208,19	353.058,31	353.624,46
Costos de venta		57.523,07	57.537,10	57.551,14	57.565,19	57.579,23
Gastos operativos		34.162,53	34.170,87	34.179,20	34.187,54	34.195,88
Participación laboral		23.673,39	23.679,17	23.684,95	23.690,72	23.696,51
Interés		8.944,40	8.946,58	8.948,76	8.950,94	8.953,13
Amortización del prestamos		103.291,79	103.316,99	103.342,20	103.367,42	103.392,64
Impuesto		29.512,83	29.520,03	29.527,23	29.534,44	29.541,64
Inversión	206.583,58					
Total egresos	206.583,58	257.108,00	257.170,74	257.233,49	257.296,25	257.359,03
Total de flujo neto		95.692,00	95.715,34	97.974,70	95.762,06	96.265,43

Fuente. Autores de la investigación

Finalmente se realiza el cálculo de los indicadores financieros, mismo que para la determinación del TIR fue indispensable aplicar la fórmula del TMAR (tasa de descuento), porque con su aplicación se puede identificar si es conveniente invertir en el proyecto, la fórmula para su cálculo según Baca (2013), citado por Bustamante (2021) es:

$$TMAR = i + f + (i * f)$$

Donde el premio riesgo es (i) y la tasa de inflación es (f). Por consiguiente, la tasa de inflación promedio se determina con proyecciones de la tasa de inflación del año 2017 hasta el 2022 obtenido de (Dato mundial, 2021), (ver anexo 10) donde se tuvo como resultado un valor de 5%; para el premio al riesgo se utiliza la tasa de interés que es de 10% (del préstamo que se realizará en el Ban Ecuador), con base a estos datos se obtuvo un porcentaje del TMAR del 16%.

Datos

$$I = 0.1$$

$$F = 0.05$$

$$TMAR = i + f + (i * f)$$

$$TMAR = 0.1 + 0.05 + (0.1 * 0.05)$$

$$TMAR = 0.155 * 100$$

$$TMAR = 16\%$$

Tabla 4.56. Flujo de efectivo

DATOS	Inversión inicial	206.583,58			
	Tasa de descuento	16%			
PERIODO	INGRESO	EGRESO	FLUJO DE EFECTIVO NETO	VALOR PRESENTE	AUMULADO
0	\$-	\$206.583,58	\$-206.583,58	\$-206.583,58	\$-206.583,58
1	\$352.800,00	\$257.108,00	\$95.692,00	\$82.493,10	\$-124.090,48
2	\$ 352.886,08	\$257.233,49	\$95.652,59	\$ 71.085,46	\$ -53.005,02
3	\$ 355.208,19	\$257.233,49	\$97.974,70	\$62.768,24	\$9.763,22
4	\$ 353.058,31	\$257.296,25	\$95.762,06	\$52.888,53	\$ 62.651,75
5	\$ 353.624,46	\$257.359,03	\$96.265,43	\$45.833,22	\$ 108.484,98

Fuente. Autoras de la investigación

Tabla 4.57. Indicadores financieros

	Fórmulas financieras	Fórmulas aritméticas
Valor presente de la suma de flujos actualizados	\$315.068,56	\$ 315.068,56
Valor presente neto financiero (VPN)	\$108.484,98	\$108.484,98
Tasa interna de Retorno Financiero (TIR)	37%	
Índice de rentabilidad o Razón Beneficio/Costo	\$1,53	\$1,53
Período de Recuperación de la Inversión (PRI)	2,84	\$2,84

Fuente. Autores de la investigación

Con base a las especificaciones anteriores se establece lo siguiente:

- El valor presente de la suma del flujo actualizado es de \$315,068.56 lo que indica que es rentable invertir en el proyecto porque el valor obtenido es positivo.
- El valor actual neto (VAN) es de 108,484.98 lo que representa la rentabilidad que generará el proyecto, en su análisis se muestra que es viable porque según la regla del resultado del VAN demuestra que cuando el valor es positivo el proyecto es factible.
- La tasa interna de retorno (TIR) es del 37%, este porcentaje es superior al TMAR (16%) lo que indica que el proyecto tiene rentabilidad.
- La relación costo beneficio de es 1,53; es decir, por cada dólar invertido es este proyecto se obtendrá una rentabilidad de 0,53 ctvs.
- El período de recuperación de la inversión indica que se recuperará la inversión en 2 años, 10 meses y 64 días.

4.4. FASE IV. ESTRUCTURAR EL PLAN DE NEGOCIOS PARA EXPORTAR LA PITAHAYA QUE PRODUCE LA MICROEMPRESA JORGE FRUIT.

Para la estructuración del plan de negocios se tomó como referencia para la propuesta lo expuesto por el Diario el exportador (2023) que contempla el resumen, descripción de la empresa, planificación estratégica, descripción del producto, análisis del mercado, estrategia de comercialización, logística, análisis financiero impacto ambiental y recomendaciones generales.



PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE LA PITAHAYA ROJA A HOLANDA-PAÍSES BAJOS

AUTORAS:

Briggith Stefania Alcívar Basurto
Mónica Andrea Sánchez Solórzano

2023

RESUMEN EJECUTIVO

JORGE FRUIT tiene como objetivo principal exportar la pitahaya roja al mercado exterior aprovechando las oportunidades de negocios existente para obtener mayor rentabilidad, sin embargo, hay que considerar que existen retos fuertes que van más allá del simple hecho de exportar, es decir implica la cooperación y preparación estratégica de todas las partes relacionada de la micro empresa para cumplir con las especificaciones exigidas en su proceso.

Para el éxito de la exportación, se ha detallado en fases el plan de negocios para recabar la información necesaria para cumplir con el objetivo. En el estudio de mercado se realizó varias matrices de análisis estratégico, mismo que permitió observar que cuenta con fortalezas y oportunidades para expandirse a nuevos mercados. Así mismo, se indagó mediante instituciones que fomentan la producción y exportación de la pitahaya como Pro Ecuador y otras páginas oficiales como Agro calidad y web oficial de la Unión y Comisión Europea que además de obtener información importante de los aspectos legales, regulaciones, normas y requisitos para su ingreso al mercado se concretó como mercado meta a Países Bajos, Holanda al ser unos de los países primario en importar la fruta.

Este mercado tiene crecimiento en su PIB y tiene una población mayor a los diecisiete millones de habitantes, cuenta con una economía fuerte y sus referencias económicas figuran de manera favorable para mantener relaciones comerciales estables. Otro de los factores que beneficia a JORGE FRUIT para exportar es que Países Bajos al ser un país con poca oferta de pitahaya hace que sea atractivo en comparación a su demanda, porque además de ser unos de los principales importadores de la fruta, actúa como fuerte re exportador de la pitahaya a otros países de la Unión Europea, y considerando el acuerdo que mantiene con Ecuador, se podrá exportar libremente sin arancel.

CARACTERIZACIÓN

Razón Social: JORGE FRUIT.

Ruc: 1314473933001

Dirección: Soledad, vía Junín/Calceta. Provincia: Manabí/distrito zona 4/13D06

Correo electrónico: jorgefruit22@gmail.com

Sitio web: <https://sites.google.com./view/jorgefruit?usp=sharing>

Representante legal

Dueño del negocio: Ing. Jorge Salvador Sánchez Solórzano

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Misión

Ofrecemos la mejor variedad de productos frescos para personas y organizaciones, manejando estándares de alta calidad, sanos y seguros amigables con el ambiente.

Visión

Ser una empresa de exportación en productos frescos de excelencia, reconocido por brindar calidad y frescura en nuestros productos producidos garantizado a su vez la confiabilidad de consumo.

Objetivos organizacionales

- Incrementar la producción para cumplir con la oferta exportable en el mercado.
- Fortalecer la efectividad de sus procesos.
- Establecer una cultura de trabajo en equipo, basado en honestidad y respeto.
- Cumplir con las certificaciones y requisitos para exportar a mercado externo.
- Trabajar bajo normas de responsabilidad social y desarrollo sostenible, inculcando valores que protejan el medio ambiente.
- Priorizar la calidad y frescura de la fruta que respondan a la necesidad del mercado.
- Promover alianzas comerciales con proveedores de la fruta.
- Lograr la exportación de la pitahaya a mercados externos.

- Generar rentabilidad sostenible.

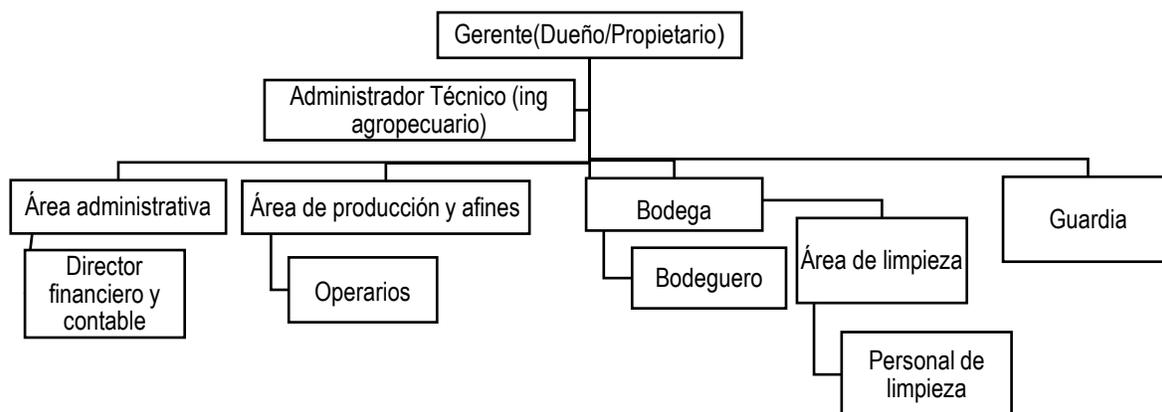
Valores

Calidad, confiabilidad, puntualidad, honradez, respeto y transparencia en cada uno de los procesos.

FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>F1 Fruta de Calidad. F2 Certificado fitosanitario aprobado. F3 Talento humano capacitado. F4 Producto con gran valor nutricional. F5 Geo localización de cultivos propios. F7 Acceso a servicios básicos.</p>	<p>D1 Recursos económicos inestable. D2 Producción media baja para cubrir demanda. D3 Marca no posicionada en el mercado existente. D4 No cuenta con un plan de negocio. D5 Falta de infraestructura (centro de acopio-bodegas). D6 Falta de manejo contable. D7 Falta de estrategias para su expansión</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>O1 Demanda estable O2 Control fitosanitario de AGROCALIDAD para las buenas prácticas agrícolas (BPA). O3 Incremento en la tendencia del estilo y alimentación saludable. O4 Precios rentables en mercados internacionales. O5 Apertura de nuevos mercados exteriores para la pitahaya roja O6 Crecimiento de importaciones de pitahaya en Europa desde Ecuador. O8 Fuentes de financiamiento (créditos). O9 Acuerdo de multiparte entre Ecuador y la Unión Europea. O10 Presencia de leyes que apoyan al desarrollo de la actividad agro productiva de las empresas.</p>	<p>A1 Afectaciones en la producción por fenómenos naturales. A2 Competencia. A4 Afectaciones causadas por virus/plagas en frutas. A5 Inestabilidad económica y política del país. A7 Implicaciones aduaneras. A8. Variación de precios por oferta alta de producción de pitahaya.</p>

Organigrama



Puestos de trabajo

Área:	Gerencia general
Identificación del cargo:	Gerencia
Salario	\$900
Funciones específicas:	<ul style="list-style-type: none"> • Organizar, dirigir y planificar las actividades efectuadas en la organización. • Liderar el proceso de planeación y tomar decisiones estratégicas. • Efectuar y Aprobar políticas que promueven la efectividad de sus procesos. • Socializar las actividades operativas en todas las áreas relacionadas. • Encargado oficial de captar nuevos contactos (clientes potenciales). • Cierre de negociaciones/relaciones comerciales. • Hacer cumplir con los requisitos necesarios para exportar la fruta. • Crear un ambiente reciproco
Requisito del cargo:	<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel, Ingeniero o licenciad en administración, economía, finanzas o carreras afines. • Experiencia de 2 a 3 años en cargos similares. • Capacidad de liderazgo.

Área:	Administrativa
Nombre del cargo:	Administrador técnico (Ingeniero Agropecuario)
Salario:	\$900
Funciones específicas:	<ul style="list-style-type: none"> • Encargado del reemplazo oportuno en caso de ausencia gerencial. • Control de equipos y herramientas. • Manejo e inspección de cultivos y área operacionales. • Asesoramiento del talento humano
Requisito del cargo:	<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel, Ingeniero Agrónomo con carreras afines. • Experiencia de 2 a 3 años en cargos similares. • Capacidad de liderazgo.

Área:	Administrativa
Nombre del cargo:	Director financiero y contable
Salario:	\$800
Funciones específicas:	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de trámites administrativos y contables. • Contratos de trabajadores/pagos de salarios. • Recepción y control de documentación. • Control de presupuesto y gasto en inversión, control de ingresos.
Requisito del cargo:	<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel, Ingeniero o licenciado en administración, economía, auditoria o carreras afines. • Experiencia de 1 a 2 años en cargos similares. • Capacidad de liderazgo.

Área:	Área de producción
Nombre del cargo:	Operarios
Salario:	\$18,00 mensual
Funciones específicas:	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el proceso productivo. • Realizar el proceso de lavado/secado y manejo de residuos. • Realizar el proceso de empaçado y etiquetado. • Realizar el proceso de carga y descarga. • Cumplir con las disposiciones dictaminadas por lo superiores.
Requisito del cargo:	<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel, Ingeniero o licenciado en administración, gestión de empresas, gestión en producción o carreras afines. • Experiencia de 1 a 2 años en cargos similares.

Área:	Área de bodega
Nombre del cargo:	Bodeguero
Salario:	\$450
Funciones específicas:	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el proceso productivo. • Realizar el proceso de lavado/secado y manejo de residuos. • Realizar el proceso de empacado y etiquetado. • Realizar el proceso de carga y descarga. • Cumplir con las disposiciones dictaminadas por lo superiores.
Requisito del cargo:	<ul style="list-style-type: none"> • Título de segundo nivel o de tercer nivel.

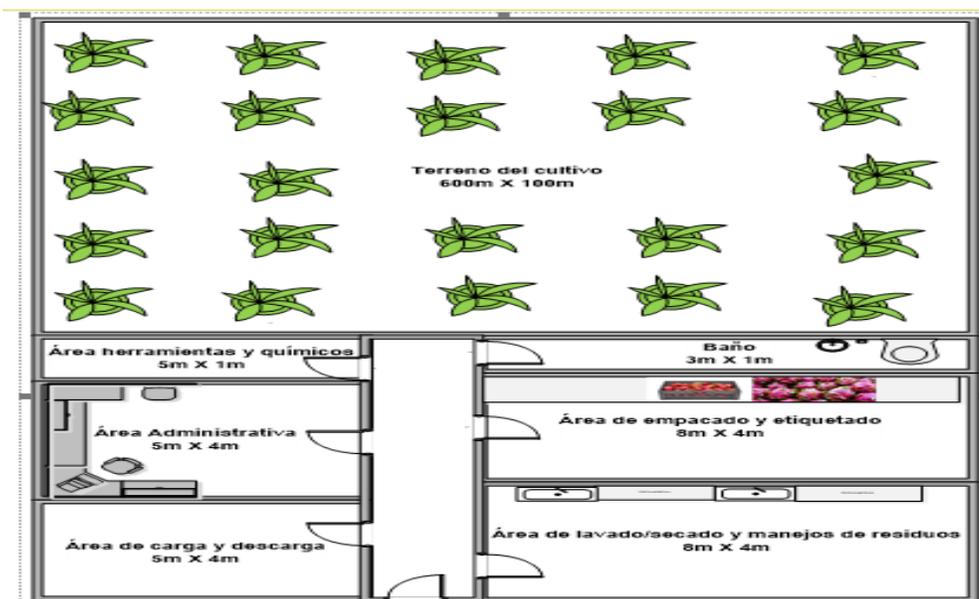
Área:	Área de limpieza
Nombre del cargo:	Personal de limpieza
Salario:	\$450
Funciones específicas:	<ul style="list-style-type: none"> • Encargado de la limpieza y desinfección de las arreas de las instalaciones.
Requisito del cargo:	<ul style="list-style-type: none"> • Educación básica o bachillerato. • Experiencia laborable demostrable como personal de limpieza. • Conocimiento de suministro de productos químicos de limpieza.

Área:	Área de seguridad
Nombre del cargo:	Guardia
Salario:	\$ 500
Funciones específicas:	<ul style="list-style-type: none"> • Encargado de salvaguardar y velar por la seguridad de la instalación y de las personas. • Llevar el registro diario de las personas que ingresan a la micro empresa • Mantener el orden
Requisito del cargo:	<ul style="list-style-type: none"> • Título de segundo nivel o de tercer nivel.

Fuente. Autoras de la investigación.

Distribución de la planta o distribución física del lugar de trabajo

Nº	Departamentos	Disponibilidad en M ²
1	Área administrativa	24m ²
2	Área de lavado/secado y manejo de residuos	40m ²
3	Área de empacado y etiquetado	20m ²
4	Área de carga y descarga	20m ²
5	Área de almacenamiento de herramientas y químicos	5m ²
6	Baño	3m ²
7	Terreno para cultivar	60.000m ²
	Total	60.112m ²



DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Ficha técnica

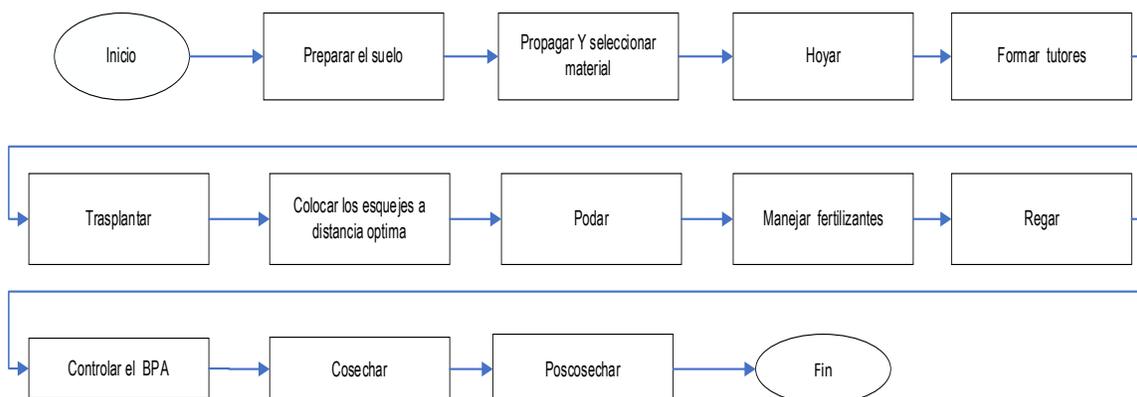
JORGEFRUIT RUC: 1314473933001 	
Descripción del producto	
<p>La pitahaya o fruta del dragón, es una fruta rica en sabor para la salud. Su apariencia física es atraible por su color rojo intenso, su carnosidad debido a que el 90% contiene pulpa pura color blanco/rojo acompañada en su alrededor por pequeñas semillas de color negro (digestivas), su cascara tiene consistencias puntudas fácil de pelar. Está compuesto por vitaminas, hierro, fosforo y calcio importante para la salud humana.</p>	
Nombre común:	Pitahaya
Nombre científico:	Hilocereus Undatus
Familia:	Cactaceae
Origen de la fruta	
País	Ecuador
Provincia	Manabí
Cantón	Junín
Sitio	La soledad
Características organolépticas	
Forma	Forma ovala entre 10cm de diámetro y 12 de longitud, epidermis carnosa de aspecto ceroso.
Color	Cascara roja, carnosidad blanca/roja con semillas negras.
Olor	Agradable y aromático
Sabor	Rico y dulce
Peso	
Grande	(770-950 gramos)
Mediana	(770 -470gramos)
Pequeña	(470 gramos-180 gramos)
Requerimientos edafoclimáticos	
Temperatura	Entre 18 y 15 C°

Suelo	Luminosidad alta, debe estar totalmente expuesta al sol.
Sustrato	Suelos franco o arenoso, húmedos, rico en material orgánico y buen drenaje, PH ligeramente ácido (entre 5,5 y 6,5).
Propiedades nutricionales	
Carbohidratos	Actúa como laxante o regulador en el tránsito intestinal.
Fibra cruda	Actúa como regulador de azúcares en la sangre.
Proteínas	Estimula la producción del colágeno.
Vitaminas	Actúa como antiinflamatorio.
Fosforo	Excelente para problemas renales.
Calcio hierro	Ayuda en la apariencia física de la piel.
Antioxidantes	Refuerza el sistema inmunológico, entre otros.
Preparación/ usos gástricos	Pelar la corteza para consumir en trozos o con cucharas. Mermeladas. Acompañadas en yogurt o ensaladas. Compotas, jaleas, etc.
Vida útil/ manejo del producto	
Cosecha a la intemperie	Su duración máxima es de un mes
Adherida en la mata	Su duración máxima estipula entre los 2 a 3 meses
Mantenida en refrigeración	Su duración es de 2 meses

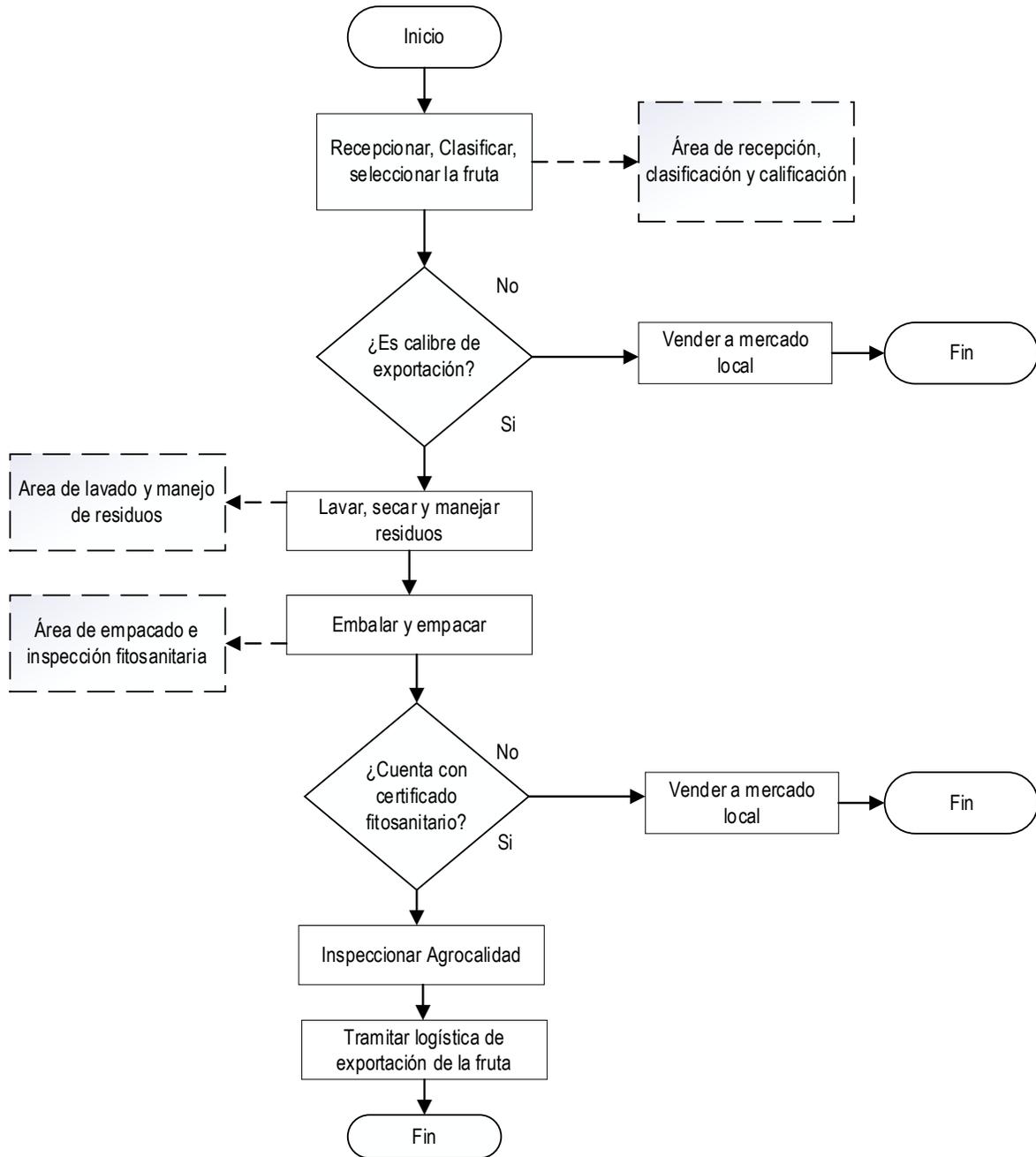
Codificación de las partidas arancelarias

Nomenclatura	Concepto	Codificación	Mercancías
Capítulo	-----	08	Frutas y frutos comestibles (corteza de cítricos) sandía, melones.
Partida	-----	0810	Las demás frutas u otros frutos frescos.
Sub partida del SA (Sistema Armonizado)	Permite identificar con exactitud el producto, así como corroborar que normas y líneas arancelarias se aplicaran.	0810.90	Los demás.
Sub división de NC (Nomenclatura Combinada)	Proporciona estadísticas sobre el comercio dentro y entre la UE, así como el resto del mundo.	0810.90.20	Tamarindos, peras de marañón, fruta del árbol del pan, litchis, sapotillos, frutos de la pasión, carambolas y pitahaya.
TARIC (Tarifas Integradas de las comunidades europeas)	Permite clasificar las mercancías y calcular los respectivos aranceles, impuestos y posibles restricciones.	0810.90.2010	Frutos del dragón (pitahayas).

Procesos productivos



Flujo gramas de procesos de la pitahaya para su exportación.



ANÁLISIS DEL MERCADO

Análisis de la demanda potencial

$$Q = n * p * q$$

Donde:

$Q =$ Demanda potencial.

$n \equiv$ Número de compradores posibles para el mismo tipo de producto.

$p \equiv$ Precio promedio del precio del producto.

$q =$ Frecuencia de compra anual.

$$Q = n * p * q$$

$$Q = (3'061.615,08 * 4,00 * 48)$$

$$Q = 587,83 \text{ toneladas/añual}$$

Holanda, Países Bajos demanda un valor de consumo de 587,83 toneladas de frutas anuales donde aproximadamente cada persona consume alrededor de 48 frutas al año de los 3'061,615.08 posibles compradores. Se puede notar que existe una demanda considerable en la adquisición de pitahaya en el país destino.

Capacidad de abastecimiento

La oferta potencial de JORGE FRUIT es de 88.200 frutas por año aproximadamente, estos datos se lograron determinar con base a la disponibilidad del terreno obtenido para su producción (10.000m) y cantidad de frutas cosechadas en el lote (30.000 Uds.), evaluándose a su vez el rechazo de la misma (0,02%) y el número de veces que la planta produce en torno para su exportación (3 veces temporada alta).

Análisis de la competencia nacional

Razón social	Nombre comercial y código de área	Descripción de la empresa
Martínez Puchol Ramon	Hacienda Laia Margarita 0954742516001.13020801	Ubicada en el cantón Santa Ana tiene 13 años de experiencia laboral, se dedica a la producción de pitahaya roja con una extensión de 15 hectáreas de cultivo, exporta a Italia, Francia, Bélgica e Inglaterra. Han obtenido la certificación Global G.A.P con una experiencia de empaqueo y exportación de más de 5 años llegando a Estados Unidos y Europa hasta la actualidad.
Carlos Luis Montesdeoca Avellan	Emipulp 1310200082001.13010801	Ubicada en Calceta empezó como una empacadora de pulpa de frutas congeladas de diversos sabores, distribuye a nivel nacional y exporta su producto a EEUU bajo los estándares de calidad permitida, cuenta con 12 hectáreas de pitahaya exportando aproximadamente 18.000 kg. Tiene más de 7 años de experiencia laboral.
Corporación C& Ragroexport CIA.LTDA	C&R Corp 2390037913001.13010801	Esta empresa se encuentra ubicada en el cantón El Carmen se dedica a la venta al mayor de frutas legumbres y hortalizas con 4 años de experiencia laboral, exporta pitahaya a EEUU, Puerto Rico y Canadá, otros entre \$16.422.73 y \$2'563.137.95.
Eicop s.a	1793064302001.13020801	Es una empresa productora de pitahaya ubicada en el cantón Montecristi cuenta con 30 hectáreas en producción y con 5 año de

		experiencia en el mercado, actualmente exporta a Estados Unido, Asia y Europa aproximadamente 22.400.90 kg de fruta.
Spring roses spriro s.a.	0491529849001.13010801	Ubicado en Manta, se dedica a la producción, venta y exportación mundiales de flores (mondeal, gocha y quicksand) y fruta (pitahaya) utilizando tecnología avanzada junto a experiencia a nivel nacional e internacional. Actualmente exporta en dólares FOB (6436.00) de pitahaya a EEUU.
GARVI EXPORT S.A	1391920504002.13010801	Ubicado en Santa Ana, se dedica a la producción y exportación de pitahaya, tiene 7 hectáreas, esta fruta es exportada a Estados Unidos y Asia aproximadamente 10.699.79 kg/\$71.342.501 FOB. Cuenta con tres años de experiencia laboral.
Vera Rojas Juan Agustín	1200647582001.13010801	Ubicada en el cantón Rocafuerte, se dedica a la venta por mayor de frutas como granadilla y pitahaya. Exporta aproximadamente (10.699.79 kg/\$71.342.501 FOB) a los países como: Estados Unidos, Hong Kong y Holanda.
Impemi S. A	1792472261001.13030802	Se encuentra ubicada en el km 9 vía Montecristi - río Caña - Hacienda Los Chokolytos se dedica a la producción de pitahaya y todos los materiales como caja de cartón, pallet, zunchos y mallas. Tiene más de 10 años de experiencia en el mercado laboral.

Análisis de la competencia internacional

Las principales competencias internacionales que exportan la pitahaya a Países Bajos se encuentra Vietnam que exporta exclusivamente pitahaya roja, Colombia que en los último cinco años ha mostrado un crecimiento de +6.0 % de sus exportaciones (55 millones de dólares), le sigue España con 44 millones de dólares. Perú +15.4%, Bélgica +6.7% y Ghana +1.6% en crecimiento de sus exportaciones.

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Estrategias de producto

La pitahaya cosechada para su exportación deberá tener un grado de madurez no mayor a los 75%, su consistencia física estará totalmente limpia, firme y brillante, libre de picaduras y fisuras sin signos de marchitamiento o podredumbre para evitar su rechazo. Su tamaño óptimo aproximado para exportar puede medir entre 10 o 12 cm de largo y 10 o 12 cm de diámetro con un peso de 360 g en adelante, dependiendo del requerimiento del importar.

Será exportado en cajas de cartón corrugados, con una dimensión de 60 cm de largo, 40 cm de ancho y 10 cm de alto, se utilizará divisiones entre frutas del mismo material para evitar rozamientos, y a su vez contará con orificios que permite que el fruto respire. Cada caja ocupará un total entre 9 a 12 frutas según los requerimientos

del importador, en el exterior de cada fruta se colocará una espuma de color blanco de grado alimenticio (protector de fruta), su empaque final de presentación será de cartón reciclable con un peso de 2.5 kg dependiendo el calibre de la fruta.

Estrategia de precios

Mediante una revisión bibliográfica en páginas oficiales de Pro Ecuador y Unión Europea se concretó que el precio que óptimo para su venta es de \$6,91 kg debido a que los valores en que se generan beneficios oscilan entre los 4 a 10\$ por kg.

CARACTERÍSTICAS	PRECIOS
Precio local por unidad	\$ 0,50
Precio local por unidad (oferta alta)	\$ 0,25
Precio intermediario por kg	\$3,75
Precio intermediario por kg (oferta alta/situaciones de mercado)	\$1,00
Precio FOB (U\$ /KG.)	\$6,91

Estrategias de promoción y ventas

- Ruedas de negocios virtuales complementados mediante instituciones como exporta Ecuador y el Comex.
- Ferias comerciales.
- Creación de página oficial Jorge Fruit.
- Redes sociales (Instagram, Tik Tok).

ACCESO AL MERCADO

Requisitos del producto

Debe estar totalmente sana, fresca, entera e intacta, con consistencia firme y exentas de daños mecánicos, limpias (sin espinas), libres de olores, picaduras sabores inapropiados o daños causados por las mismas.

Requisitos del exportador

- Registro único contribuyente RUC, otorgado por el SRI
- Certificado de firma digital o TOKEN, otorgado por el Banco Central y Security Data.
- Registro en ECUAPASS como exportador

Requisitos de documentación para el exportador

- Factura comercial original o comprobante de venta que fijan las especificaciones y condiciones de ventas del producto.
- Certificado de origen para asegurar que el producto es originario de dicho país.
- Certificado fitosanitario

Normas de embalaje y etiquetado

El empaquetado deberá adecuadamente protegido, exento de material y olores impropios, con condiciones de higiene, ventilación, calidad, limpieza y resistencia necesarias para asegurar que el transporte, manipulación y conservación sean lo más apropiado. Se admite el uso de materiales (papel o sellos con indicaciones comerciales), siempre y cuando estén etiquetados o impresos con pegamento o tinta no tóxica.

Etiquetado alimentario

Datos del etiquetado alimentario	Características de producto	Compuesta de pulpa blanca y cáscara rojo, su pulpa es consistente y espumosa, rodeada de pequeñas semillas comestibles.
	Origen	Familia cactaceae-cactácea
	Composición	Contiene 84.8% de humedad, 13.38 % de carbohidratos, 0.77% de fibra cruda, 0.67% de proteínas, 0.43% de extracto etéreo, 0.4% de cenizas, 394.66 g de peso, 20.74% de solido solubles, 0.14% acidez titulable, 4.86 adimensional de PH, 11% total de azúcar, 9.75% azúcares reductores, 4mg/100g de ácido ascórbico, 0.28-0.43 mg/g de vitamina B1 (tiamina), 0.043-0.045 mg/g vitamina B2 (Rivoflabina), 0.2 mg/g de vitamina B3 (Niacina), 38.76 cal/100g de calorías, 10 mg/100g de calcio, 16 mg/g de fósforo, 0.3 mg/g de hierro.
	Forma de obtención y caducidad	Consumo entre 15 a 20 días después de su compra
	Denominación de venta del producto	Pitahaya amazónica de palora
	Condiciones especiales de conservación y utilización	Se recomienda la utilización de refrigeración de 4 a 8 C° para su conservación
	Identificación del lote del producto
	País de origen	Ecuador
	Nombre, razón social del vendedor o exportador.	Exportador: Jorge Salvador Sánchez Solórzano. Razón Social: Jorge Fruit.
	Número de registro sanitario del envasador

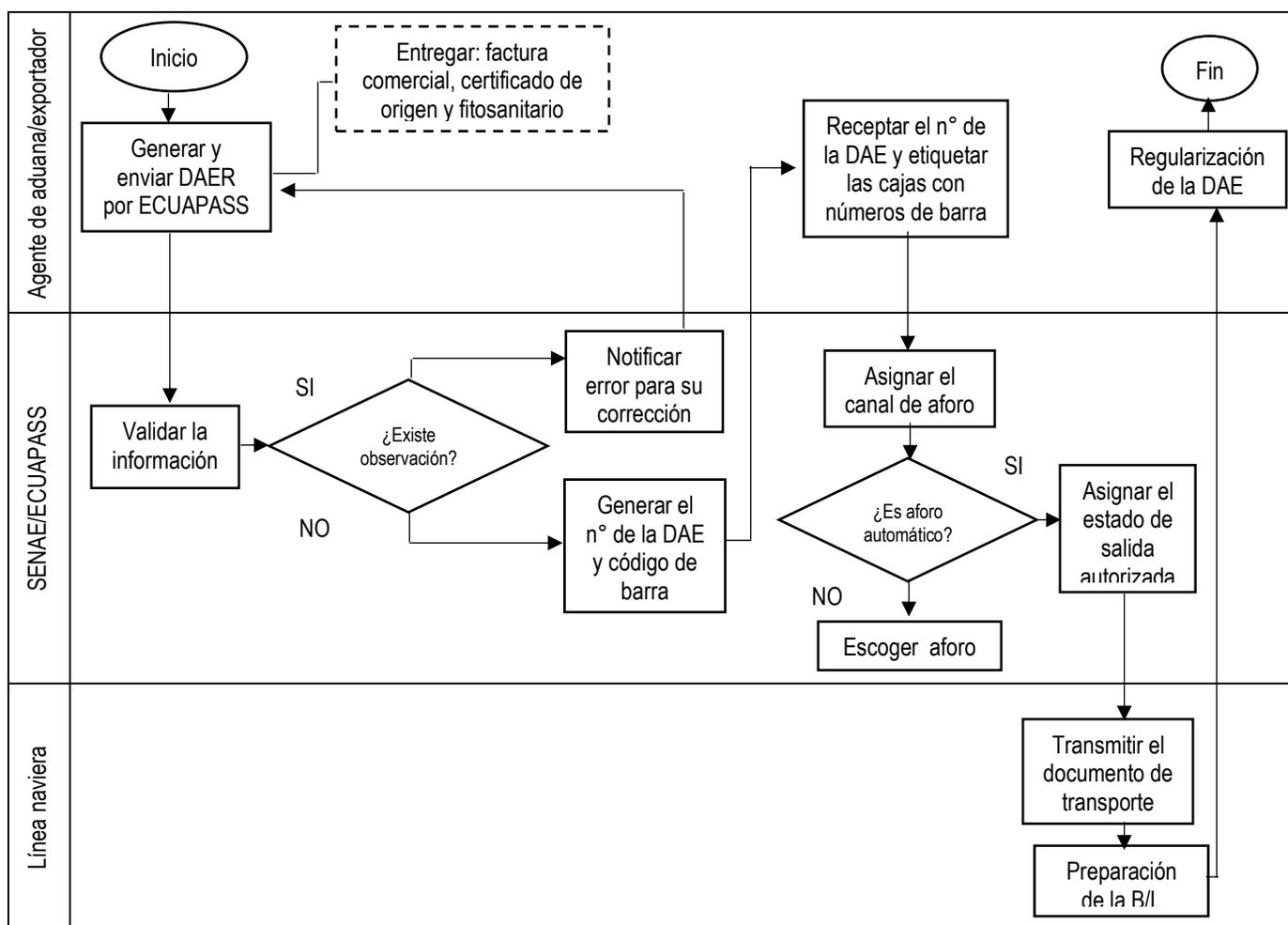
Tratado de libre comercio y tarifas arancelarias aplicables

Debido a las relaciones comerciales existentes entre Ecuador y otros países, especialmente por el acuerdo de multipartes firmado con la Unión Europea, los productos agrícolas ecuatorianos gozan de un 0% del arancel y tiene el 99,7% de acceso a otros países de la UE

Aranceles de la pitahaya ecuatoriana

ORIGEN	TIPO DE MEDIDA	CONDICIONES	DERECHOS DE ADUANA	LEGISLACIÓN UE
ERGA OMNES	Derechos de Terceros países	-----	0%	R1214/07
Ecuador	Preferencias arancelarias	-----	0%	D2369/16

Proceso de exportación y distribución



Distribución física internacional INCOTERMS 2010

El Incoterms seleccionado conforme a las condiciones de exportación de JORGE FRUIT y es utilizado solo para las vías marítimas es el FOB (Free On Board/libre a bordo), según TIBA (2022) establece lo siguiente:

Obligaciones de JORGE FRUIT.

- Es responsable en cubrir los gastos hasta la subida a bordo del producto, gastos de origen, despacho de exportación y posibles riesgos.
- Es responsable de contratar el transporte, sin embargo, este corre por cuenta del importador.

Obligaciones del importador.

- Es responsable de realizar los trámites de importación y cubrir los costes relacionados a flete, descarga y entrega a su destino.
- En caso de ser necesario, se encargará de realizar un seguro.
- Una vez que la mercancía este a bordo será responsable de todos los posibles riesgos generados.

ANÁLISIS FINANCIERO

Mediante su evaluación se muestra que JORGE FRUIT requiere una inversión inicial de \$206.583,58 distribuidos en \$118.454,62 para poder cubrir la inversión de activos tangibles, \$340,59 para activos intangibles y \$87.788,37 correspondiente al capital de trabajado. El prepuesto de la inversión resume todo el valor en dinero que necesita la micro empresa desde la plantación, instalaciones físicas de sus áreas hasta los gastos de exportación para vender la fruta a mercado exterior.

Inversiones del proyecto	
concepto	total
Activo fijo tangible	118.454,62
Activo fijo intangible	340,59
Capital de trabajo	87.788,37
Inversión inicial	206.583,58

Mediante el flujo de caja y la evaluación financiera se puede analizar que el proyecto de exportación de la pitahaya roja hacia Holanda, Países Bajos es rentable y su inversión inicial es recuperada a partir de los 2 años y 10 meses. Por cada dólar vendido de pitahaya se tendrá una ganancia de 0,53 centavos lo que representa beneficio en los ingresos de JORGE FRUIT.

DATOS	Inversión inicial		\$ 206,583.58		
	Tasa de descuento		16%		
PERIODO	INGRESO	EGRESO	FLUJO DE EFECTIVO NETO	VALOR PRESENTE	AUMULADO
0	\$-	\$206.583,58	\$-206.583,58	\$-206.583,58	\$ -206.583,58
1	\$352.800,00	\$257.108,00	\$95.692,00	\$82.493,10	\$ -124.090,48
2	\$ 352.886,08	\$257.233,49	\$95.652,59	\$ 71.085,46	\$ -53.005,02
3	\$ 355.208,19	\$257.233,49	\$97.974,70	\$62.768,24	\$9.763,22
4	\$ 353.058,31	\$257.296,25	\$95.762,06	\$52.888,53	\$ 62.651,75
5	\$ 353.624,46	\$257.359,03	\$96.265,43	\$45.833,22	\$ 108.484,98

Evaluación de los indicadores financieros

	Fórmulas financieras	Fórmulas aritméticas
Valor presente de la suma de flujos actualizados	\$315.068,56	\$ 315.068,56
Valor presente neto financiero (VPN)	\$108.484,98	\$108.484,98
Tasa interna de Retorno Financiero (TIR)	37%	
Índice de rentabilidad o Razón Beneficio/Costo	\$1,53	\$1,53
Período de Recuperación de la Inversión (PRI)	2,84	\$2,84

IMPACTO AMBIENTAL

No generan niveles de afectación mayores para el medio ambiente, sin embargo, se considera adecuado más adelante la realización un plan de mejora que ayude a controlar de manera más esencial las pequeñas ineficiencias que se han presentado.

		ACCIONES CON POSIBLES EFECTOS																		
		1. Labores del campo					2. Cosecha y pos cosecha													
componentes	Factores ambientales	Magnitud: -3; 3 Importancia: 3-1	Deshierbe y limpieza del terreno	control de maleza	manejos de plagas	fumigación del area	Fertilización	Cosecha	Recolección	Selección	Casificación	Empaque	Almacenamiento	Trasporte	Positivos	Negativos	Impacto de subcomponentes	Impactos de componentes	Impacto total de cultivo	
FACTORES AMBIENTALES	A. Características físicas y químicas	1. Tierra	Suelos	-1 3	-1 2	3 3	-1 3	-1 3							1	4	-2	6	26	
		2. Agua	Calidad del agua					3 3	3 2							2	0			15
		3. Atmósfera	Calidad del aire					2 3	3 3			2 1				2	0			8
	Ruidos y vibraciones			-2 3					-3 3						0	2	-15			
	B. Condiciones biológicas	Fauna	Disminución de fauna	3 1		-2 1	-3 1									1	2	-8		-14
		Flora	Pastos	-3 2												0	1	-6		
	C. Medio socioeconómico social	Social	Empleo	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	2 2	3 2			2 2	3 2	3 2	8 0	0 4	36 -22		34
			Salud y seguridad		-3 2	-3 2	-3 2													
			Manejo de residuos		3 2	3 2	3 2	3 2						1 2		4 0	0 20			
	Positivo			2	2	3	2	0	3	2			1	1	2	18				
Negativo			2	3	2	3	1	1	0			0	0	1		13				

RECOMENDACIONES GENERALES

Registrarse como exportador en el sistema ECUAPASS para poder realizar las actividades del comercio exterior con el país destino.

Cumplir con todas las exigencias (etiquetado/presentación), normas y requisitos requeridos en países, Holanda.

Contactar y enlazar relación con una persona en Holanda para que capte la presencia de nuevos clientes (importadores).

Participar en eventos relacionados con la exportación de pitahaya generalmente virtual, para generar mayor conocimiento.

Contar con una página web oficial que muestre los datos necesarios para que los clientes puedan visibilizar la oferta del producto y tenga el contacto para hacer los negocios.

Las personas que mantengan contacto con los clientes deben tener preparación base en la lengua inglesa.

Antes de realizar la exportación, se deberá tener en cuenta la cultura, comportamiento y peculiaridades del consumidor.

Poner en práctica todas las estrategias de promoción propuesta.

Tener en cuenta aspectos importantes como la calidad y puntualidad en entrega de la pitahaya.

Formar parte de gremios, asociaciones empresariales, organizaciones de comercio exterior, entre otros, para acceder a información relacionada con la exportación.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Mediante el análisis de mercado realizado, se logró identificar que JORGE FRUIT cuenta con fortalezas y oportunidades para exportar la pitahaya a Holanda, Países Bajos, principalmente por el acuerdo firmado entre la Unión Europea y Ecuador. Además, se mostró que tiene una competencia fuerte, pero si es conveniente introducir a este mercado por a la alta demanda potencial de 587,83 TM/anual con una compra aproximadamente de 48 veces al año por persona. Sin embargo, para tener mayor retribución de ventas al ser un mercado internacional se creó una página web oficial como estrategia de promoción.
- De tal manera, para exportar se debe adquirir el RUC de exportador y estar previamente registrado en la página ECUAPASS, así como cumplir con los requisitos complementarios: declaración aduanera, factura comercial, certificado de origen y fitosanitario.
- El estudio ambiental corrobora que las actividades realizadas en JORGE FRUIT no genera mayores alteraciones de contaminación ambiental, sin embargo, su evaluación evidenció que existe ciertas actividades que a lo largo del tiempo pueden generar problemas debido a los químicos utilizados como fertilizantes. El estudio económico y financiero evidenció que el proyecto es rentable porque los datos obtenidos son positivos, el VAN 108,484.98 lo que muestra su viabilidad. El retorno de la inversión se da en dos años, diez meses y sesenta cuatro días, el índice de rentabilidad es positivo y evidencia los beneficios futuros para el inversionista donde por cada dólar invertido se ganará 0.53 ctvs.
- Finalmente, una vez diseñado el plan de negocios para su exportación, se realizó la estructuración del plan de exportación con los datos relevantes y congruentes que servirá como herramienta guía para la micro empresa al iniciar sus operaciones de exportación.

1.1. RECOMENDACIONES

- Se hace indispensable que JORGE FRUIT analice el mercado holandés normalmente cada año para que, mediante su estudio se logre crear

estrategias que les permita ser competente a nuevos cambios y retos. Además, se recomienda incrementar el cultivo para cumplir con la especificación oferta/demanda.

- Se recomienda que la micro empresa se registre en la página ECUAPASS, solicite el Ruc específico de exportador y cumpla previamente con los requisitos y especificaciones que Holanda, Países Bajos requiere para que la pitahaya sea exportada con éxito.
- Se recomienda que se opte por a realizar un plan de manejo ambiental para contrarrestar las pequeñas falencias presentadas en la matriz Leopold sobre las actividades que realiza la micro empresa para su producción que puede afectar al medio ambiente y a menudo se analice los estados financieros para que muestre en qué condiciones de ingresos y gastos se encuentra la microempresa para tomar medidas correctivas que conlleven al éxito de la organización.
- Se recomienda que se actualice los datos del plan de negocios cada año para estar acorde a los cambios del mercado.

BIBLIOGRAFÍA

Alcívar Martínez, B., Márquez Bravo, J., Realpe Avellan, I., & Zambrano Garcés, Y. (2021). Diagnóstico al fomento de la economía popular y solidaria realizada en las cadenas supermercados grandes y medianas de la ciudad de Calceta. *Bolentín De Coyuntura*, (28), 32–42. <https://doi.org/10.31243/bcoyu.28.2021.1067>

Acuerdo comerciales del Perú. (s.f.). *Lo que debemos saber de los Acuerdos Comerciales (Algunos también llamados "TLC")*. https://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/lo_que_debemos_saber_TLC.htm

Agent Comex EC. (17 de Enero de 2020). *Los 11 términos de los Incoterms 2020*. <https://agentcomexec.com/los-11-terminos-de-los-incoterms-2020/>

Agila , M., Visueta , S., & Tello, G. (2018). Elaboración de un plan de negocios como alternativa para el desarrollo empresarial. *Revista EspacioS*, 39(50), 1-19. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p01.pdf>

Agrocalidad . (2021). *Exportación de pitahaya crecieron casi el 60% en el 2021*. <https://www.agrocalidad.gob.ec/exportaciones-de-pitahaya-crecieron-casi-60-en-2021/>

Agrocalidad . (s.f.). *Solicitud del certificado fitosanitario de exportación*. https://guia.agrocalidad.gob.ec/tutoriales/pdf/Exportacion_Fitosanitaria.pdf

Agrocalidad. (2022). *Liberación de mosca estéril en los beneficio de los productores hortofrutícolas del Ecuador*. <https://www.agrocalidad.gob.ec/liberacion-de->

mosca-

esteril/#:~:text=Los%20primeros%20beneficiados%20ser%C3%A1n%20m
%C3%A1s,Regulaci%C3%B3n%20y%20Control%20de%20la

Agrocalidad. (2023). *Listado de centro de acopio de pitahaya*.
<https://www.agrocalidad.gob.ec/40185-2/>

Aguilar, A. (2017). El costo-beneficio como herramienta de decisión en la inversión en actividades científicas. *Cofin Habana*, 11(2), 322-343.
<https://revistas.uh.cu/cofinhab/article/view/1024>

Aita, R. (2016). Aplicaciones de la lógica difusa para planear en tiempos de incertidumbre. *Ingeniería Industrial*(034), 121-135.
<https://doi.org/https://doi.org/10.26439/ing.ind2016.n034.1340>

Alvarado, M., Ullauri, N., & Benítez, F. (2020). Impactos de exportaciones primarias en el crecimiento económico del Ecuador: análisis econométrico desde Cobb, Douglas, período 2000-2017. *INNOVA Research Journal*, 5(1), 206–217.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33890/innova.v5.n1.2020.1140>

Álvarez , D., & Viltard, L. (2016). *Herramienta de Análisis Estratégicos: Una Propuesta para la pequeña y Mediana Empresa (Pyme)*. Fundación Universidad de Palermo.
https://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/pbr14/PBR_14_04.pdf

Ancho, R. (2019). *Normas éticas contables en empresas públicas y privadas*[Trabajo de grado, Universidad Peruana de las Américas].
<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/646>

Andía, W., & Pauscara, E. (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. *Industrial Data*, 16(1), 80-84. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81629469009>

Arauz, Y. (2020). *“Oportunidades de exportación productos no tradicionales caso de estudio producción de pitahaya roja de la parroqui puerto cayo”* [Tesis de grado, Universidad Estatal del Sur de Manabí]. Ecuador. <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/2238>

Asencio, L., Villegas, M., Tenemaza, D., Cando, J., & González, E. (2019). El proceso logístico de exportación y su visión en la comuna sacachún-santa Elena-Ecuador. *III Congreso Virtual Internacional sobre Economía Social y Desarrollo Local Sostenible.*, 295-321. <https://www.eumed.net/actas/20/economia-social/20-el-proceso-logistico-de-exportacion-y-su-vision.pdf>

Asociación Latinoamericana de Integración. (2020). La nomenclatura y clasificación arancelarias de las mercancías. En Asociación Latinoamericana de Integración. http://www2.aladi.org/biblioteca/Publicaciones/ALADI/Secretaria_General/Fichas_ALADI/03_Nomenclatura.pdf

Ávila, M., Barreto, C., & Bermeo, S. (2015). Plan de negocios como herramienta para crea una empresa: argumentos teóricos e investigativos. *Revista FACCEA*, 5(1), 8-20. <https://doi.org/https://doi.org/10.47847/faccea.v5n1a1>

Azuaje, R. (2017). Caracterización del mercado en un plan de negocios para empresa de capacitación en e-learning. *Revista Gestión I+D*, 2(1), 76-94.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7467977>

Baca, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw-Hill.
https://uachatec.com.mx/wp-content/uploads/2019/05/LIBRO-Evaluaci%C2%A2n-de-proyectos-7ma-Edici%C2%A2n-Gabriel-Baca-Urbina-FREELIBROS.ORG_.pdf

Banco Central de Ecuador . (s.f.). *Manual de usuario para arquirir el certificado digital de firma electrónica y configuración del sistema central de pago del Banco del Ecuador* .
https://www.bce.fin.ec/images/SISTEMA_N_PAGOS/manual-certificados-digitales.pdf

Banco Central del Ecuador. (31 de Marzo de 2022). *la economía ecuatoriana creció en 4,2% en el 2021, superando la previsiones d ecrecimiento más recientes*.
<https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/la-economia-ecuatoriana-crecio-4-2-en-2021-superando-las-previsiones-de-crecimiento-mas-recientes>

Banco Central del Ecuador. (2023). *Balanza comercial* .
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/indicepais.html>

- Banco central del Ecuador. (2023). *Estadística del comercio exterior*.
<https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/2109181649/OpenDocument/opendoc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=3>
- Bancomext. (08 de Agosto de 2021). *Plan de exportación* . Bancomext:
<https://www.bancomext.com/glosario/plan-de-exportacion>
- Baney, J. (1996). *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*. Reading, MA: Addison Wesley.
- Baque, L., Viteri, D., Álvarez, L., & Izquierdo, A. (2020). Plan de negocio para emprendimiento de los actores y organizaciones economía social y popularia. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 120-125.
<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-120.pdf>
- Betancourt, D. (01 de Septiembre de 2018). *Cómo hacer una matriz Pestel*.
<ingenioempresa.com/analisis-pestel/>
- Bermúdez Palomeque, M., Alcívar Martínez, B., & Cedeño Pallaroso, P. (2021). Evaluación del desarrollo sostenible y su influencia en el marco socioeconómico de la fundación Maquita. *Boletín De Coyuntura*, (28), 11–21.
<https://doi.org/10.31243/bcoyu.28.2021.1065>
- Boletín informativo de interegración monetaria y financiera. (Junio de 2019). *Boletín 31: Ecuador y los acuerdos comerciales*.
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/BOLETIN312019.pdf>

Brion, J. (2019). *La guía para invertir que cualquiera puede usar entendiendo como invertir y multiplicar tu dinero usando lenguajes sencillos y fácil de entender.*

Copyright.

<https://books.google.com.ec/books?id=XzfvDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Bustamante, X. (2021). *Criterio de evaluación financiera para determinar la factibilidad de proyectos de inversión en un negocio de emprendimiento [Examen complejo, Universidad Técnica de Machala].* Machala.

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/16627>

Cabeza , R., Villegas , M., & Iglesias , M. (2016). Factores en el éxito o fracaso en el proceso de exportación de las pymes. *Investigación y Desarrollo en TIC*, 13(1), 86-98. <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/identific>

Cadavid, H. (2018). *Matemática financieras: Métodos Facil de aprender.* Colombia:

Versión ebook.

https://books.google.com.ec/books?id=r9OEDwAAQBAJ&pg=PT164&dq=relacion+costo+beneficio+indicador+financiero&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj1voeim9DxAhUjImoFHe_IAa4Q6AEwBHoECAcQAg#v=onepage&q=relacion%20costo%20beneficio%20indicador%20financiero&f=false

Cámara Marítima del Ecuador [CAMAE]. (20 de Abril de 2022). *Top 5 de los productos no petroleros mas vendidos por Ecuador al inicio del 2022.* Cámara Marítima del Ecuador : amae.org/ecuador/top-5-de-productos-no-petroleros-mas-vendidos-por-ecuador-a-inicios-de-

<https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/guiaparaexportar/pla-n-exportacion-estructura/>

Chauca, J. (2010). *La exportación de la pitahaya hacia la Unión Europea [tesis de grado, Universidad de Católica de Guayaquil]*.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/6165>

Chavarría, O. (2022). Comparación de los impactos ambientales ocasionados por la técnica de incineración y rellenos sanitarios para la gestión de residuos sólidos. *Ingeniería*, 32(2), 135-148.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15517/ri.v32i2.48546>

Código orgánico de la producción comercio e inversión [COPIC]. (31 de Diciembre de 2019). *Registro Oficial Suplemento*.
<https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-04/CODIGO%20ORGANICO%20DE%20LA%20PRODUCCION%2C%20COMERCIO%20E%20INVERSIONES%20COPCI.pdf>

Comisión Europea. (2022). Fracción arancelaria:
<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/es/results?product=0810902010&origin=EC&destination=NL>

Comisión Europea. (s.f.). *Documentos y procedimiento de despacho de aduana*.
<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/es/content/documentos-y-procedimientos-de-despacho-de-aduana>

Comisión Europea. (s.f.). *Mercado de la Unión Europea.*

<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/es/content/acuerdo-comercial-ue-colombia-ecuador-peru#eprocurement>

Comisión europea. (s.f.). *Normas de los etiquetados de los alimentos.*

https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/food-labelling/general-rules/index_es.htm

ConnectAmericas. (s.f.). *¿Qué debe contener un plan de exportación?*

conexionintal: <https://conexionintal.iadb.org/2017/08/02/que-debe-contener-un-plan-de-exportacion/#:~:text=Un%20plan%20de%20negocios%20de,de%20contingencia%20a%20su%20medida.>

Costa, J. (2018). *Análisis de la estrategia competitiva por medio de las cinco fuerzas de Porter en la asociación de productores agropecuarios Piuntza Nankais para exportación y diversificación de productos periodo 2016*[Tesis de grado,

Universidad Católica del Ecuador].

<https://doi.org/http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/15453>

Covo, H. (25 de 04 de 2019). *TMAR (tasa mínima aceptable de rendimiento): qué*

es, cálculo. Lifereder: <https://www.lifereder.com/tmar-tasa-minima-aceptable-rendimiento/>

Cunalata, N. (18 de Julio de 2021). *Comunidad todo comercio exterior.*

<https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/obtencion-del-certificado-fitosanitario-de-exportacion-cfe-para>

Dato mundial. (2021). Desarrollo de las tasas de inflación en Ecuador:
<https://www.datosmundial.com/america/ecuador/inflacion.php>

Datosmacro. (2023). *Datosmacro*. Sube el IPC en abril del 2023:
<https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/paises-bajos>

Dellavedora, M. (2016). *Guía metodológica para la elaboración de una evaluación del impacto ambiental*.
<https://doi.org/https://blogs.ead.unlp.edu.ar/planeamientofau/files/2013/05/Ficha-N%C2%BA-17-Gu%C3%ADa-metodol%C3%B3gica-para-la-elaboraci%C3%B3n-de-una-EIA.pdf>

Departamento de inteligencia de mercado. (2021).
<https://recursos.exportemos.pe/pitahaya-paises-bajos-perfil-producto-mercado-2021.pdf>

Diario el exportador. (2023). *Cual es la importancia y estructura de un plan de negocio de exportación*. <https://www.diariodelexportador.com/2017/04/cual-es-la-importancia-y-estructura-de.html>

Difilo, I. (2017). *Fortalecimiento asociativo de los actores de la economía popular y solidaria para el aprovechamiento de oportunidades de negocios en mercados internacionales [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]*. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/14200>

Enciso , T., Torres , J., Barajas , J., Rangel , M., Verdugo , S., Romero , M., & Rodriguez , J. (2016). Fenología reproductiva, rendimiento, calidad del fruto pitahaya (*Hylocereus undatus* (How).Britton and Rose) en el valle de

Culiacán Sinaloa, Mexico. *Agrociencia*, 50(1), 61-78.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30243765005>

Enriquez, C. (14 de diciembre de 2018). *Productos de Ecuador generan en expectativas de ventas por USD 2,8 millones en Nueva York*. Revista Lideres:
<https://www.revistalideres.ec/lideres/productos-ecuador-generan-expectativas-ventas.html>

Escola, J. (22 de Abril de 2018). *Certificado fitosanitario de exportación* .
 Comunidad todo comercio exterior :
<https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/certificado-fitosanitario-de-exportacion>

Figueroa, S., & Mollinedo, M. (2017). *Actividad antioxidante del extracto etanólico del mesocarpio del fruto de Hylocereus undatus "pitahaya" e identificación de los fitoconstituyentes [Tesis de grado, Universidad Norbert Wiener]*. Lima-Perú.
<https://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13053/924/TITULO%20-%20Mollinedo%20Moncada%2c%20Ofelia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

García, E. (2020). *Empresas y administración*. Ediciones Paraninfo.
<https://books.google.com.ec/books?id=8cznDwAAQBAJ&pg=PA81&dq=plan+de+inversi%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwipw67ZkNbxAhUHGFkFHT4UATYQ6AEwAnoECAIQAg#v=onepage&q=plan%20de%20inversi%C3%B3n&f=false>

- Garrido, D., & Valderrama, E. (2016). Identificación de las ideas de negocio para la creación de empresa en la población desplazada de Florencia, Colombia. *Revista de Investigación Desarrollo e Innovación*, 7(1), 37-48. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6763117>
- Gaytán, J. (2020). El plan de negocios y la rentabilidad. *Mercados y Negocios: Revista de Investigación y y Análisis*(42), 143-156. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7971404>
- Gobierno de la Republica del Ecuador. (30 de Junio de 2021). *Ecuador firma acuerdo comercial con la Unión Europea*. Vicepresidencia del Ecuador: <https://www.vicepresidencia.gob.ec/ecuador-firma-acuerdo-comercial-con-la-union-europea/>
- Gómez, C. (s.f). *La 8 p del marketing de servicio en Iveco Argentina*. <https://docplayer.es/33945632-Las-8p-del-marketing-de-servicios-en-iveco-argentina.html>
- González, A., Palacios, I., & Ábalos, A. (2020). Impacto ambiental del vertido de residuales en la cuenca hidrográfica Guaos-Gascón de Santiago de Cuba. *Revista Cubana de Química*, 32(1), 1-22. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=443562886010>
- González, Y., Milian, L., & Londres, R. (2017). Remodelación de la línea de tabletas de chocolate de la Empresa Derivados del Cacao de Baracoa. Cuba. *Tecnología Química*, XXXIV(2), 239-250. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=445551175006>

Guacollante, C. (23 de Mayo de 2015). *Declaración de aduna de exportación (DAE)*. Cominidad todo comercio exterior Ecuador:
<https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/declaraci-n-aduanera-de-exportaci-n-dae-por-ecuapass>

Guacollante, C. (23 de Mayo de 2015). *Declaración Aduanera de Exportación (DAE) por ECUAPASS*. Comunidad del comercio exterior:
<https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/declaraci-n-aduanera-de-exportaci-n-dae-por-ecuapass>

Gutiérrez , O., & LLanos , C. (2018). *Plan Estratégico de Inca JEWELRY S.A.C período 2019-2022 [Tesis de grado, Universidad San Ignacio de Loyola]*. Perú. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20511/USIL.thesis/8505>

Hernández, C. (2019). *Internacionalización en la empresa*. España: ELEARNING S.L.
<https://books.google.com.ec/books?id=IBDmDwAAQBAJ&pg=PA49&dq=las+4+p+del+marketing+internacional&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiT9KqeutHxAhXbnGoFHSobBscQ6AEwBXoECAMQAg#v=onepage&q=las%204%20p%20del%20marketing%20internacional&f=false>

Herrera, k., & Montenegro, M. (2017). *Propuesta de plan de negocio para la microempresa mi terruñoa [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Ingeniería]*. Managua.
<https://repositoriosiidca.csuca.org/Record/RepoUNI2807/Details>

20industrial%20neoliberal%20y%20posneoliberal%20ecuatoriana.pdf#page=285

Ledón, N., Castillo, A., Caballero, I., & Agustín, L. (2017). Gestión de desarrollo del producto en el Centro de Inmunología Molecular. *VacciMonitor*, 26(2), 44-53.
<https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=77130>

Logisber . (s.f.). *Requisitos para exportar: qué debes cumplir*. Logisber:
<https://logisber.com/blog/requisitos-para-exportar>

Loide, J. (2020). *¿Qué es eso del marketing?: Los nuevos fundamentos del marketing*. Autónoma de Buenos Aires: ERREPAR.
https://books.google.com.ec/books?id=wgcQEAAAQBAJ&pg=PT70&dq=fundamento+del+marketing+segmentaci%C3%B3n+de+mercado&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj07eHr3ML3AhWummoFHTK_DssQ6AF6BAgHEAI#v=onepage&q=fundamento%20del%20marketing%20segmentaci%C3%B3n%20de%20mercado&f=tr

López, J. (2018). Mercado internacional para frutas deshidratadas, oportunidades, limitaciones de acceso, normas y requisitos de exportación. *REICE: Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas*, 6(12), 112-125.
<https://doi.org/https://doi.org/10.5377/reice.v6i12.7511>

Losano , J., García , A., López , D., Carrión , P., Segarra , C., & Yamunaqué, L. (2018). Evaluación del impacto ambiental en la arquitectura patrimonial a través de a aplicación de la matriz leopold como un posible sistema de

monitoreo interdisciplinar. *ASRI: Arte y Sociedad. Revista de investigación*, 17-34(14). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6266256>

Macías , J., Barahona , L., & Barzola , H. (2021). Procedencia de los convenios de pagos en materia de contratación pública. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*, 8(45). <https://doi.org/https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i.2726>

Maldonado, R., Molina , A., Peñafiel , A., & Cerón , M. (2021). Métodos Pest y Entropía en el análisis de los efectos sobre Ecuador de la Emigración de Venezuela en la Covid-19. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, VIII(22), 2-22. <https://doi.org/https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i.2702>

Martínez , C., & Doris , J. (2016). Factores claves en marketing enfoque: empresas de servicios. *Orbis: revista de Ciencias Humanas*, 12(34), 42-58. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7161017>

Martínez, C., Soto, M., Magaña, J., Licón, L., & Kiessling, C. (2015). Estudio técnico del proyecto tomato-mix. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 36, 1275-1285. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14132408013>

Martínez, J. (2017). *Marketing Internacional*. Madrid, España: Paraninfo, SA. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=mgMoDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR9&dq=Marketing+Internacional&ots=rMcYWu9ckB&sig=kH_Tv9LUwPNG7tGQa2clA4rKYwU#v=onepage&q=Marketing%20Internacional&f=false

- Martínez, O., Peñafiel, K., & Naranjo, S. (2019). Plan de negocios para la creación de la micro empresa COFFEE- TIME. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*. <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/03/creacion-microempresa.html>
- Mendoza, D., & Vivas, J. (2019). *Plan estratégico para la fundación FUCFORMIDM periodo 2019-2023 [Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López]*. <http://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/1168>
- Mertha, Y. (2022). Modelos VRIO para marco para el desarrollo de la competitividad Turística. *Avances en la investigación en Ciencias Sociales, Educación y Humanidades*, 647, 173-178. <https://doi.org/https://doi.org/10.2991/assehr.k.220301.029>
- Ministerio de Asuntos Exteriores Unión Europea y Cooperación. (s.f.). *Qué es la Unión Europea*. <https://www.exteriores.gob.es/RepresentacionesPermanentes/EspanaUE/es/Organismo/Paginas/Que-es.aspx>
- Montesinos, S., Vázquez, C. E., & Ramírez, E. (2021). Aplicación de herramientas de mejora continua a un programa de postgrado. *Educere*, 25(81), 457-475. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35666225011>
- Morejón, Y. (2016). Los estudios de mercados y perfiles de sector como herramientas útiles para la toma de decisiones. : *Perspectivas em Gestão &*

Conhecimento, 6, 143-151.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5329371>

Moreno, N., & Suárez, L. (2019). *Ingeniería Económica*. Universidad Pontificia Bolivariana.

[https://books.google.com.ec/books?id=d_nEDwAAQBAJ&pg=PT306&dq=TASA+INTERNA+DE+RETORNO+\(TIR\)&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwia5oixyc_xAhVcm2oFHU-WDScQ6AEwAHoECACQAg#v=onepage&q=TASA%20INTERNA%20DE%20RETORNO%20\(TIR\)&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=d_nEDwAAQBAJ&pg=PT306&dq=TASA+INTERNA+DE+RETORNO+(TIR)&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwia5oixyc_xAhVcm2oFHU-WDScQ6AEwAHoECACQAg#v=onepage&q=TASA%20INTERNA%20DE%20RETORNO%20(TIR)&f=false)

Nava, M. (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(48), 606-628. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29012059009>

Navarro, A., Rey, M., & Barrera, R. (2014). Efecto del compromiso y de los recursos sobre el emprendimiento exportador. Consecuencias sobre los resultados empresariales en los mercados exteriores. *XXVIII AEDEM Annual Meeting*, 1-18. <https://idus.us.es/handle/11441/96261>

Nieves, M. (2018). Origen y evolución de la matriz tows en la administración estratégica del siglo XXI. *Revista administración y finanzas*, 5(16), 8-27. https://www.ecorfan.org/bolivia/researchjournals/Administracion_y_Finanzas/vol5num16/Revista_de%20Administraci%C3%B3n_y_Finanzas_V5_N16_2.pdf

- Nogueira , D., Medina , A., Hernández , A., Comas, R., & Medina , D. (2017). Análisis económico-financiero: talón de Aquiles de la organización: Caso de aplicación. *Ingeniería Industrial*, 38(1), 106-115.
<http://scielo.sld.cu/pdf/rii/v38n1/rii100117.pdf>
- Ocaña, J. (2016). *Evaluación ambiental y social al centro de faenamiento tena, mediante la aplicación de la matriz de Leopold para proponer un plan de manejo ambiental [Tesis de grado, Universidad Nacional de Loja]*.
<https://doi.org/https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/17367>
- Organización Mundial del Comercio[OMC]. (s.f.). La OMC:
https://www.wto.org/spanish/thewto_s/thewto_s.htm
- Ospina , M., & Sanabria , P. (Enero de 2017). Marco general del análisis de la formación logística en Colombia. *Revista científica José María Córdova*, 15(19), 237-267. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21830/19006586.80>
- Palma, J. (2013). *Análisis de proyecciones de flujo de caja* . Slideshare:
<https://es.slideshare.net/SalvadorPalma/todo-sobre-el-lflujo-de-caja>
- Párraga, A. (2017). *Impacto ambiental del manejo de residuos de papel en la carrera de medio ambiente de la ESPAM MFL[Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López]*.
<https://doi.org/http://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/612>
- Pedraza, O. (2014). *Modelo del Plan de negocio para la micro y pequeña empresa*. México.

file:///C:/Users/Equipo/Downloads/65.%20Modelo%20de%20negocios%20para%20la%20micro%20y%20peque%C3%B1a%20empresa..pdf

Picasso, N. (28 de Julio de 2016). *Medidas arancelarias y otras barreras a la importación*. bla bla negocios: <https://blablanegocios.com/medidas-arancelarias-y-barreras-importacion/>

Pinheiro, O., Breval, S., Rodríguez, C., & Follmann, N. (2017). Una nueva definición de la logística interna y forma de evaluar la misma. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 25(2), 264-276. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052017000200264>

Ponce, J., Pastor, J., & Miño, G. (2020). Propuesta metodológica para la exportación del productos artesanales en pymes ecuatorianas: caso de estudio. *Espacios*, 25. www.revistaespacios.com/a20v41n14/a20v41n14p25.pdf

Portal único de trámites ciudadano. (11 de Febreo de 2021). *Emisión de certificados de origen de productos originarios de Ecuador para exportar*. [https://www.gob.ec/mpceip/tramites/emision-certificados-origen-productos-originarios-ecuador-exportacion#:~:text=Requisitos%20Obligatorios%3A,Origen%20\(%C3%BAnicamente%20para%20certificados%20preferenciales\)](https://www.gob.ec/mpceip/tramites/emision-certificados-origen-productos-originarios-ecuador-exportacion#:~:text=Requisitos%20Obligatorios%3A,Origen%20(%C3%BAnicamente%20para%20certificados%20preferenciales))

Porter, M. (2015). *Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Editorial Patria. https://www.google.com.ec/books/edition/Estrategia_Competitiva/_n0dDAA

AQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=Estrategia+competitiva:+t%C3%A9nicas+para+el+an%C3%A1lisis+de+los+sectores+industriales+y+de+la+competencia&printsec=frontcover

Posted, P. (22 de Abril de 2022). *¿Cuál es la importancia del compliance en la exportación e importación?* Descartes: <https://www.descartes.com/es/resources/blog/cual-es-la-importancia-del-compliance-en-la-exportacion-e-importacion#:~:text=%C2%BFCu%C3%A1l%20es%20la%20importancia%20del,operaciones%20de%20importaci%C3%B3n%20y%20exportaci%C3%B3n.>

Proecuador. (s.f.). *Guía del exportador*. <https://www.proecuador.gob.ec/guia-del-exportador/>

Pulido, A., Guerrero, M., & Celis, Y. (2019). Impacto de las relaciones humanas en la competitividad de las asociaciones. *Revista UIS Ingenierías*, 18(1), 61-71. [https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.18273/revuin.v18n1-2019005](https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.18273/revuin.v18n1-2019005)

Quiróz, J. (2021). *Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya roja [Tesis de grado, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil]*. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/4703>

Reporte estadístico de comercio exterior. (Enero de 2023). *Reporte estadístico de comercio exterior*. EXPORdata: <https://www.fedexpor.com/reportes-estadisticos/>

Resolución 0175 Manual de certificación fitosanitaria de exportación. (s.f.). Emisión de Certificado Fitosanitario de Exportación para muestras:
<https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/ppy1.pdf>

Ricaute, R., & Armarza, J. (2017). Estudio de Factibilidad para la Creación de un Restaurante Sustentable en el Cantón General Villamil Playas. *INNOVA Research Journal*, 2(11), 1-23.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6214638>

Rodríguez, N., & López, J. (2016). El flujo de caja como determinante de la estructura financiera de las empresas españolas. Un análisis en tiempos de crisis // Cash Flow as Determinant of Financial Structure of Spanish Firms. Analysis in a Crisis Period. *Revista De Métodos Cuantitativos Para La Economía Y La Empresa*, 21, 141-159.
<https://doi.org/https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.2257>

Romero, A. (2019). *Importancia del estudio técnico en un proyecto de inversión*[Tesis de grado, Universidad técnica de Machala].
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/14826>

Ruiz , A., Cerna , J., & Menacho , L. (2020). Pitahaya (Hylocereus spp.): Cultivo, características fisicoquímicas, composición nutricional y compuestos bioactivos. *Scientia Agropecuaria*, 11(3), 439-453.
<https://doi.org/https://dx.doi.org/10.17268/sci.agropecu.2020.03.16>

Ruíz, J. R., Avila, M., & sánchez, Z. (2019). *Matemáticas Financiera para la selección de alternativas.*

[https://books.google.com.ec/books?id=VsyCDwAAQBAJ&pg=PA55&dq=TASA+INTERNA+DE+RETORNO+\(TIR\)&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwia5oixyc_xAhVcm2oFHU-WDScQ6AEwAXoECAIQAg#v=onepage&q=TASA%20INTERNA%20DE%20RETORNO%20\(TIR\)&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=VsyCDwAAQBAJ&pg=PA55&dq=TASA+INTERNA+DE+RETORNO+(TIR)&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwia5oixyc_xAhVcm2oFHU-WDScQ6AEwAXoECAIQAg#v=onepage&q=TASA%20INTERNA%20DE%20RETORNO%20(TIR)&f=false)

Semisterra, É., R. R., & Suárez, S. (2018). La viabilidad de un proyecto, el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR). *Revista de producción, Ciencias e Investigación*, 2(17), 9-15. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol2iss17.2018pp9-15>

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (Noviembre de 2021). *Para exportar*.

SICEX. (15 de Marzo de 2021). *Plan de exportación: consejos para garantizar una logística eficiente*. SICEX: <https://sicex.com/blog/garantice-logistica-eficiente-en-plan-de-exportacion/>

Sistema de información sobre Comercio Exterior[SICE]. (2021). *Países Andino-Unión Europea*. http://www.sice.oas.org/TPD/AND_EU/AND_EU_s.ASP

Suárez, O., & Albarracín, S. (2021). Estudio de las importaciones de productos naturales vitamínicos A&E dentro del mercado Ecuatoriano, periodo 2013-2016. *Ciencia & Tecnología*, 21(29), 105-115. <https://cienciaytecnologia.uteg.edu.ec/index.php/cienciaytecnologia>

Toledo, W. (2017). El rol de las exportaciones en el crecimiento económico: evidencia de una muestra de países de América Latina y el Caribe. *Revista de economía*, 34(89), 78-100.

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2395-87152017000200078&script=sci_arttext

Traficmar. (25 de Junio de 2022). *11 siglas de los Incoterms 2022*.

<https://www.trafimar.com.mx/blog/11-siglas-de-los-incoterms-2020>

Uzcátegui, C., Pozo, B., Espinoza, M., & Angeline, B. (2018). Principales métodos de evaluación de proyectos de inversión para futuros emprendedores en el Ecuador. *Revistas Espacios*, 39(24), 23-34.

<https://www.revistaespacios.com/a18v39n24/18392423.html>

Valarezo, L. (2019). *Plan de negocio para la internacionalización de la mantequilla de maní a la comunidad europea*[Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López].

<http://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/1006>

Valenzuela, E., Muñoz, M., & Torres, P. (2021). *Comercio Internacional: Temas relevantes y definiciones*. RIL editores.

<https://elibro.net/es/ereader/espam/188579>

Valero, G., Rodenes, M., & Ruedas, G. (2016). La internalización de las empresas exportadoras. Estado de la cuestión. *Revista Le Bret*, 8, 127-147.

<https://doi.org/> <https://doi.org/10.15332/rl.v0i8.1689>

Vallone, G. (16 de Septiembre de 2022). *El plan de negocio como herramienta efectiva de planificación estratégica*. LinkedIn:

<https://www.linkedin.com/pulse/el-plan-de-negocio-como-herramienta-efectiva-gabriel-vallone/?originalSubdomain=es>

- Vargas , Y., Vargas , S., Hernández , A., Miranda , R., & Vargas , G. (2016). El diagrama de flujo como semáforo de seguridad ecológica de los experimentos de laboratorios. *Educación química*, 27(1), 30-36. [https://doi.org/ https://doi.org/10.1016/j.eq.2015.04.013](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.eq.2015.04.013).
- Vargas, A. (2017). *Investigación de mercado*. Bogotá: Areandina. <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/1428df>
- Vargas, Y., Pico, J., Díaz, A., Sotomayor, D., Burbano, A., Caicedo, C., . . . Viera, W. (2020). *Manual del cultivo de pitahaya para la amazonia Ecuatoriana*. Ecuador: INIAP. Manual N° 117 x. Joya de los Sachas. <https://repositorio.iniap.gob.ec/bitstream/41000/5551/1/INIAPMANUAL117-2020.pdf>
- Vargas, Y., Valdivia, A., Vargas, S., Hernández, A., Miranda, R., & Vargas, G. (2016). El diagrama de flujo como semáforo de seguridad ecológica de los experimentos de laboratorio. *EducaciónQuímica*, 27, 30-36. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.eq.2015.04.013>
- Wheihrich, H. (1982). The TOWS Matrix A Tool for Situational Analysis, La matriz TOWS: una herramienta para el análisis situacional). *Long Range Planning*, 15(2), 54-66.
- Zorrilla, A., Eirez, M., & izquierdo, M. (2004). Papel de los radicales libres sobre el ADN: carcinogénesis y terapia antioxidante. *Revista Cubana de Investigación Biomédica*, 23(1), 51-57.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03002004000100008&lng=es&tlng=es.

Zuki, M. (2017). *Incidencia del acuerdo multipartes en las exportaciones ecuatorianas de derivados de cacao la Unión Europea [Tesis de grado, Universidad técnica de Machala]*.
<https://doi.org/http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/11658>

ANEXOS

ANEXO 1. ENTREVISTA AL DUEÑO DE LA EMPRESA

ENTREVISTA AL DUEÑO DE LA EMPRESA	Ing. Jorge Salvador Sánchez Solórzano
<i>PREGUNTAS ASOCIADAS A LA MATRIZ VRIO</i>	
1.- ¿Cuáles son sus clientes potenciales?	
2.- ¿Cuáles son las empresas que amenazan la organización con la entrada de nuevos productos al mercado?	
3.- ¿Cuáles son sus proveedores y cuán importante es para Jorge Fruit estabilizar su relación laboral?	
4.- En el mercado actual, ¿Se encuentra amenazado por un producto sustituto?	
5.- Como dueño de la micro empresa, ¿Cuáles capacidades y recursos consideran que son o han sido indispensables para su crecimiento?	
6.- Al mencionar que la aprobación de certificados es un recurso indispensable para Jorge Fruit, ¿Cree que es valioso, raro e imitable e importante para su organización?	
7.- La calidad de la fruta como recurso importante, ¿Es valioso, raro, inimitable para la organización?	
8.- La experiencia y conocimientos del recurso humano es una capacidad valiosa, rara, inimitable e importante para la organización?	
9.- La cadena de suministro empleada, ¿Es un recurso valioso, raro, e inimitable para Jorge Fruit?	
10.- Los créditos financieros adquiridos mediante las instituciones financieras es un recurso valioso, raro, inimitable e importante para la organización?	
11.- ¿Los equipos y herramientas empleadas para la producción es un recurso valioso, raro, inimitable e indispensable para que Jorge Fruit ejecute sus actividades productivas de manera eficiente?	
12.- En la actualidad, las vías de acceso al mercado de la pitahaya son considerado para su organización como un recurso valioso, raro e inimitable.	
13.- ¿Jorge Fruit tiene diseñada o cuenta actualmente con una marca especificada y posicionada en el mercado?	
14.- De manera general, ¿Cree que la infraestructura es adecuada para realizar un proceso de exportación de la fruta?	
15.- La micro empresa lleva a cabo un plan estratégico donde evalué y analicé su situación externa e interna que favorezcan a su vez la formulación de estrategias y objetivos?	
<i>PREGUNTAS ASOCIADAS A LA MATRIZ DAFO</i>	
16.- ¿JORGE FRUIT está totalmente capacitada para cumplir con las normativas legales que rigen en el país importador?	
17.- ¿El volumen de producción es propicio para suministrar a grandes clientes?	
18.- ¿Puede su producto adaptarse a las necesidades del mercado internacional?	
19.- ¿Cree que su producto pueda venderse internacionalmente a través del internet?	
20.- ¿Cree que es necesario que la micro empresa cuente con personal especializado para vender en el exterior?	
21.- ¿Tiene la micro empresa los recursos necesarios para financiar la compra de materiales, insumos, maquinaria etc., para internacionalizarse?	
22.- ¿Cree que sea necesario potenciar o modificar cambios en la marca para vender en el exterior?	

Fuente: Autores de la investigación

Anexo 2. COMPETENCIA MACRO

PROVINCIA	RAZÓN SOCIAL	CÓDIGO DE ÁREA	
COTOPAXI	1. OLRESOL EXPORTS CIA. LTDA	0591757938001.05010801	
	2. MEGAFRUIITS	1802988731001.05010801	
	3. OLRESOL EXPORTS CIA. LTDA	0591757938001.05020802	
GUAYAS	4. AGRÍCOLA PALMEIRAS S.A	0992733160001.09010801	
	5. BRESSON S.A	0992109327001.09100801	
	6. EXPORTACIONES DUREXPORTA S.A	0991149406001.09010801	
	7. JUAMPA S.A	0991098038001.09010801	
	8. LISUDER S.A	0992746947001.09010801	
	9. BELTRÁN ZAPATA HENRY MARCELO	0918996042001.09020801	
	10. ROMERO HERNÁNDEZ DIONISIO	0902170547001.09030801	
	11. FRUTOS EXÓTICOS DEL ECUADOR FRUTEXDELECUADOR SAS	093278807001.09020801	
	12. SIDELSUR S.A	0993260851001.09020801	
	13. GRUPO AGRIPRODUCT S.A	0991261214001.09020801	
	14. BAQUERIZO SOTOMAYOR OMAR HUMBERTO	0919038232001.09040802	
	15. SAN ANDRÉS EXPORT SA EXPORT S.A.S	0591760548001.09020802	
	16. MOLOSFRUT	0993361461001.09010801	
	17. KGPORT S.A	0993084905001.09020801	
	18. SBD CIA LTDA	0992886331001.09010802	
	LOS RIOS	19. CASTRO CRUZ ELSIE DEL CARMEN	1204254757001.12010801
		20. EARTHFRUCTIFERA CIA.LTDA.	0992696923001.12080803
21. OKSANA LEIGH GRAY		0152000014001.12010801	
22. VERA ROJAS JUAN AGUSTÍN		1200647582001.12010801	
23. NARANJO GAIBOR JAVIER EDUARDO		1204155988001.12020801	
24. VERA ARREAGA ANGELO LUIS		0928427087001.12020801	
25. GRAY JOURDAN CABOT		0151594058001.12010801	
MORONA SANTIAGO	26. AMAZONICFRESH CIA LTDA	1792603110001.14010801	
	27. ANCATROPICALFRESH CIA LTDA	1891793258001.14020801	
	28. ARAUJO PAREJA CARLOS ANDRÉS	1713232179001.14020801	
	29. COMERCIALIZADORA Y EXPORTADORA PITAYUMI S.A.	1792835860001.14010801	
	30. EXPORTADORA PITAHEALTH S.A	1490826196001-14010801	
	31. FINCA PROCEL CIA.LTDA	1891774997001.14020801	
	32. FRUTAVENTURA CIA.LTDA	1792819776001.14010801	
	33. HERAS CALLE FRANCO BINICIO	1600271165001-14040802	
	34. LEÓN PALACIOS JOSÉ OLIVO	0105208813001.14020801	
	35. MYD-FRUIITS ECUADOR CIA.LTDA	1891781322001.14020801	
	36. ORTIZ ORTRIZ ORFELINA	1600152688001-14010801	
	37. ORTIZ PARRA DIANA NOEMI	1400417737001-14020801	
	38. ORTIZ RODRÍGUEZ CARLOS RUPERTO	1600109944001.14010801	
	39. ORTIZ RODRÍGUEZ MERCI ESFELIDA	1500325046001-14020801	
	40. PITAFRESH ECUADOR CIA LTDA	1891777864001.14010801	
	41. PLASENCIA HOYOS ABNER JACOB	1600570103001.14010801	
	42. PRODUCTORA ECUATORIANA DE FRUTAS EXÓTICAS ORGANPIT CIA LTDA	1792745063001.14020801	
	43. PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ALIMENTOS NANKYFOODS CIA. LTDA.	1792856833001.14040803	
	44. ROJAS ROJAS ÉDISON BLADIMIR	1600592081001.14020802	
	45. SUAREZ FONSECA FRANKLIN JOSÉ	0502548373001.14020801	
	46. JORGE ALONSO CALVA ROJAS	1600197329001.14040801	
	47. ORTIZ PAREDES DARWIN DANIEL	1600411175001.14010801	
	48. FRUTVESTRE S.A	2390047595001.14010801	
	49. ORTIZ RODRÍGUEZ CLELIA VICTORIA	1600091746001.14010801	
	50. CASTRO FLORES MILI MARIANELA	1600374639001.14020801	
	51. GAVILANEZ GUEVARA MARIO ALEJANDRO	1801207943001.14020801	
	52. VILLA CABRERA WILLAN FERNANDO	1400732275001.14050805	
	53. RAINFOREST FRUIITS	1792955270001.14020801	
	54. APC-PR-COMERCIALIZADORA EXPORTIMPORT S.A	1792814758001.14040804	
	55. TRADSYCOM	1792903289001.14060806	
	56. VILLA CABRERA WILLIAN FERNANDO	1400732275001.14080808	
	57. DIAZ RUILOVA LUZMILA DEL ROCIO	1600164741001.14010801	
	58. TAHA RABIE MOHAMED ELSAYED HUSSIEN	1793041043001.14030801	
	59. GAVILANEZ VILLALVA MIRELLI MARJORIE	1712885563001.14020801	
	60. RIVADENEIRA TORRES WILSON ANTONIO	1400420897001.14060808	

	61. FRUTORGANIC CIA. LTDA	0190461513001.14020801
	62. VERA ARREAGA ANGELO LUIS	0928427087001.14020802
	63. CALDERÓN NOBLECILLA JULIO CESAR ENRIQUE	0704137769001.14010801
	64. F.L.P.LATINOAMERICAN PERISHABLES DEL ECUADOR S.A.	1791262212001.14010801
	65. HONEY FRUITS EXPORTADORA HONEYFRUITS S.A.S.	0993316954001.14010801
	66. GOMEZ RODRIGUEZ LUIS ALBERTO	1717875015001.14020801
	67. CEGRATEJ CIA. LTDA.	1691726165001.14010801
	68. LANONEXPORT S.A	0992788410001.14020802
	69. ZUMBA HARO MARIANELA NARCIZA	1600335325001.14020801
	70. MEGA FRUITS AMAZON&ANDES S.A.S.	1793101267001.14010801
	71. NOVOA ORTIZ GILBERTH ROLANDO	1600505026001.14080805
	72. PALORA-EXPORTER CIA .LTDA	1891777937001.14010801
	73. NATFRU NAVARRETE TROPICAL FRUIT DEL ECUADOR S.A.S.	1793112706001.14010801
	74. DIAZ NAVARRETE BRYAN GUSTAVO	1718668906001.14040804
	75. SALAZAR MAYTA ROSA INES	1400373815001.14020802
	76. PRODUCTORA ECUATORIANA DE FRUTAS Y PROCESADOS DIAMONDFRUITS C.L.	1792664373001.14030801
	77. TIBATAN CIA LTDA	1792559456001.14070807
	78. TIBATAN CIA LTDA	1792559456001.14080808
	79. CRUZ SAMANIEGO WILSON GABRIEL	1600559296001.14030802
	80. AGRICOLA OPLA CIA.LTDA	1691725398001.14010801
	81. AMAZON FRUIT FREXOT PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA S.A.	1691721627001.14020801
	82. ASOCIACION DE PRODUCTORES Y COMERCIALIZACIÓN DE PITAHAYA Y OTROS PRODUCTO POLORA	1490806306001.14030802
	83. CALVA ROJAS VICTOR TARQUINO	1102484176001.14020801
	84. CENTRO COMERCIAL FERROAGRO	0500876115001.14020801
	85. COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL TE. CETCA	1790017397001.14010802
	86. DELGADO TORRES CESAR ANTONIO	1400135321001.14020801
	87. FAICAN LANDACAY NORMAN WLADIMIR	1103624597001.14020801
	88. GILBERTH ROLANDO NOVOA ORTIZ	1600505026001.14030801
	89. GAY JOURDAN CABOT	0151594058001.14010801
	90. GUAMAN VILLACIS ANDREA PAULINA(ORGAPIT)	1803390358001.14010801
	91. HIDALGO CASCO GEOVANNY GERMAN	1600410821001.14010801
	92. HIDALGO CASCO JAIME LENIN	1600356057001.14030802
	93. HIDALGO TRELLES JORGE LUIS	1600461147001.14020801
	94. HUGO PORFIRIO QUISPE LARREATEGU	1600257776001.14020801
	95. LÓPEZ GÓMEZ DAMIÁN GUSTAVO	1600372898001.14020802
	96. OKSANA LEIGH GRAY	0152000140001.14010801
	97. PROCEL HOYOS FREDDY XAVIER	1600323164001.14030802
	98. PRODUCTORES DE PITAHYA ECUATORIANA PROPHEC CIA.LTDA	1891782981001.14010801
	99. ROJAS CASTILLO FERMIN	1100583705001.14030801
	100. TENEDA HOYOS WILSON DANILO	1600401507001.14030801
	101. VERA ROJAS JUAN AGUSTIN	1200647582001.14010801
	102. CALVA CHAMBA VICTOR HUGO	1101631818001.14030801
	103. SANDOVAL ALCOCER VICTOR HUGO	1600246415001.14040802
	104. CASTAÑEDA TAPIA JUSTO ROMAN	1600384034001.14020801
PASTAZA	105. ECUAMAZONIC NATURAL	1204896839001.16020801
	106. AMORES AMAZONIC AMORESAMAZONIC CIA LTDA	1691727056001.16010801
PICHINCHA	107. ACUNA LAMUS ADRINA	1719409128001.17020801
	108. AGRICOLA VALLE HERMOSO CIA.LTDA.	1792695813001.17020601
	109. ALIMENTO ECUATORIANOS DEL MAR Y FRUTA ECUAMARFRU S.A.	0992974605001.17040802
	110. ANA MARCELA ARMAS CUASCOTA	1003456611001-17020801
	111. AUSTROFOOD CIA.LTDA.	1792135419001.17070801
	112. BERÓN SOTO JAIME ALBERTO	1714155361001.17010801
	113. DAVILA Y CURILLO EXPORTACIONES E IMPORTACIONES CIA.LTDA	1791357973001.17010802
	114. F.L.P. LATINOAMERICAN PERISHABLES DEL ECUADOR S.A.	1791262212001.17040804
	115. MAYRA ALEXANDRA LAMIÑA LUGMAÑA	1716168081001.17010801
	116. PITAHAYA BONANZA EQ	1792561280001.17030801
	117. PRODUCTANKAY CIA.LTDA	1792221862001.17110803
	118. PRODUCTORA ECUATORIANA DE FRUTAS Y PROCESADOS DIAMONDFRUITS C.L.	1792664373001.17030803
	119. PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA ADRO NATURAL RESOURCES CIA.LTDA	1792772958001.17020801
	120. WADE BENTON TURNER ROBERTS	1751248947001.17020802
	121. PROCESADORA ECUATORIANA DE FRUTA FRESCA Y CONGELADA PIMANFRUIT S.A.	1792979072001.17010801

	122. TIBATAN CIA.LTDA.	1792559456001.17010801
	123. JULIO ERNESTO ESTUPIÑAN	1715615397001.17020801
	124. FRUTAVENTURA CIA.LTDA	1792819776001.17040803
	125. CAMPUZANO LARA JORGE ORLEY	1205598681001.17010801
	126. EPF ECUALIFE PREMIUM FRUITS S.A.S.	1793142621001.17020801
	127. FENATURA S.A.	1691726033001.17010801
	128. DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS MILAGRO S.A DISPRODUCSA	0991412980001.17010802
	129. CORPORACIÓN C&RAGROEXPORT CIA.LTDA	2390037913001.17010801
	130. VALDIVIA FRUIT VALDIFRUIT S.A.S	1391918534001.17010801
	131. ANDRADE LOPEZ BILLY MATHEO	1721077095001.17020801
	132. PUKUNA-FARMS CIA.LTDA.	1793012809001.17030803
	133. CALDERON NOBLECILLA JULIO CESAR ENRIQUE	0704137769001.17050803
	134. TEMPUSALLIANCE C.LTDA.	1793057314001.17030803
	135. FRUITSMERE EXPORTADORA TOO FRUITY S.A.	1792766524001.17030802
	136. INDUSTRIA ALIMENTICIA NATIVEARTH FOODS NATIVEARTH S.A.	0993057258001.17010801
	137. CALDERON NOBLECILLA JULIO CESAR ENRIQUE	0704137769001.17040802
	138. PALACIOS VEGA FRANCISCO XAVIER	1709029951001.17020801
	139. PICALER EXPORTACION E IMPORTACION CIA. LTDA	1792314798001.17010801
	140. ISMAEL FRUIT ISMAFRUIT CIA.LTDA.	1792965233001.17030802
	141. INDUSTRIA ALIMENTICIA NATIVEARTH FOODS NATIVEARTH S.A.	0993057258001.17020802
	142. ZORSON GROUP PAW ENDARA NEJER S.A.	1091761110001.17010801
	143. ANDRANGO ANDRANGO GALID KARINA	1717559064001.17020801
	144. CEVALLOS COLLAGUAZO MARCO FABIAN	1709898215001.17050804
	145. ALIMENTOS ECUATORIANOS DEL MAR Y FRUTAS ECUAMARFRU S.A.	0992974605001.17080806
	146. FRUTVEC S.A.S.	1793186750001.17020801
	147. AGRÍCOLA PITACAVALA CIA. LTDA.	1791942094001.17020801
SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS	148. TIERRA ORGANICA	1716562192001.23010801
	149. FAVAYE S.A.	2390032547001.23060803
TUNGURAHUA	150. FINCA BUENAÑO SANCHEZ	1802695823001.18010801
	151. INDUSTRIA ALIMENTICIA PEREZ VACA INALPEV CIA LTDA	1891763170001.1801080
	152. ALEMAN OLIVO MARÍA MERCEDES	1805038666001.18020801
	153. ECOFRUTEXA	1802250207001.18010801

Fuente: Agrocalidad, (2023)

ANEXO 3. PÁGINA WEB DE JORGE FRUIT



Fuente: Autoras de la investigación

ANEXO 4. MARCA PROPUESTA



Fuente: Autoras de la investigación

ANEXO 5. CERTIFICADO FITOSANITARIO DE EXPORTACIÓN

Solicitud de Certificado Fitosanitario de Exportación (CFE)

Datos de Solicitud

* Número de Solicitud	20009992	2015	Consultar	* Fecha de Solicitud	20/10/2015
* Ciudad de Solicitud	[GYE] Guayaquil				

Datos de Solicitante

* Clasificación de Solicitante	<input checked="" type="radio"/> Persona Jurídica <input type="radio"/> Persona Natural		* Número de Identificación de la Empresa Solicitante (RUC)	1768105720001
* Nombre o Razón Social de Solicitante	AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO AGROCALIDAD			
* Representante Legal de Solicitante	VUEAGROCALIDAD			
* Provincia de la Empresa Solicitante	[009] GUAYAS	* Cantón/Ciudad de la Empresa Solicitante	[09390] GUAYAQUIL	
* Parroquia de la Empresa Solicitante	[090114] XIMENA			
* Dirección de la Empresa Solicitante	TEST ADDR			
* Nombre de Solicitante	VUEAGROCALIDAD			
* Teléfono de Solicitante	0425349464	Fax de Solicitante	0424710208	
* Correo Electrónico de Solicitante	CORREODEV@DEV.DEV			

Fuente: Escola (2018)

ANEXO 6. SOLICITUD DE CERTIFICADO FITOSANITARIO DE EXPORTACIÓN

Fuente: Agrocalidad (s.f.)

ANEXO 7. FIRMA ELECTRONICA





Banco Central del Ecuador

Inicio
Quiénes Somos
Marco Normativo
Firma Electrónica
Servicios Relacionados
Centro de Descargas
Contáctenos

Solicitud Formulario

Datos de la Solicitud

Seleccione el tipo de certificado para su solicitud

Persona Natural

Seleccione el tipo de contenedor para su certificado

Token

Seleccione la ciudad y oficina de entrega de su certificado.



AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO - AGROCALIDAD
PROGRAMA DE CERTIFICACIÓN FITOSANITARIA DE ORNAMENTALES DE EXPORTACIÓN



LISTA DE CHEQUEO PROTOCOLO DE ACAROS No. _____

INFORMACIÓN GENERAL

Fecha Inspección: _____ Hora Inspección: _____

Finca: _____ Registro: _____ Provincia: _____

Razón Social Exportador: _____ Ciudad: _____

No. de Ha en producción a la fecha: _____

Correo electrónico: _____ No. Teléfono / celular de contacto: _____

DESCRIPCIÓN DE MATERIAL VEGETAL

Rosa Flor de verano especifique _____

Bouquet Hojales especifique _____

Flores tropicales Crisantemo Otro especifique _____

PAIS DE DESTINO

USA Rusia Panamá Chile Europa Otro especifique _____

El Inspector Fitosanitario de AGROCALIDAD que suscribe, después de realizar la inspección, ha observado lo siguiente:

	SI	No	
1.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sistema de detección y monitoreo en cultivo
2.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sistema de detección y monitoreo sala poscosecha
3.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Plan de capacitación del personal técnico
4.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Plan de manejo integrado de plagas
5.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Plan de contingencia para el control de la plaga

Especifique el respaldo

Plagas Cuarentenarias o no cuarentenarias reglamentadas			
Plagas	No. especímenes vivos	No. Formulario Lab. / fecha del envío	

Observaciones:

Nombre y Firma Representante Finca _____

CI No. _____

Nombre y Firma Inspector AGROCALIDAD _____

CI No. _____

Nota: Adjuntar respaldos fotográficos y físicos.

Fuente: Banco Central de Ecuador (s.f.)

ANEXO 8. FORMULARIO DE DECLARACIÓN DE ADUANA

Información de General	
A05.Código del declarante	01902666
A03.Código de Régimen	--Selección--
A01.Código del distrito	--Selección--
A04.Tipo de despacho	--Selección--
Información de exportador	
B04.Código de tipo de identificación del exportador	--Selección--
B02.Dirección del exportador	
B06.Ciudad de residencia del exportador	
B01.Nombre del exportador	
B03.Teléfono del exportador	
B07.CIUI	--Selección--
INFORMACIÓN DE AGENTE	
B08.Código de tipo de identificación del declarante	--Selección--
B11.Dirección del declarante	
B10.Nombre del declarante	
Común	
B19.Nombre del consignatario	
B25.Código de país de destino final	--Selección--
B12.Valor FOB	\$ 0
B14.Código de unidad de medida	--Selección--
B20.Dirección del consignatario	
B21.Ciudad del consignatario	
B13.Código de forma de pago de la transacción comercial	--Selección--
B18.fecha de emisión de la	07/04/2013
Totales	
C04.Cantidad total de ítem	
C05.Peso neto total	0.000
C07.Cantidad total de bultos	0
C08.Cantidad total de unidades físicas	0
C06.Peso bruto total	0.00
C09.Cantidad total de unidades comerciales	0
C10.Cantidad total de unidades comerciales	0
C11.Código de la mercancía de despacho urgente	--Selección--
C12.Código de solicitud de despacho	--Selección--

Fuente: Guacollante (2015)

ANEXO 9. FACTURA COMERCIAL

FACTURA COMERCIAL				
Dirección.....		Ruc: 1314473933001		
Teléfono.....		FACTURA		
E-mail.....		Mercado exportador		
Señores: EMPRESA IMPORTADORA JORGE FRUIT S.A		Nombre de Contacto: Sr. Jorge Salvador Sánchez Solorzano		
Dirección.....		Muestra		
Atención.....		Referencia.....		
INVOICE (FACTURA COMERCIAL) N° 0010020049		N° de cliente..... 1549		
		N° Orden de pedido: P/0720		
Mercancía ha sido enviada en:				
Dimensión de embalaje				
Peso bruto: 1.678 kg				
Peso neto: 1.654 kg				
Marca: Sin marca				
Vía: Marítima				
País de origen: Ecuador				
			Valor	
Partida arancelaria	Descripción	Cantidad	Unitario	Total
081090400	Pitahaya	1800 UNDS	US \$ 4	US 7.200,00
INCOTERM: FOB			TOTAL FACTURADO	
			US 7.200.00	

Fuente: Procuador (s.f.)

Anexo 10. Documento de transporte marítimo Bill of Lading (B/L)

Fuente: Pro ecuador (s.f).

ANEXO 11. DOCUMENTO ÚNICO ADMINISTRATIVO DE TRASPORTE

1	Ejemplar para el país de expedición/ exportación	2 expedidor/ exportador		1.declaracion		4.Lista de carga		7.Numero de referencia	
		8.Destinatario		3. formularios		6.Total bultos			
		14. Declarante/ representante		5.Partidas		9.Responsabilidad financiera		12. P.A.C	
		18. Identificación y nacionalidad del medio de transporte		15. País de expedición/ exportación		11. País transacción		17.Código de país destino	
		21.Identificación y nacionalidad medio transporte activo en frontera		16.País de origen		15. Código de expedición exportación		20. Condiciones de entrega	
		25. Modo transporte en frontera		19.		17. País destino		24. Naturaleza transs	
		26. Modo transporte interior		22. Divisa o importe total de factura		23. Tipo cambio		28. Datos financieros y bancarios	
1	29. salida de aduana	Localización de las mercancías		27. Lugar carga					
Bultos y descripción de las mercancías	Marca y numeración-N Contenedor(es) número de clase			32. Partida N		33. Código de la mercancía			
				34. código de país de origen		35. masa bruta en (kg)			
				37. Régimen		38. Masa neta en (kg)		39. contingencia	
				40. documento de carga/ documento precedente					

Identificaciones especiales/ documentos presentados/ certificados de autorizaciones						41. Utilidades suplementaria	
						Cod.I.E	
Cálculos de los tributos	Clase	Base imposible	tipo	importe	MP	48. aplazamiento de pago	49. identificación depósito
						B. Datos contables	
	Total						
Aduanas de paso previstas (y país)	50. Obligado principal Representado por: Lugar:				Nº	Firma:	C. Aduana de partida
52. garantía no válida para					cód.	53. Aduana de destino (y país)	
Control por aduana del país Resultado Precintos colocados: Numero: Marcas: Plazo (fecha limite) Firma					sello	54. lugar y fecha	

Fuente: Comisión Europea (s.f.)

ANEXO 12. INFLACIÓN

INFLACIÓN					
2017	2018	2019	2020	2021	TOTAL
42%	-22%	27%	-34%	13%	5%

Fuente: Dato mundial (2021).