

**UNIVERSIDAD UTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Ingeniería en Comercio Exterior, Integración y Aduanas**



**“TRABAJO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA  
EN COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS”**

**TEMA:**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CONCENTRADO  
DE PULPA DE JÍCAMA DESDE EL CANTÓN PÍLLARO, EN TUNGURAHUA  
HACIA MADRID, ESPAÑA – 2020”**

**AUTOR:**

**Nelly Priscila Schettini Castillo**

**DIRECTOR:**

**Ing. Fausto Núñez Ortega MGT**

**Quito, Ecuador**

**2020**

### Formulario de registro bibliográfico proyecto de titulación

DATOS DE CONTACTO	
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD</b>	0401262084
<b>APELLIDO Y NOMBRES</b>	Schettini Castillo Nelly Priscila
<b>DIRECCIÓN</b>	Ismael Solís y Alfredo Luna Tobar
<b>EMAIL</b>	priscilaschettini1@hotmail.com
<b>TELÉFONO FIJO</b>	S/N
<b>TELÉFONO MÓVIL</b>	0992846391
DATOS DE LA OBRA	
<b>TÍTULO</b>	Plan de negocios para la exportación de concentrado de pulpa de jícama desde el cantón Píllaro, en Tungurahua hacia Madrid, España – 2020.
<b>AUTOR O AUTORES</b>	Schettini Castillo Nelly Priscila
<b>FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN</b>	20 de Julio de 2020
<b>DIRECTOR (A) DEL PROYECTO DE TITULACIÓN</b>	Ing. Fausto Núñez Ortega MGT
<b>PROGRAMA</b>	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA</b>	Ingeniera en Comercio Exterior, Integración y Aduanas
<b>RESUMEN: Mínimo 250 palabras</b>	El planteamiento de la presente investigación tuvo como objetivo principal elaborar un plan de negocios para exportación de concentrado de pulpa de jícama hacia Madrid, España. De este modo la metodología planteada fue de tipo exploratoria y descriptiva, a través del análisis documental. La población y la muestra fue seleccionada entre los individuos de la ciudad a donde va dirigido el producto final, a los que se les aplicó una encuesta vía online para obtener información que permitiera conocer la preferencia de los posibles clientes sobre la mercancía a exportar. Los datos obtenidos fueron analizados y su tratamiento sirvió para realizar las adecuaciones al plan,

	<p>evitando así la pérdida de recursos innecesarios. Además, se consultaron las acciones a emprender para el registro y constitución de la empresa, y los tramites a realizar en cada una de las aduanas involucradas en el proceso. Se seleccionó el envase ideal para el traslado por vía marítima de la pulpa de jícama, eligiendo el contenedor refrigerado de 40 pies, en el cual irían las cajas plásticas con las bolsas de 500ml. Para poder corroborar la viabilidad de la puesta en marcha del negocio se realizó un análisis financiero, el cual arrojó resultados positivos para la aplicación del plan. Donde el punto de equilibrio se alcanza al 136.57% de las ventas realizadas, el VAN muestra un valor positivo de \$177,972.69, la TIR se ubica en 30.26% y el periodo de recuperación es de 3 años, 9 meses y 28 días.</p>
<p><b>PALABRAS CLAVE</b></p>	<p>empresa, exportación, mercancía, plan de negocios</p>
<p><b>ABSTRACT: Minimum 250 words</b></p>	<p>The main objective of this research was to develop a business plan for the export of jicama pulp concentrate to Madrid, Spain. Thus, the proposed methodology was exploratory and descriptive, through documentary analysis. The population and the sample were selected from among the individuals from the city to which the final product is directed, an online survey was applied to those from Madrid, Spain to obtain information that would allow them to know the preference of potential customers over the merchandise to be exported. The data obtained was analyzed and its treatment served to make the adjustments to the plan, thus avoiding the loss of unnecessary resources. In addition, the actions to be taken for the registration and constitution of the company were consulted, and the procedures to be carried out in each of the customs involved in the process. The ideal container for the transport by sea of the jicama pulp was selected, choosing the 40-foot refrigerated container, in which the plastic boxes with the 500ml bags would go. In</p>

	order to corroborate the feasibility of starting the business, a financial analysis was carried out, which yielded positive results for the application of the plan. Where the break-even point reaches 136.57% of the sales made, the NPV shows a positive value of \$177,972.69, the IRR stands at 30.26% and the recovery period is 3 years, 9 months and 28 days.
<b>KEYWORDS</b>	company, export, merchandise, business plan

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.



Nelly Priscila Schettini Castillo

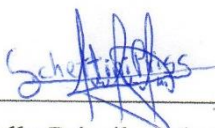
0401262084

## **Declaración y autorización**

Yo Nelly Priscila Schettini Castillo, estudiante de la Universidad UTE con CI 0401262084, declaro ser la autora de la presente investigación “Plan de negocios para la exportación de concentrado de pulpa de jícama desde el cantón Píllaro, en Tungurahua hacia Madrid, España - 2020”, previa a la obtención del título de Ingeniera en Comercio Exterior Integración y Aduanas.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad UTE a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 20 de julio 2020



---

Nelly Priscila Schettini Castillo

CI 0401262084

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CONCENTRADO DE PULPA DE JÍCAMA DESDE EL CANTÓN PÍLLARO, EN TUNGURAHUA HACIA MADRID, ESPAÑA – 2020



SEDE MATRIZ  
Calle Barriguerías 31/31  
entre Bourgeois y Alarcón

CAMPUS OCCIDENTAL  
Avenida Mariscal Sucre 51/4  
y Mariana de Jesús

Quito, 15 de mayo del 2020

Señor Ingeniero  
Nelson Cenda  
**DECANO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
Presente.-

De mi consideración:

En referencia a mi designación como Director de Tesis al tema: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CONCENTRADO DE PULPA DE JÍCAMA DESDE EL CANTÓN PÍLLARO, EN TUNGURAHUA HACIA MADRID, ESPAÑA – 2020", presentado por la Seta NELLY PRISCILA SCHETTINI CASTILLO, quien optará por el título de INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACION Y ADUANAS.

Al respecto cumplo con informarle que la investigación ha cumplido en todo lo referente a los aspectos metodológicos e investigativos.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,



Ing. Yusto Núñez O. Mgr  
**DIRECTOR DE TESIS**

## **Dedicatoria**

### **A Dios.**

Porque su amor y su bondad no tienen fin, por darme salud cada día y pueda sonreír ante todos mis logros que son resultado de su ayuda y fortaleza que pone en mi vida y hace que mejore como ser humano, y crezca de diversas maneras.

### **A mis pequeños hijos Emiliano, Emmanuel y Luciano**

Son mi mejor regalo que haya podido recibir de parte de Dios, son mi vida y mi mayor inspiración, ustedes son mi motivación para seguir creciendo profesionalmente, ustedes me dan la fortaleza para crecer y no desmayar nunca, llenan mi vida de felicidad y me ayudan hacer una mejor madre cada día.

### **A mis padres Jorge Schettini y Nelly Castillo**

Por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, por darme la vida y cuidarme en todo momento, por ese apoyo incondicional que solo ustedes me pueden brindar y por ser quienes siempre han creído en mí.

### **A mis hermanas Yolanda y Adriana**

Por siempre estar presentes en mi vida, apoyándome y caminando junto a mí para verme crecer.

## **Agradecimiento**

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición me ha dado salud para terminar una etapa importante de mi vida.

Agradecer a mi padre, por inculcarme el valor de la honestidad, por su ejemplo de lucha y sacrificio para ser un profesional ético y con valores. Agradecer a mi madre, mi mejor amiga, confidente, gracias por ese amor y dedicación que me diste siempre, por inculcarme el valor de amar a Dios y al prójimo, por ser una maestra excepcional de muchos valores éticos y humanos, gracias a ti soy un mejor ser humano.

Agradecer a mis hermanas Yoly gracias por ser fuerte en tu carácter siempre me enseñaste a tomar lo positivo de esa fortaleza. Adri gracias por estar en mi enfermedad siempre y apoyándome para que pueda culminar mi carrera.

Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades y personal que hacen la Universidad UTE por abrirme las puertas y permitirme crecer profesionalmente.

Especialmente a mi Tutor de Tesis Ing. Fausto Nuñez, que no solo fue un excelente profesor, sino que supo orientarme por el camino correcto, gracias por ese apoyo en todos estos años, gracias por ayudarme cuando mi salud se debilitó y gracias por darme fuerzas para culminar mi carrera.

Agradecer al Ing. Alfonso Blanco, un gran profesor, un gran ser humano con quien pude realizar mis pasantías en la universidad, gracias por esa amistad de respeto y consideración, y gracias por el apoyo que siempre me brindó en mi proceso académico.

Agradecer al Eco. Rodrigo Arévalo, un gran profesional, quien siempre con respeto y dedicación ha impartido sus conocimientos conmigo y quien en mi enfermedad supo apoyarme y dar sus consejos para seguir adelante, gracias por ser un Carchense y un paisano que me ayudó en mi formación.

Agradecer al Ing. Pablo Basantes, por siempre acoger mis peticiones y ayudarme en todo mi proceso, gracias por ser un gran profesor y buen ser humano.

A mis amigas, agradecer por ese apoyo incondicional, por creer en mí y que con su ejemplo y consejos me han permitido culminar esta etapa, gracias por esa amistad sincera Mayra V y Libia R. que Dios las bendiga y siempre permita estar juntas en el camino.



## **Resumen ejecutivo**

El presente plan de negocios fue elaborado con el objetivo de exportar pulpa de jícama desde el cantón Píllaro, en Tungurahua hacia Madrid, España. Para ello se crea la empresa NUTRIPULP, encargada de realizar las operaciones de producción en Ecuador y de enviar la mercancía hacia Europa.

El primer capítulo corresponde al planteamiento del problema a resolver, donde se analiza el objeto de estudio, los objetivos a cumplir y la justificación por la que se debe realizar la investigación. Asimismo, se tiene en cuenta la teoría relevante al estudio.

El segundo capítulo se enfoca en la metodología empleada para analizar y resolver el problema de estudio. Se plantea la modalidad de la investigación, cuales son los métodos a utilizar y la población y muestra que será objeto de análisis.

Un tercer capítulo encierra los resultados obtenidos en el análisis del mercado, el proceso de producción, la logística necesaria para llevar a cabo el plan de exportación y la evaluación financiera para determinar la viabilidad del proyecto.

Por último, el capítulo cuatro recoge las conclusiones a las que se llegó después de aplicados todos los pasos de la investigación y las posibles recomendaciones sobre la ejecución del plan de negocios.

## Índice de contenido

Formulario de registro bibliográfico proyecto de titulación.....	ii
Declaración y autorización .....	v
Certificación del Tutor.....	vi
Dedicatoria.....	vii
Agradecimiento .....	viii
Resumen ejecutivo.....	ix
Índice de contenido.....	x
Índice de tablas .....	xiii
Índice de figuras .....	xv
Índice de gráficos.....	xvi
Capítulo 1 .....	1
Introducción.....	1
1.1. El problema de investigación.....	1
1.1.1. Problema a investigar.....	1
1.1.2. Objeto de estudio teórico. ....	1
1.1.3. Objeto de estudio práctico.....	1
1.1.4. Planteamiento del problema.....	1
1.1.5. Formulación del problema. ....	4
1.1.6. Sistematización del problema. ....	4
1.1.7. Objetivos generales. ....	4
1.1.8. Objetivos específicos. ....	4
1.1.9. Justificaciones. ....	4
1.1.10. Limitación.....	5
1.2. Marco referencial.....	5
1.2.1. Marco teórico.....	5
1.3. Marco conceptual.....	11
Capítulo 2 .....	13
Método.....	13
2.1. Nivel de estudio. ....	13
2.2. Modalidad de investigación. ....	13
2.3. Método.....	13

2.4. Población y muestra.....	14
2.5. Selección instrumentos de investigación.....	15
2.6. Procesamiento de datos.....	15
2.7. Metodología específica.....	15
2.7.1. Metodología para el objetivo específico de describir el proceso de producción del concentrado de pulpa de jícama.....	15
2.7.2. Metodología para el objetivo específico de determinar la logística para la exportación de concentrado de pulpa de jícama.....	16
2.7.3. Metodología del objetivo específico para realizar técnica de mercadeo en España.....	16
2.7.4. Metodología del objetivo específico evaluar la rentabilidad del plan de negocios para la exportación de concentrado de pulpa de jícama.....	16
Capítulo 3.....	18
Resultados.....	18
3.1. Recolección y tratamiento de datos.....	18
3.1.1. Resultados del objetivo 1. Describir el proceso de producción del concentrado de pulpa de jícama.....	18
3.1.2. Resultados del objetivo 2. Determinar la logística para la exportación de concentrado de pulpa de jícama, incluyendo información respecto a almacenaje, distribución, embalaje, estrategias de comercialización, trámites, precio, entre otros; con la utilización de teorías del Comercio Internacional.....	18
3.1.3. Resultados del objetivo 3. Realizar técnica de mercadeo en España para determinar el mercado potencial en la exportación de concentrado de pulpa de jícama.	18
18	
3.1.4. Resultados del objetivo 4. Evaluar la rentabilidad del plan de negocios para la exportación de concentrado de pulpa de jícama a España.....	19
3.2. Presentación y análisis de resultados.....	19
3.2.1. Describir el proceso de producción del concentrado de pulpa de jícama.....	19
3.2.2. Determinar la logística para la exportación de concentrado de pulpa de jícama, incluyendo información respecto a almacenaje, distribución, embalaje,	

estrategias de comercialización, trámites, precio, entre otros; con la utilización de teorías del Comercio Internacional.....	26
3.2.3. Realizar técnica de mercadeo en España para determinar el mercado potencial para la exportación de concentrado de pulpa de jícama. ....	34
3.2.4. Evaluar la rentabilidad del plan de negocios para la exportación de concentrado de pulpa de jícama a España. ....	43
Capítulo 4 .....	55
Conclusiones y Recomendaciones .....	55
4.1. Conclusiones .....	55
4.2. Recomendaciones .....	57
Referencias .....	58
Anexos .....	60

## Índice de tablas

Tabla 1	Propiedades naturales de la jícama.....	6
Tabla 2	Sub-partidas arancelarias de Ecuador a España (excluyendo XC XL) .....	7
Tabla 3	Principales importaciones de frutas de España en 2019.....	10
Tabla 4	Objetivo específico 1 .....	16
Tabla 5	Objetivo específico 2.....	16
Tabla 6	Objetivo específico 3.....	16
Tabla 7	Objetivo específico 4.....	17
Tabla 8	Proceso de producción.....	19
Tabla 9	Simbología de cada operación.....	20
Tabla 10	Equipos para el proceso de producción .....	22
Tabla 11	Descripción del cargo: gerente .....	25
Tabla 12	Descripción del cargo: secretaria/contadora.....	25
Tabla 13	Descripción del cargo: dpto. de venta .....	25
Tabla 14	Descripción del cargo: dpto. de producción .....	26
Tabla 15	Costo de Registro de marca comercial .....	28
Tabla 16	Pasos para declaración aduanera .....	32
Tabla 17	Segmento de mercado.....	34
Tabla 18	Determinación de la demanda para los próximos cinco años.....	35
Tabla 19	Pregunta 1. Marque cuál es su género .....	37
Tabla 20	Pregunta 2. Marque su rango de edad actual.....	37
Tabla 21	Pregunta 2. ¿Consume usted alimentos naturales (frutas, verduras, vegetales...) con frecuencia?.....	38
Tabla 22	Pregunta 4. De los siguientes tipos de jugos ¿cuál prefiere?.....	38
Tabla 23	Pregunta 5. ¿Conoce usted sobre las propiedades nutricionales de la jícama? ...	38
Tabla 24	Pregunta 6. ¿Cuántos kilogramos de jícama consumen en su hogar durante el mes? .....	39
Tabla 25	Pregunta 7. ¿Le gustaría contar con una presentación de pulpa de jícama a su alcance en los supermercados de su ciudad?.....	39
Tabla 26	Pregunta 8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una presentación de 500ml de pulpa de jícama?.....	40
Tabla 27	Pregunta 9. ¿Cuál de los siguientes embaces prefiere recibir el producto de pulpa de jícama?.....	40

Tabla 28	Pregunta 10. ¿Por qué compraría pulpa de jícama? .....	41
Tabla 29	Cronograma publicitario.....	43
Tabla 30	Inversión inicial.....	44
Tabla 31	Capital de trabajo.....	45
Tabla 32	Mano de obra indirecta.....	46
Tabla 33	Mano de obra directa .....	46
Tabla 34	Costos fijos y variables.....	47
Tabla 35	Insumos directos.....	47
Tabla 36	Gastos de exportación .....	48
Tabla 37	Detalles de gastos .....	48
Tabla 38	Depreciación.....	49
Tabla 39	Amortización .....	50
Tabla 40	Ventas estimadas .....	51
Tabla 41	Estado de resultados .....	51
Tabla 42	Flujo de caja .....	52
Tabla 43	Punto de equilibrio .....	53
Tabla 44	Tasa de rendimiento .....	53
Tabla 45	VAN, TIR y PR .....	54
Tabla 46	Periodo de recuperación .....	54

## Índice de figuras

Figura 1 Partida arancelaria.....	7
Figura 2. Flujograma del proceso productivo.....	21
Figura 3. Área de la empresa.....	23
Figura 4. Mapa de proceso.....	24
Figura 5. Organigrama estructural.....	24
Figura 6. Organigrama estructural.....	27
Figura 7 Pasos para solicitud de verificación fonética en línea.....	28
Figura 8 Pasos para el registro de una marca comercial.....	28
Figura 9 Obtención de permisos.....	29
Figura 10. Prototipo de contenedor refrigerado.....	31
Figura 11 Registro de Exportador.....	32
Figura 12 CFR.....	33
Figura 13. Flujograma de exportación.....	34
Figura 14 Marca y eslogan.....	42
Figura 15 Etiqueta del empaque de Pulpa de Jícama.....	42
Figura 16 Principales canales de distribución.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## Índice de gráficos

Gráfico 1 Pregunta 1. Marque cuál es su género.....	37
Gráfico 2 Pregunta 2. Marque su rango de edad actual.....	37
Gráfico 3 Pregunta 3. ¿Consume usted alimentos naturales (frutas, verduras, vegetales...) con frecuencia?.....	38
Gráfico 4 Pregunta 4. De los siguientes tipos de jugos ¿cuál prefiere?.....	38
Gráfico 5 Pregunta 5. ¿Conoce usted sobre la existencia y las propiedades nutricionales de la jícama?.....	39
Gráfico 6 Pregunta 6. ¿Cuántos kilogramos de jícama consumen en su hogar durante el mes? .....	39
Gráfico 7 Pregunta 7. ¿Le gustaría contar con una presentación de pulpa de jícama a su alcance en los supermercados de su ciudad?.....	40
Gráfico 8 Pregunta 8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una presentación de 500ml de pulpa de jícama?.....	40
Gráfico 9 Pregunta 9. ¿Cuál de los siguientes embaces prefiere recibir el producto de pulpa de jícama?.....	41
Gráfico 10 Pregunta 10. ¿Por qué compraría pulpa de jícama? .....	41
Gráfico 11 Punto de equilibrio .....	53



# Capítulo 1

## Introducción

### 1.1. El problema de investigación

#### 1.1.1. Problema a investigar.

Inexistencia de un plan de negocios para la exportación del concentrado de jícama hacia Madrid.

#### 1.1.2. Objeto de estudio teórico.

El objeto de estudio teórico recae en la forma de estructurar el plan de negocios para la exportación del concentrado de pulpa de jícama desde el cantón Píllaro (ver anexos 1 y 2), en Tungurahua hacia Madrid, España. De este modo, será necesario profundizar en los fundamentos teóricos, en base a las referencias doctrinales existentes, en cuanto a cómo lograr:

- Plan de negocios
- Exportaciones
- Creación de empresas

#### 1.1.3. Objeto de estudio práctico.

- Concentrado de jícama
- Exportación a Madrid

#### 1.1.4. Planteamiento del problema.

##### Diagnóstico

No existe ningún país en el mundo que produzca todos los productos que necesita. Cada nación, por lo tanto, intenta producir aquellos bienes en los cuales goza de una ventaja comparativa. La transformación relativa en la dotación de factores, tecnología, sabor, entre las naciones ha ampliado enormemente las bases del comercio internacional. Además, el negocio de importación y exportación es más fuerte que cualquier otro.

Durante las últimas dos décadas, la comercialización internacional ha crecido enormemente en todo el mundo y aún continúa su tendencia al alza. Aunque, no es un fenómeno nuevo, las raíces del comercio son antiguas como los propios humanos, se consideraba un sistema de trueque. A pesar del hecho de que el planeta es considerado una aldea global y la compraventa entre los países se está expandiendo rápidamente, todavía hay muchas oportunidades para que los fabricantes y productores descubran y obtengan beneficios de los nuevos mercados. Después, de un breve análisis de las exportaciones en Ecuador, se plantea una idea de negocio de envío de pulpa de jícama hacia Madrid.

El Ecuador cuenta con múltiples variedades de recursos naturales debido a la posición geográfica que favorece las condiciones de clima para el cultivo de diferentes frutos. Se ha caracterizado durante muchos años por la exportación de petróleo y de productos agrícolas tradicionales, pero es una necesidad incursionar en nuevos mercados mundiales, diversificando la matriz productiva. Cuestión que se puede alcanzar por las relaciones bilaterales beneficiosas de comercio exterior con países de la Unión Europea, intercambio que cada año cobra mayor fuerza y se exploran nuevas alternativas con otros rubros. Según los datos la industria en conserva genera importantes ingresos al país, tanto en el consumo local como en exportaciones. En el 2018 se exportaron \$1.417.138 Miles de USD FOB en mercancías industrializados, dentro de los que se encuentran las conservas (Banco Central del Ecuador, 2020).

La delegación de la unión europea ha venido informando particularmente a los emprendedores ecuatorianos sobre los principales trámites que deben ejecutar para cumplir con los requisitos de exportación y mercadeo en esos países. Prestando gran interés al producto ecuatoriano, apoyados a su vez por el actual gobierno, quien busca estrechar los lazos del comercio internacional con las naciones del viejo continente (Herrera, 2018).

El mercado español ostenta un gran atractivo a los inversionistas; la cultura, la gastronomía y el alto consumismo poblacional lo sitúan en la mira del inversor extranjero. Observando una ventaja para posesionar su negocio, grande o pequeño en un país que florece. Así, las exportaciones de productos no oriundos de la zona pero que son altamente consumidos por la población. Países como China y Estados Unidos, presentan acuerdos comerciales con beneficios bilaterales.

Las relaciones entre España y Ecuador florecen y fluyen, propiciando un ambiente favorable a las interacciones comerciales. El acuerdo firmado en el 2016 por ICEX y PROECUADOR en aras de favorecer las importaciones y exportaciones, un factor fundamental para tener en cuenta al mercado español como un futuro consumidor de productos ecuatorianos (ICEX, 2020).

### **Pronóstico**

La inexistencia de un plan de negocios para los productores de jícama en el cantón Píllaro (ver anexos 1 y 2), en Tungurahua los limita en la comercialización de sus cosechas en mercados extranjeros. Conocen que el país está exportando a diversas partes del mundo muchas variedades de origen natural de alto contenido de nutrientes y que tienen aceptación en los consumidores. En sentido general Europa, tiene estilos de vida y de consumo orientados a productos naturales por lo que se considera un mercado potencial a estimular

con el concentrado de pulpa de jícama, utilizado para elaborar múltiples recetas como pasteles, jugos guarniciones, licores, galletas, empanadas, dulce, mermelada, té, caramelos, yogur, helados, entre otras.

Cada vez se reconocen más la utilidad de la jícama sobre todo en aquellas personas que tienen el padecimiento de la diabetes. Es conocida además como ‘manzana de la tierra’ con su raíz tuberosa que se cultiva en la zona andina y posee la apariencia de una papa gigante. Su amarillenta pulpa es muy jugosa y dulce. Su aspecto físico es muy parecido a una manzana pelada lista para comer. Este tubérculo data desde la época preincaica en varias naciones de Latinoamérica (FAO, 2014). En la sierra central, específicamente en el cantón Píllaro (ver anexos 1 y 2), en Tungurahua, se convierte en un referente territorial significativo en su cultivo. Si bien los beneficios no se difunden apropiadamente, hace algunos años, emprendedores producen diferentes productos con esta materia prima, por ejemplo, golosinas que no pasan inadvertidas en mercados, ferias populares y diversos eventos sociales.

La jícama es un tubérculo comestible, originaria de México donde además recibe el nombre de papa o nabo mexicano. También, se puede encontrar en países de América del Sur, central o en California, Estados Unidos. Esta raíz presenta altas concentraciones de potasio, vitaminas C y B, y calcio. Así, cuenta con inulina, un probiótico que ayuda al crecimiento de bacterias beneficiosas para el organismo y su sistema digestivo (Rossignoli, 2014). El concentrado es la reducción del agua o variación de un estado natural a uno con mayor condensación del producto. En este caso, es un extracto de la planta, usado en bebidas o combinados con otros alimentos (González, González, González, Rosales, & Del Val, 2009).

### **Control de pronóstico**

Basado en las perspectivas del producto y sus propiedades se desarrolla esta idea de negocio, buscando un mercado que admita este consumo con lo que se podría mejorar las condiciones de cultivos, generaría nuevas fuentes de empleo y reportaría beneficios adicionales para los productores y consumidores. Claro está, introducir la mercancía hacia la ciudad de Madrid, no se puede originar de manera espontánea, sino a través de un plan bien pensado que ordene las acciones y se encause de forma organizada. Precisamente, el problema a investigar, considera estos puntos, con un atractivo proyecto de empresa dedicada a la comercialización del rubro.

### **1.1.5. Formulación del problema.**

¿Cómo se debería estructurar un plan de negocios de creación de una empresa para la exportación de concentrado de pulpa de jícama hacia Madrid, España?

### **1.1.6. Sistematización del problema.**

¿Cómo es el proceso de producción del concentrado de pulpa de jícama?

¿Cómo debe ser la logística para la exportación de concentrado de pulpa de jícama, incluyendo información respecto a almacenaje, distribución, embalaje, estrategias de comercialización, trámites, precio, entre otros; con la utilización de teorías del Comercio Internacional?

¿Qué técnicas de mercadeo utilizar para determinar el mercado potencial en la exportación de concentrado de pulpa de jícama hacia España?

¿Cómo evaluar la rentabilidad del plan de negocios para la exportación de concentrado de pulpa de jícama a España?

### **1.1.7. Objetivos generales.**

- Elaborar un Plan de negocios para exportación de concentrado de pulpa de jícama hacia Madrid, España.

### **1.1.8. Objetivos específicos.**

- 1 Describir el proceso de producción del concentrado de pulpa de jícama.
- 2 Determinar la logística para la exportación de concentrado de pulpa de jícama, incluyendo información respecto a almacenaje, distribución, embalaje, estrategias de comercialización, trámites, precio, entre otros; con la utilización de teorías del Comercio Internacional.
- 3 Realizar técnica de mercadeo en España para determinar el mercado potencial en la exportación de concentrado de pulpa de jícama.
- 4 Evaluar la rentabilidad del plan de negocios para la exportación de concentrado de pulpa de jícama a España.

### **1.1.9. Justificaciones.**

Un plan de negocios es considerado como un proceso administrativo de desarrollo que permite mantener una relación entre los objetivos de los recursos del constructor y las cambiantes oportunidades de la demanda. Las principales directrices del mismo es cumplir con un adecuado estudio de perfectibilidad, viabilidad, realizando un análisis detallado de todo el procedimiento constructivo desde el ante proyecto hasta culminar con las ventas y pos ventas, lo que conlleva una evaluación del entorno, identificando las posibilidades que se presentan para el esquema y las amenazas que se vislumbran. A través de la

implementación de estrategias de mercadeo se debe lograr los mejores resultados en colocación de nuestro producto en el mercado, buscando la pronta aceptación en instituciones y organizaciones con interés social y población en general.

#### **1.1.9.1. *Justificación teórica.***

A nivel teórico, la investigación está justificada por el hecho de que permitirá conocer la forma real, el mercado de conservas en Madrid, España y la factibilidad de incursionar en este, tomando en cuenta las consideraciones y particularidades de una organización ecuatoriana. Esta información tiene potencial de ser representativa en organizaciones pequeñas y medianas en la región.

#### **1.1.9.2. *Justificación práctica.***

A nivel práctico, la investigación permitirá identificar elementos útiles para la incursión en el mercado de una organización con características similares a este estudio.

#### **1.1.9.3. *Justificación metodológica.***

A nivel metodológico, los instrumentos y técnicas utilizadas para el diagnóstico de la situación podrán ser replicados en contextos y trabajos futuros que apunten a objetivos similares a los de este trabajo.

Se justifica, por la demanda y apertura del mercado español en la importación de productos naturales de acuerdo con las exigencias de sus consumidores. Además, por las posibilidades de Ecuador de cultivar y exportar un rubro de alto valor nutritivo y de aceptación en el exterior, favorecido por sus condiciones de clima y sus tradiciones productivas. También, la presencia del pacto comercial con la Unión europea facilita el intercambio entre ambas regiones.

### **1.1.10. Limitación**

#### **1.1.10.1. *Limitación de tiempo***

- Año 2020

#### **1.1.10.2. *Limitación de espacio***

- Cantón Píllaro

## **1.2. Marco referencial**

### **1.2.1. Marco teórico.**

#### **1.2.1.1. *Breve reseña histórica de la jícama***

La jícama es originaria de México, donde se consume en varias formas. Sus propiedades son elevadas, con un 80% a 90% de agua en su contenido. Puede ser consumida por personas con diabetes y contiene vitamina C, calcio, fósforo, potasio y hierro. Además,

es un poderoso antioxidante que ayuda a proveer los niveles de colesterol y azúcar en sangre. El consumo de esta planta aporta diversos elementos naturales que ayudan a mantener el equilibrio en la salud humana. Seguidamente se presentan las características propias de este tubérculo.

Tabla 1  
**Propiedades naturales de la jícama**

<b>Elementos</b>	<b>Cantidad Promedio</b>
Agua	86.6 gr
Grasa	0.3 gr
Proteína	0.3 gr
Fibra	0.5 gr
Carbohidratos	10.5 gr
Calorías	69 cal
Ceniza	0.3 gr
Tiamina	0.01 gr
Caroteno	0.08 gr
Ácido Ascórbico	3.1 gr
Rivoflavina	0.1 gr
Fósforo	21.0 mg
Calcio	23 mg
Azúcares simples	1.5- 4 g
Hierro	0.3 mg
Olifructuosa	6 – 12 g

Fuente: Adaptado de (Seminario, Valderrama, & Manrique, 2003)

#### ***1.2.1.2. Zonas de cultivo en Ecuador***

En el país la jícama, se cultiva en las tierras altas de 2.400 a 3.000 msnm. Encontrándose en mayor cuantía en la parte sur del país: Loja, Azuay y Cañar. Además, en la Sierra Central en las provincias de Cotopaxi, Chimborazo y Bolívar; y al norte, en Pichincha, Imbabura y Carchi (Rodríguez K. , 2015).

#### ***1.2.1.3. Partida arancelaria de importación en España***

A continuación se presenta la partida arancelaria por la cual ingresará la pulpa de jícama a Madrid, España.

The screenshot shows the 'TRADE HELPDESK' interface. At the top, there is a search bar with the text 'Buscar' and a magnifying glass icon. Below the search bar is a navigation menu with links: 'El mercado europeo', 'Requisitos', 'Derechos de entrada', 'Impuestos internos', 'Reglas de origen', 'Estadísticas', and 'Ayuda'. A prominent blue banner features the UK flag and the text 'Brexit \* El Reino Unido se retiró de la Unión Europea y es un tercer país a partir del 1 de febrero de 2020. Durante el período de transición, que finaliza el 31 de diciembre de 2020, la legislación de la Unión, con algunas excepciones limitadas, sigue siendo aplicable en y para el Reino Unido.' Below this banner is a large section titled 'Quiero exportar a la UE'. It contains three input fields: 'Quiero exportar desde:' with a dropdown menu showing 'Ecuador'; 'A un Estado miembro de la UE:' with a dropdown menu showing 'España (excluido XC XL)'; and 'Código de producto:' with a text input field containing '2008999990'. To the right of the product code field is a blue button that says 'Encuentra mi código de producto'. Below these fields is a yellow button with a magnifying glass icon and the text 'Ver tarifas y requisitos'. The background of this section is a world map.

Figura 1 Partida arancelaria

Fuente: (Trade Helpdesk, 2020)

Tabla 2

**Sub-partidas arancelarias de Ecuador a España (excluyendo XC XL)**

Detalles	Sub-partida
Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas	20
Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte	20 08
Los demás, incluidas las mezclas, excepto las mezclas de la sub-partida 2008 19	
Los demás	20 08 99 00 00
Los demás	20 08 99 99 00
<b>Los demás</b>	<b>20 08 99 99 90</b>

Fuente: (Trade Helpdesk, 2020)

Consultado el sitio web TRADE HELPDESK de la comisión europea se puede apreciar en la figura 1 y en la Tabla 2, la partida y las sub-partidas arancelarias para la importación del producto a Europa, quedando establecido en la partida número 2008999990, por la cual entrará la pulpa de jícama a Madrid. No obstante, por las estrechas relaciones y los convenios entre Ecuador y la UE este arancel es libre costo. Seguidamente se muestran los requisitos recogidos en esta página para la importación de la mercancía:

- Control de contaminantes en alimentos.
- Control sanitario de alimentos genéticamente modificados (GM) y alimentos nuevos
- Control sanitario de alimentos de origen no animal.

- Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en alimentos y piensos.
- Etiquetado de productos alimenticios.
- Voluntario - Productos de producción ecológica

Además, como España pertenece a la Unión Europea, esta comunidad exige para el ingreso de frutas y alimentos procesados los siguientes documentos:

- Ir acompañados de un certificado fitosanitario emitido por las autoridades del país de origen.
- Pasar las inspecciones aduaneras en el punto de entrada de la Unión Europea.
- Ser importadas en la Unión Europea por un importador inscrito en el registro oficial de un país miembro de la Unión Europea.
- Ser notificadas a la aduana antes de su llegada al punto de destino.
- Comunicado del código único BPM

#### ***1.2.1.4. Relaciones bilaterales Ecuador-España***

El intercambio mutuo entre los dos países analizados crece cada año. La Oficina Económica y Comercial de la Embajada del país europeo en Ecuador (2017) publicó que la exportación española tiene un registro extraordinario de crecimiento interanual de un 52,4% en este periodo, al situarse en 532,3 M€, es la cuarta mejor cifra de los últimos diez años. Por su parte, la compraventa ecuatoriana, consigue 597,9 M€ en igual tiempo, representa un incremento del 15,8% y es la cantidad más alta enviado por la nación desde 2007. A pesar de los incrementos alcanzados la Balanza Comercial continúa siendo negativa para el estado ibérico en unos -65,6 M€, con un saldo inferior en 60% al del 2016 que fue de -167M€ y, su tasa de cobertura es de 89%, lo que manifiesta una tendencia hacia el equilibrio del comercio bilateral.

Asimismo, es necesario subrayar que, en la última década, España tuvo saldos positivos en tres años seguidos, de 2012 al 2014, apoyada en las exportaciones de los “combustibles y lubricantes”, esencialmente en esos tiempos disfrutaron elevadas cotas de participación. Por otro lado, la vigencia del Acuerdo con la Unión Europea y la eliminación de las salvaguardias en el 2016 han contribuido de modo notable con la ampliación del envío español a Ecuador, que apunta a una continuidad y a una profundización de este camino positivo del intercambio bilateral. El país suramericano mantiene el patrón exportador de productos primarios hacia el mercado europeo, con mayor medida en el camarón y las conservas de atún, luego, pero a considerable distancia, las flores, el banano y frutas, en su conjunto figuran históricamente por encima del 90% del total enviado a esa nación (Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Ecuador, 2017).

Como se puede apreciar las condiciones de exportación son favorables entre ambos países, generando beneficios bilaterales. Por lo general, las exportaciones de productos



predominan las rosas, pero las conservas, frutas, también poseen aceptación dentro de ese mercado.

El proceso de exportación constituye un aspecto de vital importancia para la llegada de la pulpa de jícama a su destino, este caso hacia Madrid y es uno de los ejes en la transformación productiva, al respecto se plantea, en el número 4 lo siguiente:

Fomento a las exportaciones de productos nuevos, provenientes de actores nuevos -particularmente de la economía popular y solidaria-, o que incluyan mayor valor agregado -alimentos frescos y procesados, confecciones y calzado, turismo-. Con el fomento a las exportaciones buscamos también diversificar y ampliar los destinos internacionales de nuestros productos. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013, p. 12)

Como ya se ha señalado con anterioridad, si el saldo de la diferencia entre las exportaciones y las importaciones es positivo significa que el país vende muchos más bienes que los que ingresan por medio de los intercambios comerciales en esa misma etapa.

De allí, el país busca estrategias que le permitan alcanzar una balanza positiva de forma global, es decir sus exportaciones logren superar las importaciones. Se sabe que existen muchas reservas productivas, que con apropiadas operaciones pueden ser colocados múltiples recursos en los mercados internacionales. Claro está, para que los productores puedan colocar sus mercancías en el extranjero se deben regir por determinados procedimientos instituidos a esos efectos.

#### ***1.2.1.5. Principales exportadores e importadores mundiales de jícama***

Para determinar las potencialidades del producto en España, se consideran algunos indicadores, además del estudio de la demanda respectivo, conocer la opinión directa del posible consumidor. La principal competencia que se avizora en Centroamérica es México, el primer productor y exportador de jícama en América Latina. Sin embargo, su eminente aliado y destino de la mayor cantidad de este tubérculo lo es Estados Unidos de América. Un informe del gobierno mexicano de 2018, expone que el año anterior se envió hacia el vecino del norte 50.540 Toneladas, 1.321 T menos que en 2016, pero no deja de ser una cifra significativa. El propio documento asegura que entre el 2012 y 2017 las exportaciones de la planta a España no superaron las 2 T, como se puede observar en la Tabla 3. Algo revelador, ya que se presentan las posibilidades de explotar le mercado sin una rivalidad marcada (SIAP, 2018).

Tabla 3  
Principales importaciones de frutas de España en 2019

	ALEMANIA	BÉLGICA	FRANCIA	ITALIA	PAÍSES BAJOS	PORTUGAL	TOTAL DE T
AGUACATE	80	439	1,450	9	6,076	3,730	<b>11784</b>
ALBARICOQUE	10	13	513	112	3		<b>651</b>
ARÁNDANO	399	47	51	26	691	1,066	<b>2280</b>
CAQUI	17	2	205	35	22	40	<b>321</b>
CEREZA Y GUINDA	93	333	32	247	98	284	<b>1087</b>
CIRUELA	19	98	551	140	792	203	<b>1803</b>
FRAMBUESA	28	28	92	33	548	2,653	<b>3382</b>
FRESA	15	409	535	121	375	1,822	<b>3277</b>
GROSELLA	8	0	22	37	342	128	<b>537</b>
HIGO	54	1	28	268	2	11	<b>364</b>
KIWI		17,048	1,778	23,239	417	13,690	<b>56172</b>
LIMÓN	441	7	3,105	1,547	3,363	2,455	<b>10918</b>
MANDARINA	559	4	1,835	564	3,422	5,801	<b>12185</b>
MANGO, GUAYABA	29	7	189	39	1,541	558	<b>2363</b>
MANZANA	649	3,881	57,354	62,742	1,889	32,427	<b>158942</b>
MELOCOTÓN	3	1	2,757	1,112	21	592	<b>4486</b>
MELÓN	105	9	3,042	716	3,564	621	<b>8057</b>
MORA	9	23	88	24	27	83	<b>254</b>
NARANJA	2,389	113	5,450	2,500	9,876	36,264	<b>56592</b>
NECTARINA	15	11	5,404	614	97	410	<b>6551</b>
OTROS CÍTRICOS	2	1	62	19	16		<b>100</b>
PERA	3	21,307	952	1,284	13,648	12,461	<b>49655</b>
PIÑA	10	260	1,288	2,437	4,206	14,387	<b>22588</b>
PLÁTANO	0	3,102	23,485	2,525	2,268	2,401	<b>33781</b>
POMELO	180	66	139	39	1,917	2,626	<b>4967</b>
SANDÍA	80		2,889	857	1,819	741	<b>6386</b>
UVA DE MESA	708	27	462	10,482	9,194	3,296	<b>24169</b>
<b>OTRAS FRUTAS</b>	<b>280</b>	<b>3,313</b>	<b>10,402</b>	<b>11,905</b>	<b>2,911</b>	<b>4,397</b>	<b>33208</b>
<b>TOTAL DE T</b>	<b>6,185</b>	<b>50,550</b>	<b>124,160</b>	<b>123,673</b>	<b>69,145</b>	<b>143,147</b>	

Fuente: Adaptado de (Fepex, 2020)

Observando la Tabla 3, se puede apreciar que los principales proveedores de frutas de España se encuentran en Europa. En la lista de los productos más demandados no se encuentra la jícama, pues es de suponer que esta agrupada en el último apartado. Aunque no se conoce con exactitud las toneladas importadas de este tubérculo por el país de destino en el año 2019, es evidente el alto consumo de este tipo de alimentos por parte de los españoles.

#### 1.2.1.6. Teorías del comercio internacional

Según Marx, los países avanzados comercian con sus semejantes en desarrollo y las naciones pobres para explotar los valores adicionales producidos en estos. En opinión del propio autor, el comercio no es una situación beneficiosa entre todos, sino la explotación de los desposeídos por los industrializados. Sobre este particular, Adam Smith elogió a la economía capitalista por su capacidad de producción en masa a través de la división del trabajo y la especialización. Asimismo, estableció un apoyo lógico en las transacciones

internacionales, pero no pudo justificar el beneficio de una ventaja absoluta en la obtención de lo que otro pueda producir (Montalvo, 2009).

David Ricardo desarrolló la idea de Smith sobre el intercambio entre países en una teoría más general de la ventaja comparativa, pero ambos defendieron firmemente la clase capitalista y el capitalismo como un sistema económico. Marx creía que el modo de producción determinará las relaciones sociales con los diferentes grupos en una sociedad. Este vio al capitalismo como otra forma de explotación en la que algunos no trabajadores controlan los medios para obtener ganancias, explotando a los empleados. Asimismo, consideraba el comercio bilateral una vía de lucrar con el trabajo en mayor escala (Campbell & Skinner, 2014).

Tanto Smith como Ricardo vieron el comercio entre los estados una forma de enriquecer a todos los países. Sin embargo, Karl Marx analizó el capitalismo desde una fuerza de explotación de los valores excedentes realizados por los trabajadores. Este último distinguió en el intercambio internacional una manera de explotar, en la que los territorios avanzados obtienen el mayor valor de las naciones subdesarrollados (Marx & Sacarón, 2010).

### 1.3. Marco conceptual

- **Plan de negocios:** se define como un instrumento clave y fundamental de éxito, que consiste en una serie de actividades interdependientes para el inicio o desarrollo de un negocio (Muñiz, 2010).
- **Demanda:** Kotler, (2009, p. 54) la demanda es: "el deseo que se tiene de un determinado producto que está respaldado por una capacidad de pago".
- **Oferta:** son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, (...) si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta (Fischer & Espejo, 2004, p. 243).
- **Jícama:** es una planta herbácea cuyo tallo puede llegar a medir 6 metros de largo, con ramificaciones en toda su longitud. Sus hojas presentan foliolos enteros, presenta vainas de 8 a 12 cm, con semillas de color negro. Su raíz es de 10 cm de largo, de color blanca amarillenta, y su tubérculo representa la parte comestible de esta planta (Cajas, Oviedo, & Paredes, 2012, p. 19).
- **Incoterms:** son las obligaciones, responsabilidades y riesgos que asumirán tanto compradores como vendedores dentro proceso logístico al cual será

sometida una mercancía ya sea el caso de una importación o de una exportación (Huaman, 2015, p. 4).

- **CFR:** significa que el vendedor es responsable de entregar las mercancías en el puerto especificado por el comprador, así como de reservar y pagar el transporte de las mercancías hasta el puerto de destino (Iconainers, 2020).

## Capítulo 2

### Método

#### 2.1. Nivel de estudio.

Partiendo del objetivo primordial de esta memoria, determinar la factibilidad de llevar a cabo un plan de negocios para la exportación de jícama hacia Madrid, España. Se plantea un estudio de tipo exploratorio; adicional, se realizó una descripción de los datos recolectados y analizados obtenidos a través de encuestas y el análisis durante la investigación.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) en el estudio exploratorio:

Se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas. (p. 91)

Así mismo, el estudio descriptivo: “busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández et al., 2014, p. 92).

#### 2.2. Modalidad de investigación.

Para la investigación actual se empleó la modalidad documental, permitiendo acopiar los elementos requeridos en el estudio. En opinión de Tancara (2014) consiste en la evocación de los datos ofrecidos por determinadas fuentes, sobre una unidad de análisis concreta y su compilación, proceso y difusión. El proyecto es el primero de su tipo en la zona, el cual determinará las posibilidades reales de los productores de jícama de exportar este producto hacia el extranjero.

Por otro lado, Álvarez (1995) citado en Rizo (2015) plantea que la investigación documental es un modo, un procedimiento consecuente de búsqueda, recopilación, clasificación, estudio y representación de información o fichas en correspondencia con el tema tratado.

#### 2.3. Método.

El método deductivo permite establecer las peculiaridades de una situación específica que se estudia por el origen o resultado de atributos o declaraciones contenidas en propuestas

o leyes científicas de carácter general manifestadas anteriormente. A través de la deducción emanan los efectos específicos o determinados de las conclusiones adoptadas o generales (Abreu, 2014).

La aplicación del método deductivo en el análisis del tema de investigación con ideas o premisas legítimas, que dan validez a una idea o procedimiento ya aplicado. Con el que se hayan logrado resultados, en este caso específico, sobre la exportación del concentrado de jícama.

Según los autores Rodríguez, Jacinto y Omar (2017) el método analítico-sintético:

Es un procedimiento lógico que posibilita descomponer mentalmente un todo en sus partes y cualidades, en sus múltiples relaciones, propiedades y componentes. Permite estudiar el comportamiento de cada parte. La síntesis es la operación inversa, que establece mentalmente la unión o combinación de las partes previamente analizadas y posibilita descubrir relaciones y características generales entre los elementos de la realidad. Funciona sobre la base de la generalización de algunas características definidas a partir del análisis. Debe contener solo aquello estrictamente necesario para comprender lo que se sintetiza. (p. 186)

Empleada para examinar toda la información derivada de las empresas y efectuar la propuesta de plan de negocios, de acuerdo con todas sus partes. Además, determina la factibilidad o no, de la puesta en marcha del proyecto.

## **2.4. Población y muestra.**

En este sentido Arias, Villasis y Miranda (2016, p. 202) definen: “la población de estudio es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios predeterminados”. Es decir, la población se elige según las necesidades del estudio que se desea realizar.

Hernández, Fernández y Baptista (2014) define la población en una investigación como el: “conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 174). De acuerdo, con los datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería (2020) en la zona del cantón Píllaro, en Tungurahua, existen cerca de 300 productores que se dedican a la producción de la jícama, ese número constituirá la población de estudio.

La muestra de la investigación: “Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación” (López, 2004, p. 69). Teniendo en cuenta, que la

población de estudio es relativamente pequeña, se tomó como el total de la muestra, la misma, a la cual se le aplicó el instrumento para la recolección de datos.

Por otro lado: “la muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014, p. 175).

## **2.5. Selección instrumentos de investigación.**

Se aplicó una entrevista a 50 los productores de jícama en el cantón Píllaro, seleccionados de la muestra del estudio. Conociendo el nivel de aceptación sobre la comercialización de su producción, mediante la empresa que se pretende crear, transformando esta materia prima y posterior exportación. Se realizarán preguntas cerradas para facilitar su aplicación y análisis.

## **2.6. Procesamiento de datos.**

Una vez recolectadas las fichas se tabularon con la ayuda de la herramienta Excel. Rojas (2013) define este paso como el proceso mediante el cual los datos coleccionados se organizan y reúnen, basándose en opiniones explícitas o suposiciones, para su procesamiento detallado. Esto realizado con el objeto de presentar la valoración general que guardan los encuestados acerca de sus preferencias al respecto del producto en cuestión. Además, medir la rentabilidad del proyecto, se analizaron indicadores financieros tales como el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno, los cuales determinan si el plan es económicamente viable.

## **2.7. Metodología específica**

La metodología específica que se empleó para este estudio de comercio exterior, con miras a cumplir los objetivos específicos fueron los siguientes.

### **2.7.1. Metodología para el objetivo específico de describir el proceso de producción del concentrado de pulpa de jícama.**

A continuación, en la Tabla 1 se muestra la metodología empleada para el proceso de producción y cuáles fueron las fuentes consultadas en la obtención de la información.

Tabla 4  
Objetivo específico 1

Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuentes	Instrumentos
Establecer el proceso de elaboración	Secundaria	Proveedores	Información de otras organizaciones
Caracterización del método de producción.	Secundaria	Análisis documental	Base de Datos

Elaborado por: Priscila Schettini

### 2.7.2. Metodología para el objetivo específico de determinar la logística para la exportación de concentrado de pulpa de jícama.

Igualmente, para dar cumplimiento al objetivo específico 2 se planteó la siguiente metodología con las principales fuentes a consultar para obtener la información necesaria requerida.

Tabla 5  
Objetivo específico 2

Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuentes	Instrumentos
Establecer el mercado objetivo al que se pretende ofertar el producto.	Secundaria	Internet	Base de datos
Consultar normas aduaneras para planificar los movimientos de la mercancía.	Secundaria	Informes	Base de datos
Requisitos legales.	Secundaria	ARCSA	Información de otras organizaciones

Elaborado por: Priscila Schettini

### 2.7.3. Metodología del objetivo específico para realizar técnica de mercadeo en España.

Por otro lado, para la aplicación de las técnicas de marketing a aplicar para llegar a los clientes potenciales, se realizó una serie de acciones detalladas en la Tabla 3.

Tabla 6  
Objetivo específico 3

Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuentes	Instrumentos
Identificar las insuficiencias del mercado de estudio	Primaria	Encuesta	Cuestionario
Determinar los lapsos de compra de los consumidores	Primaria	Encuesta	Cuestionario
Medir la aceptación del producto	Primaria	Encuesta	Cuestionario
Establecer la marca, precio, comercialización, divulgación, etc.	Primaria	Encuesta	Cuestionario

Elaborado por: Priscila Schettini

### 2.7.4. Metodología del objetivo específico evaluar la rentabilidad del plan de negocios para la exportación de concentrado de pulpa de jícama.

Por último, para decretar la viabilidad del negocio se aplicaron los siguientes cálculos y evaluaciones, permitiendo colocar en contexto la situación del país y midiendo los indicadores que determinan las posibilidades de inversión.



PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CONCENTRADO DE PULPA DE JÍCAMA  
DESDE EL CANTÓN PÍLLARO, EN TUNGURAHUA HACIA MADRID, ESPAÑA – 2020

Tabla 7

**Objetivo específico 4**

<b>Necesidades de Información</b>	<b>Tipo de Información</b>	<b>Fuentes</b>	<b>Instrumentos</b>
<b>Estudio de mercado (oferta y demanda)</b>	Primaria	INE	Base de datos
<b>Logística de exportación (Pre embarque, embarque, pos embarque)</b>	Secundaria	Proveedores	Bases de datos
<b>Económico Financiero</b>	Secundaria	Libros	Servicios asociados

Elaborado por: Priscila Schettini

## **Capítulo 3**

### **Resultados**

#### **3.1. Recolección y tratamiento de datos**

En el presente capítulo se le dará cumplimiento a cada uno de los objetivos específicos de la investigación.

##### **3.1.1. Resultados del objetivo 1. Describir el proceso de producción del concentrado de pulpa de jícama.**

- Proceso de producción
- Producto final
- Volumen producción
- Capacidad instalada
- Proceso de envasado
- Almacenamiento mercancía

##### **3.1.2. Resultados del objetivo 2. Determinar la logística para la exportación de concentrado de pulpa de jícama, incluyendo información respecto a almacenaje, distribución, embalaje, estrategias de comercialización, trámites, precio, entre otros; con la utilización de teorías del Comercio Internacional.**

Del mismo modo para el objetivo 2, se tiene en cuenta la infraestructura necesaria al realizar las exportaciones, así, como todos los tramites a llevar a cabo en las dos aduanas involucradas en el proceso. De igual forma, se presentan las gestiones a ejecutar al constituir la empresa en el país, paso por paso.

##### **3.1.3. Resultados del objetivo 3. Realizar técnica de mercadeo en España para determinar el mercado potencial en la exportación de concentrado de pulpa de jícama.**

Por otro lado, la realización del presente objetivo involucra una encuesta por Internet, ya que los posibles consumidores están muy distantes. La cual arroja información relevante y necesaria en el desarrollo del plan. De la misma manera, se realizaron los cálculos determinando la demanda insatisfecha y la producción estimada para cumplir con los compromisos establecidos. Además, se presentó la marca y la exposición del producto con su logo y eslogan de la empresa.

### 3.1.4. Resultados del objetivo 4. Evaluar la rentabilidad del plan de negocios para la exportación de concentrado de pulpa de jícama a España.

En este objetivo se efectuaron todos los cálculos para decretar si el negocio es beneficioso, así como establecer el mínimo de inversión necesaria en su puesta en marcha. Por lo cual se tuvieron en cuenta los siguientes lineamientos:

- Determinar el monto de la inversión requerida para el funcionamiento de la empresa
- Comprobar si el plan es viable y rentable a futuro

## 3.2. Presentación y análisis de resultados

### 3.2.1. Describir el proceso de producción del concentrado de pulpa de jícama.

Para la elaboración de la pulpa de jícama, se deben tener en cuenta cuáles serán los elementos que intervienen en el proceso productivo. Seguidamente se describe cada paso a realizar en la obtención del producto final.

Tabla 8  
Proceso de producción




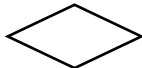
Actividad	Descripción	Tiempo
Adquirir la materia prima	Se hace el pedido a los proveedores de la materia prima necesaria para la producción.	15 min.
Selección de la materia prima optima	En este paso se hace una selección de la materia prima de alta calidad para ser transformada en pulpa.	15 min.
Lavado	Se realiza la limpieza de la fruta con agua a presión para eliminar las impurezas que pueden afectar la calidad.	10 min.
Retirar la cascara	Se elimina la cascara de jícama, ya que esta es gruesa y no comestible. Para ello se utiliza una maquina industrial peladora de papas.	30 min.
Cortar en fracciones	En este punto se divide en trozos pequeños para que la cocción sea lo más uniforme posible.	10 min.
Despulsar	Una vez está lista la fruta limpia de cascara se procede a despulsar.	15 min.
Cocción	La mezcla obtenida se coloca al fuego con una temperatura de 85° en una olla industrial con capacidad para 82.5 L. No es necesario agregar agua ya que la jícama se compone de entre 80 y 90 por ciento de agua.	15 min.
Adición de inhibidor	Luego de dejar enfriar a temperatura ambiente, se agrega a la mezcla benzoato de sodio (0.1%) para evitar el crecimiento de microbios en la pulpa.	5 min.
Mezclar	Las medidas exactas se mezclan en la licuadora industrial de 15 L.	20 min.
Envasado	La pulpa obtenida se envasa en bolsas plásticas de 500 ml, las mismas son llenadas de forma automática por la empacadora.	25 min.
Almacenamiento	Seguidamente se procede acopiar el producto final a -15° por lote.	10 min.

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Priscila Schettini

#### 3.1.1.1. Flujograma del proceso productivo.

El proceso de producción tiene un orden lógico en el cual se incluyen las actividades de control. Lo que permite determinar si cada paso ejecutado, es positivo para obtener un producto de calidad.

Tabla 9  
Simbología de cada operación

Símbolo	Descripción
	Inicio y fin de las operaciones
	Operaciones ejecutadas
	Transporte
	Actividad de control

Elaborado por: Priscila Schettini

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CONCENTRADO DE PULPA DE JÍCAMA DESDE EL CANTÓN PÍLLARO, EN TUNGURAHUA HACIA MADRID, ESPAÑA – 2020

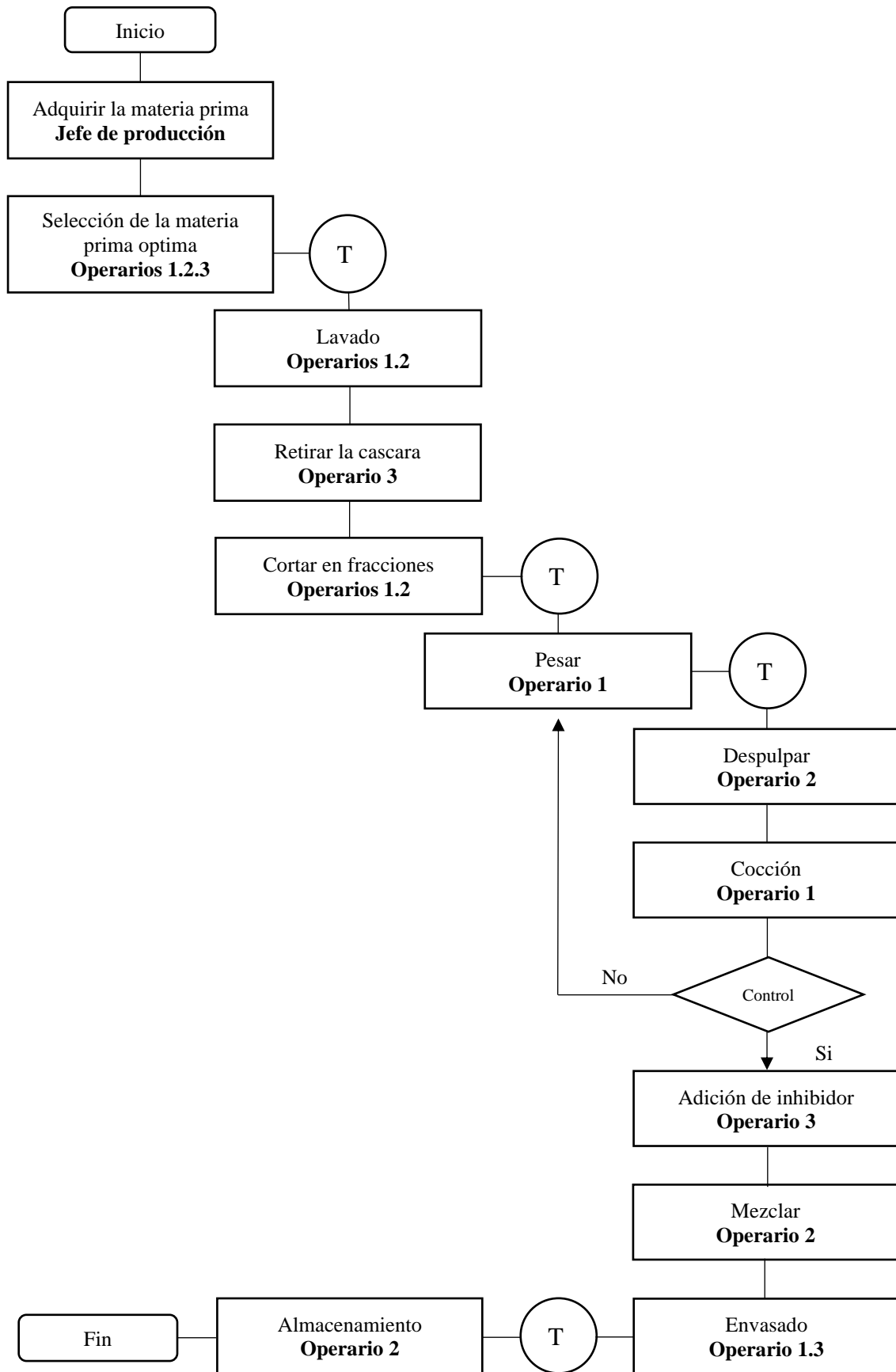



Figura 2. Flujograma del proceso productivo  
Elaborado por: Priscila Schettini

### 3.1.1.2. Equipos empleados en el proceso productivo.

Para llevar a cabo la transformación de la jícama en pulpa, es necesario el empleo de varios equipos que faciliten y agilicen el trabajo de los operarios, permitiendo a la vez cumplir con los planes previstos para la exportación.

Tabla 10

Equipos para el proceso de producción

Equipo	Descripción	Precio
	<p><b>Pelador de frutas</b></p> <p><b>Características:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Modelo TP450</li> <li>• Capacidad de 1653 L (750kg) (25lb/h)</li> <li>• Poder de 2HP</li> <li>• Voltaje de 110V</li> <li>• Velocidad de 1500rpm</li> </ul>	\$ 1200.00
	<p><b>Balanza</b></p> <p><b>Características:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 7 memorias</li> <li>• 2 intensidades de luz</li> <li>• 3 pantallas: peso, valor kilo o libra, valor a pagar</li> <li>• Panel plegable</li> <li>• Medidas de la base 100kg: 40cm x 30cm</li> <li>• Medidas de la base 300kg: 50cm x 40cm</li> <li>• Medidas de la base 500kg: 60cm x 45cm</li> </ul>	\$ 70.00
	<p><b>Despulpadora</b></p> <p><b>Características:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Funcionan a 110 voltios.</li> <li>• Capacidad de producción 160 kg/hora</li> <li>• Motor silencioso pero potente de 370V</li> </ul>	\$ 650.00
	<p><b>Olla</b></p> <p><b>Características:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 50cm de diámetro</li> <li>• 82.5 litros de capacidad</li> </ul>	\$ 129.00
	<p><b>Empacadora</b></p> <p><b>Características:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pantalla táctil para la calibración y configuración.</li> <li>• Sensor para identificar cada bolsa o funda</li> <li>• Dos servomotores para más precisión en el sellado de las fundas.</li> <li>• Visores digitales para el control de las temperaturas de sellado horizontal y vertical.</li> <li>• Puede terminar la función de fabricación de bolsas, medición, llenado, sellado, corte e impresión.</li> <li>• Luz ultravioleta para esterilizar el plástico antes de ser llenado y sellado.</li> </ul>	\$ 6900.00

**Congelador**

\$ 1400.00



**Características:**

- Elaborado en acero inoxidable
- Motor ahorrador de energía a 110v
- Tapa hermética de acero inoxidable
- Aislante de poliuretano para conservar el frío al máximo
- Garruchas para fácil movilidad
- Control de temperatura manual

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Priscila Schettini

Además, de los equipos necesarios, se debe contar con un área en la cual se encuentre ubicada la empresa. Con este fin, se realizará la compra de un inmueble en el cual la planta quedará distribuida como lo muestra la Figura 3.

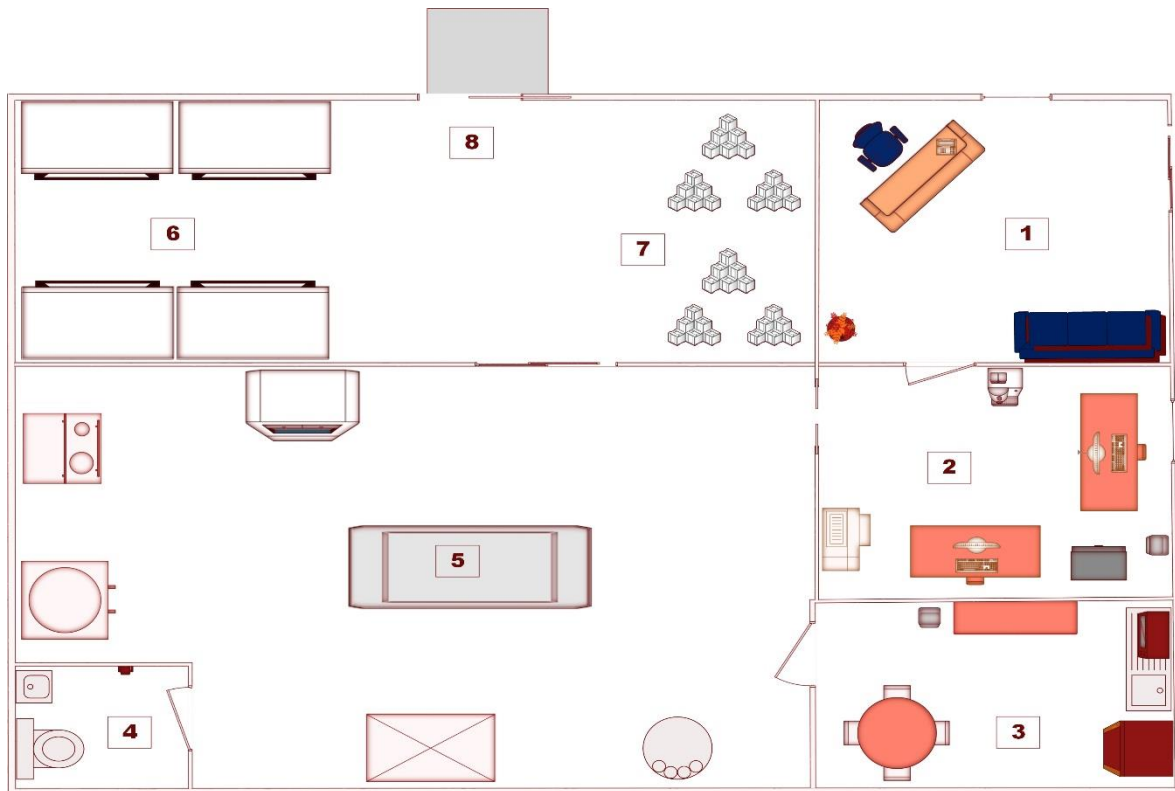


Figura 3. Área de la empresa  
Elaborado por: Priscila Schettini

**Leyenda**

1. Recepción
2. Oficina de administración
3. Cocina
4. Baño
5. Área de producción
6. Área de producción terminada
7. Área de recepción de materias primas
8. Área de despacho y recepción

### 3.1.1.3. Mapa del proceso.

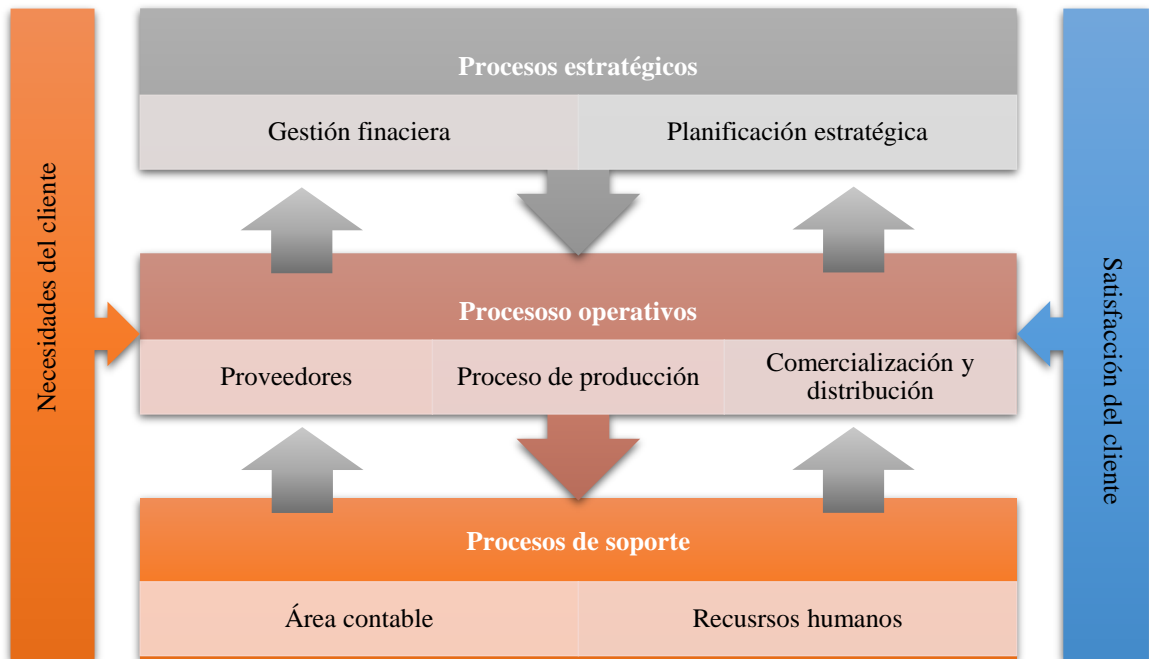


Figura 4. Mapa de proceso  
Elaborado por: Priscila Schettini

### 3.1.1.4. Organigrama estructural propuesto.

En los primeros años de funcionamiento la empresa contará con el mínimo indispensable de trabajadores, buscando la optimización de los recursos disponibles, evitando los gastos innecesarios. A continuación, se detallan los puestos que serán empleados y las funciones de cada uno.

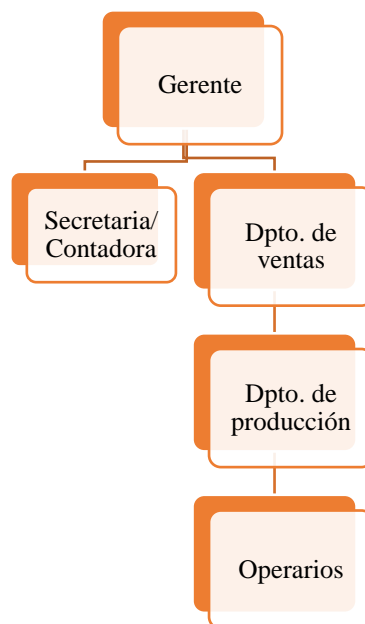


Figura 5. Organigrama estructural  
Elaborado por: Priscila Schettini



- **Gerente**

Tabla 11

Descripción del cargo: gerente

<b>INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<b>Cargo</b>	Gerente
<b>Jefe contiguo</b>	Consejo directivo
<b>Controla a</b>	Secretaria, Contador, J. Dpto. de ventas, J. Dpto. de producción, Operarios
<b>FUNCIONES</b>	
Garante de la planificación de actividades de la organización, trazar objetivos, modificar los planes de producción según las necesidades y circunstancias de la empresa, dirigir el resto de los trabajadores y encargado de las nuevas contrataciones de mano de obra.	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>	
<b>Título profesional</b>	Administración de Empresas o carreras afines
<b>Experiencia</b>	Mínimo 2 años en puestos de dirección
<b>Habilidades</b>	Excelente comunicación Liderazgo Planificación estratégica Conocimiento en leyes laborales y Normas de Higiene y Seguridad en el trabajo

Elaborado por: Priscila Schettini

- **Secretaria**

Tabla 12

Descripción del cargo: secretaria/contadora

<b>INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<b>Cargo</b>	Secretaria
<b>Jefe inmediato</b>	Gerente
<b>Supervisa a</b>	-
<b>FUNCIONES</b>	
Organizar el trabajo de la gerencia y atención al cliente. Manejar las cuantas, tomar decisiones en conjunto con la gerencia.	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>	
<b>Título profesional</b>	Tecnología en Secretariado Ejecutivo-Asistente de Gerencia
<b>Experiencia</b>	Mínimo 1 año
<b>Habilidades</b>	Alta tolerancia al estrés y la presión Habilidades de comunicación Alta capacidad de negociación Ser muy proactiva, con iniciativa y autónoma Saber priorizar y planificar Ser organizada

Elaborado por: Priscila Schettini

- **Dpto. de Venta**

Tabla 13

Descripción del cargo: dpto. de venta

<b>INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<b>Cargo</b>	Dpto. de Venta
<b>Jefe inmediato</b>	Gerente, Contador
<b>Supervisa a</b>	-
<b>FUNCIONES</b>	
Búsqueda permanente de nuevos clientes, conciliar los contratos con clientes, mantener la cartera de clientes actualizada. Elaborar, proponer y aplicar los programas de marketing.	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>	
<b>Título profesional</b>	Ingeniería en Administración de ventas
<b>Experiencia</b>	Mínimo 1 año
<b>Habilidades</b>	Interactuar con los compañeros de trabajo

---

Comunicarse claramente  
 Ser amigable con los clientes  
 Brindar un alto nivel de servicio al cliente  
 Ser persuasivo con los clientes potenciales  
 Ser cortés y paciente al lidiar con clientes difíciles

---

Elaborado por: Priscila Schettini

- **Dpto. de producción**

Tabla 14

Descripción del cargo: dpto. de producción

<b>INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<b>Cargo</b>	Dpto. de producción
<b>Jefe inmediato</b>	Gerente, Contador
<b>Supervisa a</b>	-
<b>FUNCIONES</b>	
Encargados de la transformación de la materia prima en el producto final	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>	
<b>Título profesional</b>	Tecnólogo en procesamiento de alimentos
<b>Experiencia</b>	Mínimo 6 meses
<b>Habilidades</b>	Acomodo ante el cambio Trabajo bajo presión Trabajo en equipo

Elaborado por: Priscila Schettini

**3.2.2. Determinar la logística para la exportación de concentrado de pulpa de jícama, incluyendo información respecto a almacenaje, distribución, embalaje, estrategias de comercialización, trámites, precio, entre otros; con la utilización de teorías del Comercio Internacional.**

**3.2.2.1. Permisos de funcionamiento**

Antes de dar los primeros pasos para comenzar con la producción, hay que legalizar la empresa en el país y obtener los respectivos permisos de funcionamiento. La constitución será como sociedad anónima, por dos motivos principales; puede reunir una cantidad infinita de socios y pasa a ser su propio representante legal, es decir en el plano jurídico la misma responde ante la ley en caso necesario. Al instituir este tipo de organización se deben tomar las siguientes acciones.

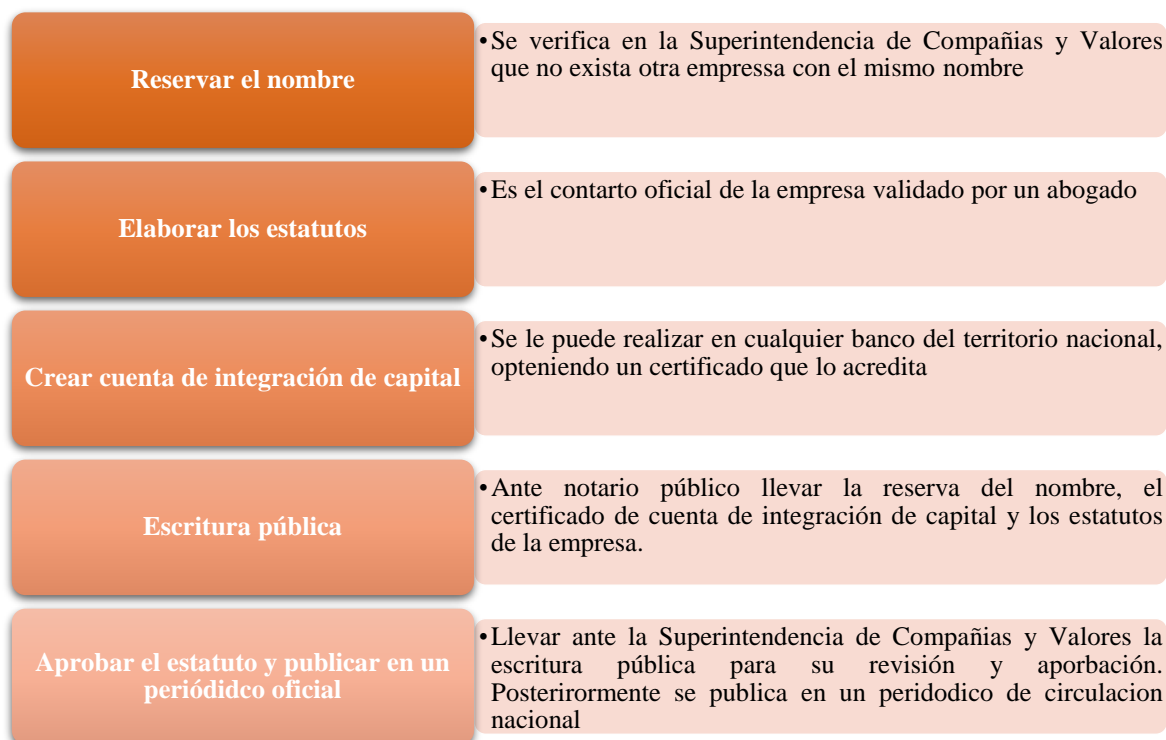


Figura 6. Organigrama estructural  
Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Priscila Schettini

Sobre este tipo de empresas, la Ley de Compañías del Ecuador, expresa:

**Art. 143-** La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas. (Registro Oficial 312, 1999, p. 35)

### 3.2.2.2. Registro de la patente, la marca y certificado fitosanitario

3.2.2.3. La patente es un título que otorga el estado a un inventor para ejercer el derecho de forma exclusiva de comerciar una invención durante un periodo explícito en una zona definida. Por su parte, la marca, es el emblema que se utiliza la empresa al distinguir un producto de otro del mismo grupo. Debe cumplir con dos requisitos; se pueda representar gráficamente y diferenciar entre los demás de su clase (IEPI, 2019).

Para originarse el registro de la marca, antes debe consultarse si fonéticamente no existe. Solicitando la búsqueda al IEPI, trámite que se puede realizar en línea a través de [foneticoquito@iepi.gob.ec](mailto:foneticoquito@iepi.gob.ec), se precisa:

- Comprobante de pago
- Certificado de la búsqueda fonética
- Documentos de identificación en caso de ser persona natural
- Copia notariada en caso de ser persona jurídica

- Comprobante que emite el casillero virtual

Tabla 15

**Costo de Registro de marca comercial**

Valores a pagar en la cuenta de Banco del Pacífico	Tramite
\$16.00	Realizar búsqueda fonética
\$208.00	Registro de la marca

Fuente: Adaptado de (IEPI, 2019)

Elaborado por: Priscila Schettini

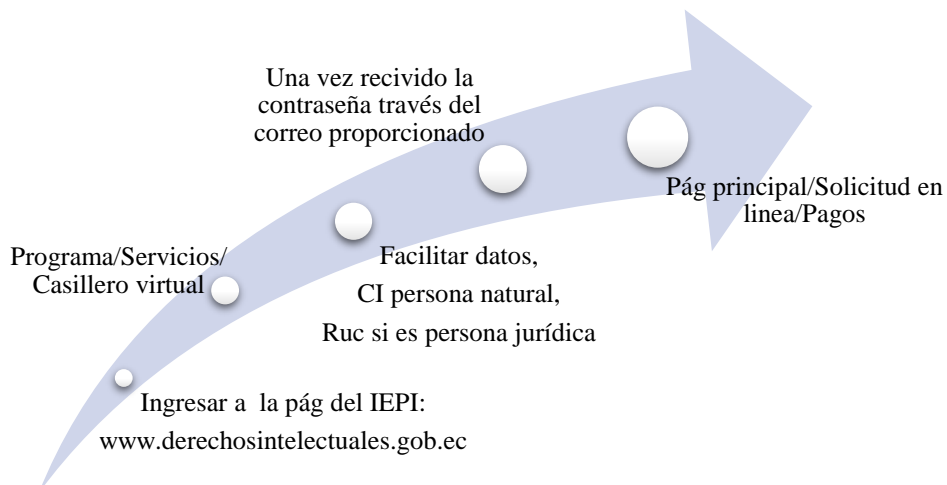


Figura 7 Pasos para solicitud de verificación fonética en línea.

Fuente: Adaptado de (IEPI, 2019)

Elaborado por: Priscila Schettini

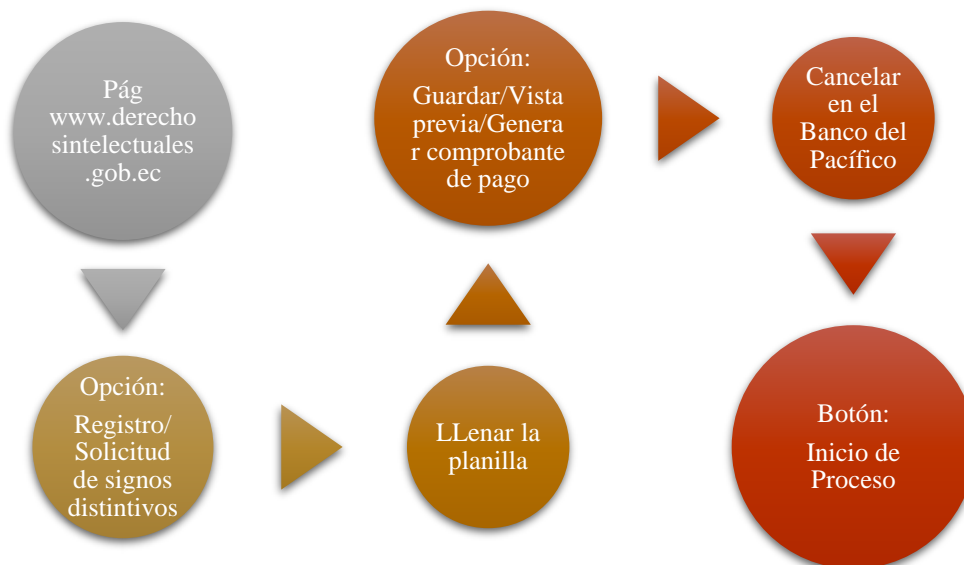


Figura 8 Pasos para el registro de una marca comercial.

Fuente: Adaptado de (IEPI, 2019)

Elaborado por: Priscila Schettini

Posteriormente a la creación de la empresa se debe obtener varios permisos para operar, concedidos por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).

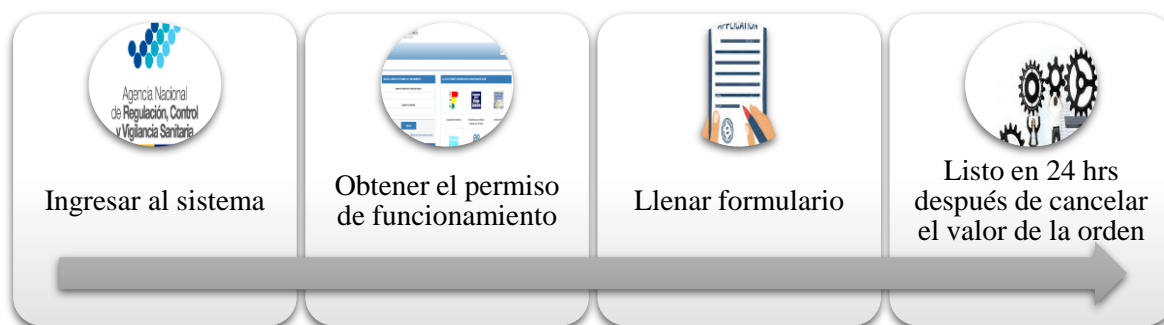


Figura 9 Obtención de permisos  
Fuente: Adaptado de (ARCSA, 2020)  
Elaborado por: Priscila Schettini

Además, se debe contar con la Notificación Sanitaria de Alimentos Procesados, donde consta:

- Permiso de Funcionamiento ARCSA vigente
- Registro de Representante Legal
- Registro del Representante Técnico
- Descripción e interpretación del código de lote
- Diseño de etiqueta de producto
- Detalles físicos y químicos del envase
- Descripción del proceso productivo

Una vez obtenidos los documentos antes mencionados, continua el proceso del Registro Único de Contribuyentes (RUC) en el Servicio de Rentas internas (SRI), siguiendo los siguientes pasos:

- Llenado del formulario correspondiente
- Original y copia de la escritura de constitución
- Original y copia de las designaciones
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
- De ser necesario, una carta del representante legal autorizando a otro individuo a realizar el trámite
- Adquisición de una carta entregada por la SUPERCIAS dirigida al banco donde se realizó la apertura de la cuenta y poder disponer de los fondos.

Además, de todos los requisitos anteriores, es fundamental contar con el certificado fitosanitario emitido por la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro. Dicho trámite tiene una duración aproximada de 10 días con un costo de 58,34 USD y las exigencias que se deben cumplir según ARCSA (2020) son los siguientes:

- El nombre comercial o marca del producto
- Formas de presentación o presentación comercial
- Material del envase primario y secundario
- Contenidos netos
- Razón social del fabricante y del titular del producto, en caso de que no sea el mismo titular del producto
- Ciudad y dirección del solicitante

- Correo electrónico y dirección del titular del producto
- Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) del titular del producto y del fabricante, en caso de que no sea el mismo titular del producto
- Número de permiso de funcionamiento
- Nombre del país a exportar el alimento procesado
- Número(s) de lote(s) y cantidad a exportar
- Vida útil del producto
- Condiciones de almacenamiento
- Indicación del grado alcohólico, cuando aplique

Para obtener el Certificado Sanitario de Exportación se seguirá el siguiente procedimiento:

- Descargar la Orden de Pago en la página web de ARCSA, por medio del URL: <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/ordenes/main.php>, por concepto del proceso de obtención del Certificado Sanitario de Exportación
- Realizar el Pago (tiene máximo 5 días para realizar el pago)
- Después de la emisión de la orden de pago el usuario dispondrá de cinco (5) días laborables para realizar la cancelación del importe de derecho económico (tasa)
- El usuario deberá ingresar una solicitud escrita mediante oficio dirigido a la máxima autoridad de la ARCSA, en las Coordinaciones Zonales o en planta central de la ARCSA, adjuntando los requisitos establecidos en la sección requisitos
- Una vez recibida la solicitud del Certificado Sanitario de Exportación con sus anexos, se procederá al análisis técnico documental, para lo cual la ARCSA, o quien ejerza sus competencias, dispone del término máximo de 5 (cinco) días laborables contados a partir de la fecha de recepción de la solicitud, si en este tiempo se encuentran observaciones se notificará por una sola vez al interesado
- El solicitante dispondrá del término de diez (10) días laborables, contados a partir de la fecha de recepción de la notificación, para la corrección de las objeciones relativas a la solicitud y sus anexos. En caso de no ser subsanadas en el tiempo establecido se cancelará el proceso solicitado
- En caso de cancelarse el proceso, el importe por concepto del Certificado Sanitario de Exportación, no será devuelto
- Si la solicitud y los anexos cumplen con todo lo descrito anteriormente, y es favorable el informe del análisis técnico documental, se otorgará el Certificado Sanitario de Exportación en el término máximo de cinco (5) días laborables para lo cual el solicitante deberá retirarlo en Secretaria General de planta central de la Agencia o en la Coordinación Zonal correspondiente
- El Certificado Sanitario de Exportación que se emita para el efecto será exclusivamente para el producto y lote(s) solicitado(s)

Obtención del Comunicado del código único BPM, para ello se realizarán los siguientes tramites:

- Ingresar al aplicativo de Buenas Prácticas de Manufactura en <http://aplicaciones.controlsanitario.gob.ec/bp-frontend/>
- Seleccionar la solicitud “registro de BPM”
- Llenar el formulario con los datos básicos de la empresa

- Colocar la fecha, hora y organismo de inspección acreditado, de la inspección de certificación

El costo de este trámite es de dos SBU, es decir unos 800 USD.

#### **3.2.2.4. Condiciones de exportación e importación aduanera.**

El producto a exportar es la pulpa de jícama congelada. La cual, a la hora de su conservación y traslado es fundamental contar con equipos de refrigeración que mantengan la mercancía en buenas condiciones para su consumo. Teniendo en cuenta, lo anterior, el embarque en el puerto hacia su destino, empleará un contenedor que cumpla con las características específicas requeridas.

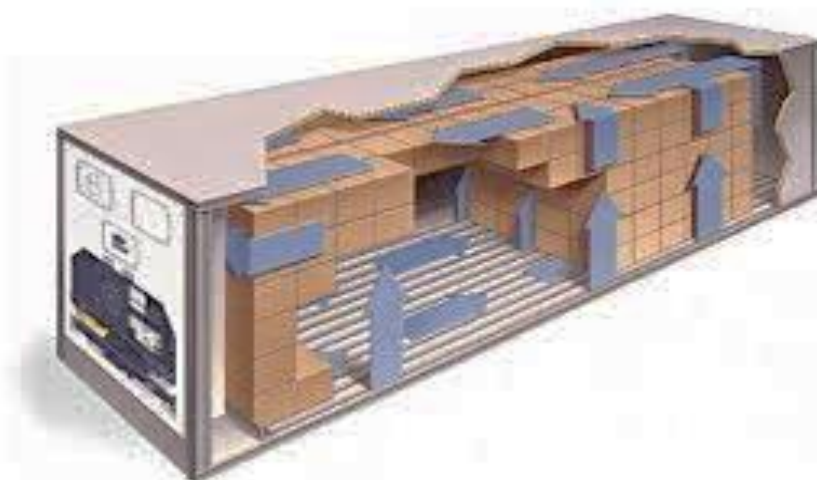


Figura 10. Prototipo de contenedor refrigerado  
Fuente: Adaptado de (SuperMaq, 2020)

La Figura 10 muestra un modelo con una extensión de 40 pies (12.19 m), al cual se le puede regular la temperatura entre 25° a -25° Celsius. Es ideal en el transporte de congelados, mariscos, flores, fármacos, vinos, u otros. Además, están diseñados para soportar las condiciones climáticas que se presentan tanto en tierra como en el mar. Haciéndolo idóneo al transportar el producto objeto de análisis, ya que debe mantenerse a un ambiente frío y estable hasta llegar a los clientes finales en Madrid, España.

Dentro del contenedor refrigerado se colocarán gavetas industriales con un tamaño de 60x40x40cm. Las mismas pueden albergar en su interior 80 paquetes de pulpa de 500 ml cada uno, para un total de 40 000 ml por gaveta. Teniendo en cuenta, que el frigorífico tiene una capacidad de 67 m<sup>3</sup>, puede embarcarse un aproximado de 697 gavetas. De forma global se podrá enviar en un solo despacho 2.8 T de mercancía.

Adicional a la logística necesaria para el traslado de la mercancía, se consideran las regulaciones de exportación que aplica Ecuador y las condiciones de importación impuestas por el país europeo al cual se pretende enviar el producto.

- En Ecuador

En el país se deben realizar una serie de pasos para poder efectuar la exportación del producto que se pretende ingresar al mercado español. Los mismos se explican a continuación. Con el RUC ya habilitado en el SRI, en esta propia institución se debe obtener el Registro de Exportador, realizando los siguientes tramites, como lo muestran la Figura 11.

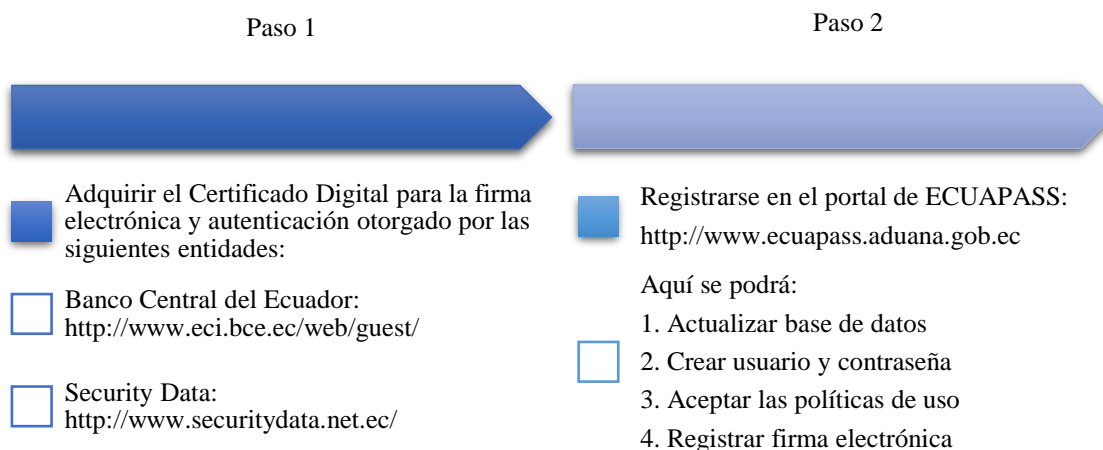


Figura 11 Registro de Exportador  
Fuente: Adaptado de (SENAE, 2017)  
Elaborado por: Priscila Schettini

Para iniciar el proceso de exportación es necesario cometer la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) electrónica, la que se debe acompañar de una factura o proforma y otros documentos antes del envío. La misma no se considera una declaración escueta, esta tiene carácter legal y de obligatorio cumplimiento con el SENAE.

Tabla 16  
Pasos para declaración aduanera

Pasos	Detalles
Datos que se entregarán en la DAE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Del exportador o declarante</li> <li>• Descripción de mercancía por ítem de factura</li> <li>• Datos del consignante</li> <li>• Destino de la carga</li> <li>• Cantidades</li> <li>• Peso; y demás datos relativos a la mercancía.</li> </ul>
Documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Factura comercial original.</li> <li>• Certificado de buenas prácticas de manufactura.</li> <li>• Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).</li> <li>• Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)</li> </ul>

Fuente: Adaptado de (SENAE, 2017)  
Elaborado por: Priscila Schettini

ECUAPASS: “es el sistema aduanero ecuatoriano que permitirá a los Operadores de Comercio Exterior poder realizar todas sus operaciones aduaneras de importación y



exportación” (SENAE, 2020). Al ser aceptada la DAE la mercadería entra en la zona primaria de la jurisdicción donde será expedida. Quedando registrada y en custodia temporal antes de su embarque, en este caso a Europa. En el instante se le asigna al exportador el canal de aforo al cual queda sujeto.

- 1 **Aforo Automático:** deducir con ello el salvoconducto para que se envíe la mercancía al instante de ingresar en la zona primaria de carga.
- 2 **Aforo Documental:** en este caso, los documentos y datos ingresados vía electrónica son verificados por un funcionario de aduana, quien dará el visto bueno, para el embarque de la mercancía.
- 3 **Aforo Físico Intrusivo:** es una combinación del anterior con la revisión física de la carga, buscando confirmar que los datos en la documentación coinciden con la mercancía.

La empresa asume el riesgo y los gastos de transportación hasta el puerto de entrega de la mercancía, siempre por vía marítima. Una vez allí el comprador se hará cargo del despacho y traslado a su filial. En la Figura 12 se puede apreciar un ejemplo de este esquema.



Figura 12 CFR

Fuente: (Otraempresa, 2020)

- En España

Antes de comentar los pasos a seguir para los tramites de ingreso de la mercadería a la ciudad de Madrid, es necesario realizar algunas aclaraciones importantes. España pertenece a la Unión Europea desde la creación de la comunidad el 1 de noviembre de 1993 en Maastricht, Países Bajos. Entre sus principales puntos en común, la UE se caracterizan por poseer los mismos límites y tarifas aduaneras de forma general. Es decir, cuando una mercancía importada llega a cualquiera de las 27 naciones miembro la misma es requisada una sola vez y podrá circular, sin mayores dificultades. En este caso la mercancía será dirigida hasta el puerto de Valencia por ser el más cercano a Madrid.

### 3.2.2.5. Flujo de exportación

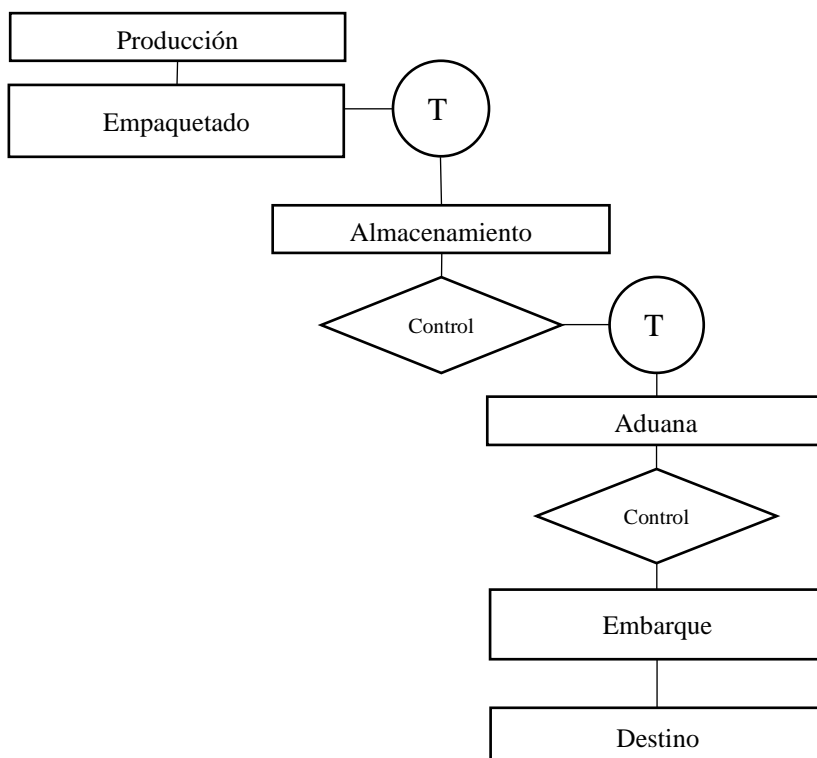


Figura 13. Flujograma de exportación  
Elaborado por: Priscila Schettini

### 3.2.3. Realizar técnica de mercadeo en España para determinar el mercado potencial para la exportación de concentrado de pulpa de jícama.

#### 3.2.3.1. Datos generales de España

Seguidamente se presentan algunos datos importantes del país europeo, que se deben tener en cuenta para la puesta en marcha del negocio.

Tabla 17  
Segmento de mercado

VARIABLES	DESCRIPCIÓN (2019)	VARIABLES	DESCRIPCIÓN (2019)
País	España	Provincia	Madrid
Población	47.100.396 millones	Población	6.685.471 millones
		• Mujeres	3.480.212 millones
		• Hombres	3.205.259 millones
PEA	34.712.991 millones (73.7%)	PEA	4.238.588 (63.40%)
ICP	0,80%	ICP	0.66%
PIB	1.8%		
Tasa de desempleo	13,8%		
Tasa de inflación	0.70%		
Moneda	Euro		
Tasa cambiaria	0,92 por cada 1 dólar americano		

Nota: Significados de las siglas: PEA. Población Económicamente Activa; ICP. Índice de Crecimiento Poblacional; PIB. Producto Interno Bruto.

Fuente: Adaptado de (INE, 2020)

Elaborado por: Priscila Schettini

Además, según el Senado de España (2020), este país pertenece a las siguientes organizaciones, entre otras:

- **FAO.** Organización Mundial para la Agricultura y Alimentación
- **FMI.** Fondo Monetario Internacional
- **Banco Mundial**
- **OIT.** Organización Internacional del Trabajo
- **OMT.** Organización Mundial del Turismo
- **ONU.** Organización de las Naciones Unidas
- **OCDE.** Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
- **PNUD.** Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

### 3.2.3.2. Determinación de la demanda

Teniendo en cuenta que los madrileños económicamente activos son 4.238.588 si de este grupo el 58% compra la pulpa de jícama una vez por mes, constituyendo 2.458.381 habitantes. Para determinar las toneladas necesarias a exportar se debe calcular la demanda insatisfecha. Además, se debe tener en cuenta cual es la oferta actual de jícama en el mercado español, la que es estimada pues es imposible conocer el dato exacto por la distancia con el mercado objetivo. Consultando la información disponible se evidencian bajas cantidades de importación al país ibérico de esta fruta, puesto que México es el principal productor y exportador, sin embargo, no llega a las 2T en un año. Una de las empresas que distribuye de forma online es Jalapeños (2020) quien ofrece el producto a 3.50€.

Tabla 18

**Determinación de la demanda para los próximos cinco años**

Año	Demanda (personas)	Oferta (personas)	Demanda insatisfecha (personas)	T a exportar por año	Unidades al año
2020	2.458.381	659.320	1.799.061	26.13	52.128
2021	2.474.606	663.671	1.810.935	26.13	52.128
2022	2.490.938	668.051	1.822.887	52,26	104.256
2023	2.507.378	672.460	1.834.918	52,26	104.256
2024	2.523.927	676.898	1.847.029	78,39	156.384

Elaborado por: Priscila Schettini

La demanda a satisfacer es de 1,229T. Teniendo en cuenta, que por envío se puede llevar un máximo de 2,8T es necesario enviar mercancía cada mes para no dejar desabastecido el mercado. Además, hay que tener presente el crecimiento poblacional. En Madrid, según los datos obtenidos, la población crece un 0.66% por año.

Según los datos derivados de los cálculos en el 2024 se debe satisfacer una demanda de 1,63T de pulpa de jícama para los habitantes de Madrid. Por tanto, el ritmo de envío no

varía en los primeros años de producción, permitiendo elaborar nuevas estrategias e inversiones que se puedan realizar para compensar los requerimientos en todo el país y quizás ampliar las exportaciones a otros países de la UE.

Para evitar los incumplimientos con los clientes se instalará una capacidad de producción mensual de 2T, las que permitirán mantener 5T de reserva en inventario almacenadas al final del primer año o para la reposición de mercancía. Es decir, por cada mes de manufactura se mantiene un acumulado de 0.42T.

### 3.2.3.3. Selección de la muestra

Como se aprecia más de 4 millones de madrileños se encuentran en edad laboral, es decir que estos son los que tienen las posibilidades más claras de poder adquirir la pulpa de jícama. Para conocer de estos cual es el porcentaje que estaría dispuesto a comprar, se aplica una encuesta online a residentes en la capital española.

Dónde:

n: Tamaño de la muestra

e: error de muestreo (e= 0,05)

p: probabilidad a favor (p= 0,5)

q: probabilidad en contra (q=0,5)

z: nivel de confianza (0.95=1.96)

N: Población= 4.238.588

$$n = \frac{N(Z)^2(p)(1-p)}{e^2(N-1) + Z^2(p)(1-p)}$$
$$n = \frac{4.238.588 (1,96)^2(0,5)(0,5)}{0,05^2 (4.238.588 - 1) + 1.96^2(0,5)(0,5)}$$
$$n = 385$$

Los cálculos realizados, dictaminan que la cantidad requerida de personas a encuestar para obtener información confiable es de 385. Para llegar a este total de individuos se emplea la plataforma Onlineencuesta.com. Además, se utilizó la red social Facebook para promocionar el producto y dirigir a los posibles consumidores a responder las preguntas de la encuesta.

### 3.2.3.4. Resultados obtenidos en la encuesta online

Tabla 19

#### Pregunta 1. Marque cuál es su género

Respuestas	Frecuencia	%
Hombre	198	51%
Mujer	187	49%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Priscila Schettini

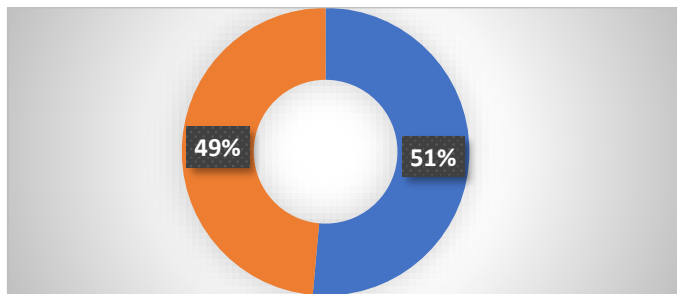


Gráfico 1 Pregunta 1. Marque cuál es su género

Elaborado por: Priscila Schettini

El Gráfico 1 muestra que la cantidad de hombres y mujeres encuestados es casi la mismas, con un 51% de sexo masculino y un 49% de sexo femenino.

Tabla 20

#### Pregunta 2. Marque su rango de edad actual

Respuestas	Frecuencia	%
De 18 a 25 años	132	34%
De 26 a 35 años	102	26%
De 36 a 45 años	90	23%
De 46 a 55 años	29	8%
Más de 55 años	32	8%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Priscila Schettini

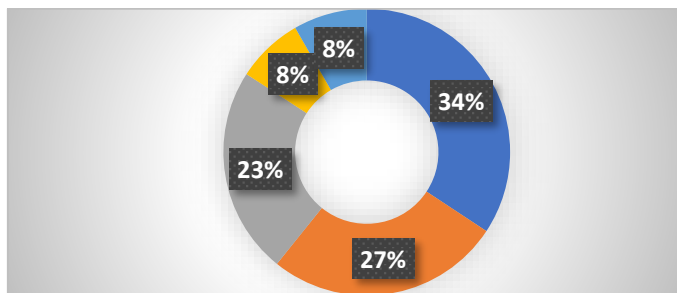


Gráfico 2 Pregunta 2. Marque su rango de edad actual

Elaborado por: Priscila Schettini

Como se aprecia el grupo de individuos más consultado se encuentra entre los 18 y los 45 años. Quizás por ser el grupo que más emplea hoy en día las redes sociales en todo el planeta. Aunque la publicidad se lanzó para llegar hasta las personas de 64 años de edad en la ciudad de Madrid.

Tabla 21

**Pregunta 2. ¿Consume usted alimentos naturales (frutas, verduras, vegetales...) con frecuencia?**

Respuestas	Frecuencia	%
Todos los días	53	14%
Una vez por semana	168	44%
Una vez al mes	152	39%
Nunca	12	3%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Priscila Schettini

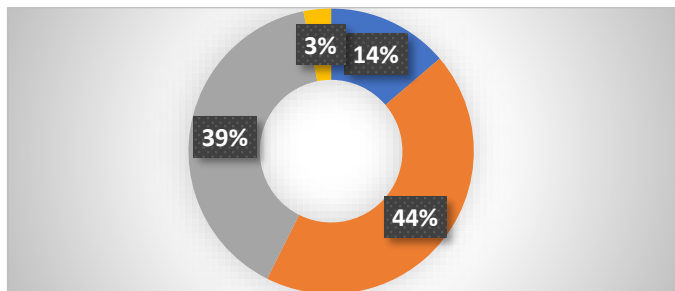


Gráfico 3 Pregunta 3. ¿Consume usted alimentos naturales (frutas, verduras, vegetales...) con frecuencia?

Elaborado por: Priscila Schettini

Los resultados de la Pregunta 3 arrojan que por lo menos una vez al mes las personas consumen productos de origen natural. Un 44% afirma que todas las semanas se alimenta con estos productos y un 39% lo hace al menos una vez por mes.

Tabla 22

**Pregunta 4. De los siguientes tipos de jugos ¿cuál prefiere?**

Respuestas	Frecuencia	%
Industriales	110	29%
Naturales	275	71%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Priscila Schettini

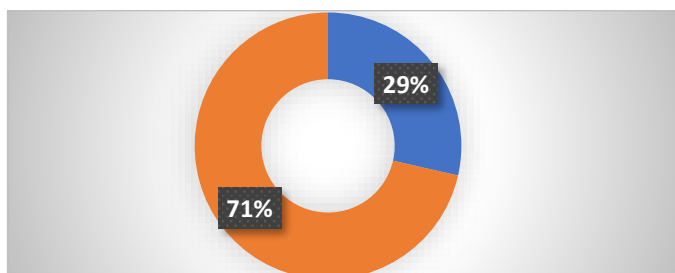


Gráfico 4 Pregunta 4. De los siguientes tipos de jugos ¿cuál prefiere?

Elaborado por: Priscila Schettini

El 71% de los indagados prefiere consumir un jugo natural, un punto importante para el producto que se desea ingresar al mercado, ya que con la pulpa se puede elaborar este tipo de bebida.

Tabla 23

**Pregunta 5. ¿Conoce usted sobre las propiedades nutricionales de la jícama?**

Respuestas	Frecuencia	%
Si	66	17%
No	319	83%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Priscila Schettini

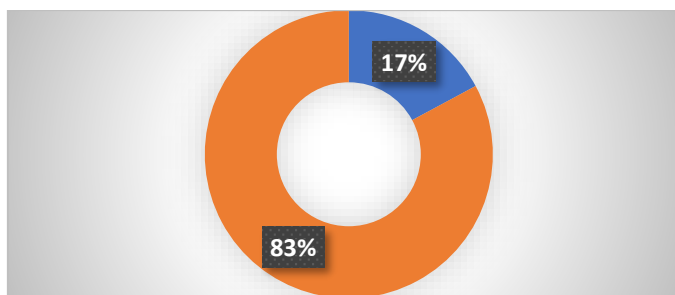


Gráfico 5 Pregunta 5. ¿Conoce usted sobre la existencia y las propiedades nutricionales de la jícama?  
Elaborado por: Priscila Schettini

Esta es una debilidad en el mercado, ya que muchos consumidores no conocen los beneficios que les puede acarrear el consumo de la jícama. Lo que queda en evidencia cuando el 83% asegura tener el desconocimiento del aporte nutritivo de esta fruta.

Tabla 24

Pregunta 6. ¿Cuántos kilogramos de jícama consumen en su hogar durante el mes?

Respuestas	Frecuencia	%
½ kg	146	38%
1 kg	185	48%
1 ½ kg	50	13%
2 kg	4	1%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Priscila Schettini

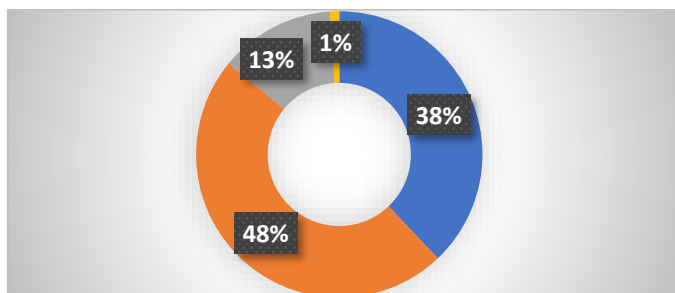


Gráfico 6 Pregunta 6. ¿Cuántos kilogramos de jícama consumen en su hogar durante el mes?  
Elaborado por: Priscila Schettini

Otro aspecto positivo es que los madrileños consumen entre ½ kg y 1 kg de jícama durante el mes. Sumando este grupo 47% del total consultado. Lo que hace suponer que el producto tiene aceptación entre los consumidores.

Tabla 25

Pregunta 7. ¿Le gustaría contar con una presentación de pulpa de jícama a su alcance en los supermercados de su ciudad?

Respuestas	Frecuencia	%
Si	225	58%
No	160	42%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Priscila Schettini

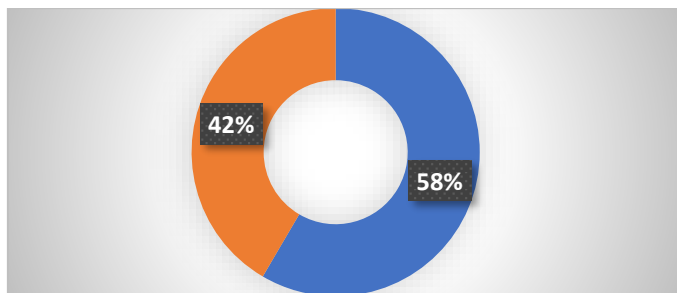


Gráfico 7 Pregunta 7. ¿Le gustaría contar con una presentación de pulpa de jícama a su alcance en los supermercados de su ciudad?

Elaborado por: Priscila Schettini

A pesar de la poca difusión de los beneficios del tubérculo, los capitalinos españoles desean contar con este en una presentación de pulpa. No es de extrañar pues un estudio de European Fruit Juice Association del año 2014 afirma que se consumieron 968 millones de litros de jugos, colocando a España entre los países que más degustan este tipo de alimento en la UE.

Tabla 26

Pregunta 8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una presentación de 500ml de pulpa de jícama?

Respuestas	Frecuencia	%
2.00 €	58	15%
2.50 €	69	18%
3.00 €	83	22%
3.50 €	114	30%
4.00 €	61	16%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Priscila Schettini

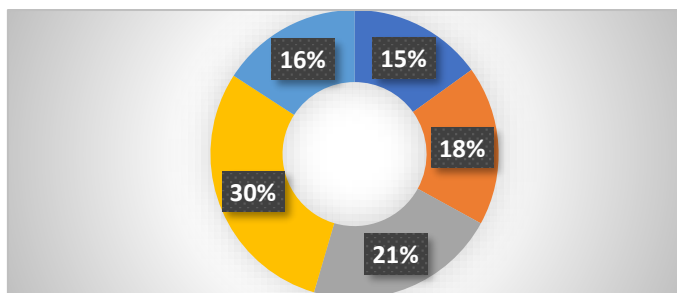


Gráfico 8 Pregunta 8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una presentación de 500ml de pulpa de jícama?

Elaborado por: Priscila Schettini

Un 30% de los encuestados pagaría hasta 3.50 € o \$ 3.82 dólares. Le siguen los que pagarían hasta 3.00 €, incluso un 16% pagaría hasta 4.00 €.

Tabla 27

Pregunta 9. ¿Cuál de los siguientes embaces prefiere recibir el producto de pulpa de jícama?

Respuestas	Frecuencia	%
Fundas de polipropileno	298	77%
Fundas tipo ZIPLOCK	87	23%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Priscila Schettini



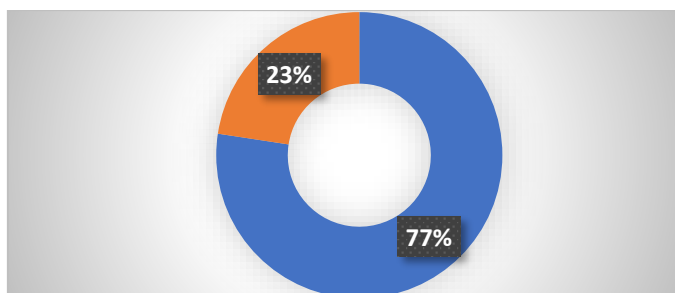


Gráfico 9 Pregunta 9. ¿Cuál de los siguientes embaces prefiere recibir el producto de pulpa de jícama?  
Elaborado por: Priscila Schettini

Al preguntar cual embace prefieren para recibir el producto el 77% declinó por fundas de polipropileno, quizás por ser herméticas y ofrecer más seguridad en la presentación.

Tabla 28

**Pregunta 10. ¿Por qué compraría pulpa de jícama?**

Respuestas	Frecuencia	%
Por ser económica	112	29%
Por su rápida preparación	204	53%
Por probar algo diferente	57	15%
Por sus nutrientes	12	3%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Priscila Schettini

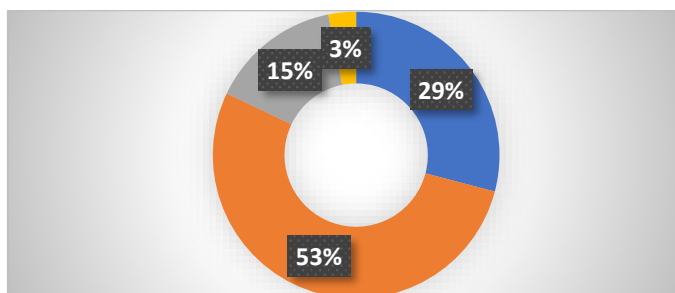


Gráfico 10 Pregunta 10. ¿Por qué compraría pulpa de jícama?  
Elaborado por: Priscila Schettini

En un mundo cada día más complicado en cuanto a disponibilidad de tiempo, evidenciado en las repuestas de los encuestados, estos prefieren un producto rápido de preparar al llegar a casa, así lo expresa el 53%. Sin embargo, un 29% se declina por el valor económico.

**3.2.3.5. Presentación del producto**

Como se ha venido enunciando el producto a exportar es la pulpa de jícama. El mismo se comercializará en un empaque de 500 ml en fundas de polipropileno selladas automáticamente por la máquina para este fin. La marca bajo la cual se distribuye es NUTRIPULP con el eslogan “MÁS NATURAL, MÁS VIDA”.



Figura 14 Marca y eslogan  
Elaborado por: Priscila Schettini

Según Thompson (2005, p. 192) la marca es:

Un diseño gráfico que se usa para denotar el símbolo de la marca, el nombre de esta o ambos; el cual, es utilizado por empresas y organizaciones para que sus marcas (corporativas o de productos) sean fácilmente identificadas, rápidamente reconocidas y/o mentalmente relacionadas con alguna cosa con la que existe alguna analogía.



Figura 15 Etiqueta del empaque de Pulpa de Jícama  
Elaborado por: Priscila Schettini

Cada empaque de pulpa llevará esta etiqueta donde se pueden apreciar los detalles del producto, información de la empresa y la cantidad del contenido, entre otros datos.

### 3.2.3.6. Publicidad

En este sentido se emplearán las redes sociales y una página web de la empresa. A través de Facebook se lanzarán dos videos de publicidad en dos momentos, el primero antes

de realizar la exportación y el segundo una vez se encuentre el producto en territorio español, uno informando de la existencia y propiedades de la jícama, su historia y origen. Otro video tiene como objetivo mostrar los principales sitios en los que el cliente puede encontrarlo y redireccionarlo a la página de la empresa donde encontrará más información sobre el tubérculo.

A su vez, la red social servirá para medir el nivel de satisfacción de los clientes, invitándoles a desarrollar una pequeña encuesta, donde se evidenciará su gusto o desacuerdo con el producto que adquieren. Esta será publicada directamente en la página web de la empresa cada 6 meses en los tres primeros años de funcionamiento y luego una vez por año.

Tabla 29

**Cronograma publicitario**

Variable	Tipo	Fecha	Costo	Responsable
Publicidad	Redes sociales	01/08/20	163.00	Dpto. de ventas
Publicidad	Redes sociales	08/11/20	163.00	Contrato eventual
Marketing	Página web	15/11/20	394.00	Dpto. de ventas
<b>Total</b>			<b>720.00</b>	

Elaborado por: Priscila Schettini

**3.2.4. Evaluar la rentabilidad del plan de negocios para la exportación de concentrado de pulpa de jícama a España.**

A continuación, se presentan cada uno de los cálculos realizados para determinar la viabilidad del plan de negocios propuesto.

Tabla 30

**Desglose del presupuesto inicial**

<b>Capital propio</b>	\$ 20,373.00	30%
<b>Préstamo entidad financiera</b>	\$ 47,537.01	70%
<b>Capital de trabajo</b>	\$ 37,280.91	
<b>Total</b>	<b>\$ 67,910.01</b>	

Elaborado por: Priscila Schettini

El valor total del capital necesario para iniciar las operaciones es de \$ 67,910.01, de estos el 30% lo aporta el propietario de la empresa y el restante 70% será obtenido de una entidad financiera. De esta suma 37,280.91 USD están destinados al capital de trabajo de los primero tres meses de operaciones de la empresa.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CONCENTRADO DE PULPA DE JÍCAMA DESDE EL CANTÓN PÍLLARO, EN TUNGURAHUA HACIA MADRID, ESPAÑA – 2020

Tabla 31

**Inversión inicial**

<b>Activos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Capital de Trabajo			37,280.91
<b>Sub Total</b>			<b>37,280.91</b>
<b>Muebles y Equipos de Oficina</b>			
Computador de Escritorio	2	310.00	620.00
Impresora	1	145.00	145.00
Teléfono de escritorio	4	17.99	71.96
Papelera	2	14.99	29.98
Cesto de Basura	2	1.10	2.20
Archivador	1	299.99	299.99
Sillón doble	1	60.00	60.00
Silla de escritorio	2	86.99	173.98
Escritorio	2	195.00	390.00
Sillas de mesa	4	29.00	116.00
Mesa redonda	1	92.00	92.00
Hornos Microondas	1	78.99	78.99
<b>Sub Total</b>			<b>2,080.10</b>
<b>Herramientas y Equipos Industriales</b>			
Pelador de frutas	1	1,200.00	1,200.00
Balanza	1	70.00	70.00
Despulpadora	1	650.00	650.00
Olla	1	129.00	129.00
Empacadora	1	6,900.00	6,900.00
Congelador	4	1,400.00	5,600.00
Camión con refrigeración	1	14,000.00	14,000.00
<b>Sub Total</b>			<b>28,549.00</b>
<b>Total de Inversión</b>			<b>67,910.01</b>

Elaborado por: Priscila Schettini

Para poder contar con el capital necesario de \$67,910.01 para iniciar las operaciones, se necesita adquirir un préstamo bancario, pues el propietario solo cuenta con el 30%, es decir \$ 20,373.00 y el restante 70% es \$ 47,537.01 sería financiado por una entidad financiera. Aunque en la tabla se aprecia los valores para el primer mes, el capital de trabajo se estimó para tres meses, pues se debe contar con un fondo para operar la empresa mientras se recibe el ingreso por ventas.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CONCENTRADO DE PULPA DE JÍCAMA DESDE EL CANTÓN PÍLLARO, EN TUNGURAHUA HACIA MADRID, ESPAÑA – 2020

Tabla 32

**Capital de trabajo**

<b>Concepto</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Trimestral</b>
Mano de Obra Directa	2,115.92	6,347.76
Insumos Directos	3,344.88	10,034.64
Mano de Obra Indirecta	1,781.10	5,343.30
Servicios básicos	70.00	210.00
Gasto arriendo	1,200.00	3,600.00
Insumos de oficina	10.00	30.00
Internet	40.00	120.00
Mantenimiento del camión	50.00	150.00
Gastos de exportación	3,175.07	9,525.21
Gastos de combustible	80.00	240.00
Gastos de constitución		1,500.00
Gastos de publicidad	60.00	180.00
<b>Total</b>	<b>11,926.97</b>	<b>37,280.91</b>

Elaborado por: Priscila Schettini

El capital de trabajo mensual será de \$11,903.63 y en un plazo de tres meses de \$37,210.89. Permitiendo operar el negocio en el plazo que la mercancía este en tránsito hacia España y se haga efectiva la transacción de la venta.

- **Costos y gastos**

Tabla 33

**Mano de obra indirecta**

Puestos de Trabajo	Trabajadores	Salarios	Salarios Año							RRHH AÑO 1	RRHH AÑOS 2 - 5
			Mes	Año	13ro	14to	Fond. Res	Vacaciones	IESS		
Gerente propietario	1	500.00	500.00	5,750.00	533.33	400.00	499.80	250.00	669.00	7,602.33	8,102.13
Secretaria/Contadora	1	450.00	450.00	5,175.00	483.33	400.00	449.82	225.00	602.10	6,885.43	7,335.25
Especialista de venta y marketing	1	450.00	450.00	5,175.00	483.33	400.00	449.82	225.00	602.10	6,885.43	7,335.25
<b>Total</b>	<b>3</b>		<b>1,400.00</b>	<b>16,100.00</b>						<b>21,373.20</b>	<b>22,772.64</b>

Elaborado por: Priscila Schettini

Tabla 34

**Mano de obra directa**

Puestos de Trabajo	Trabajadores	Salarios	Salarios Año							RRHH AÑO 1	RRHH AÑOS 2 - 5
			Mes	Año	13ro	14to	Fond. Res	Vacaciones	IESS		
Jefe de producción	1	450.00	450.00	5,175.00	483.33	400.00	449.82	225.00	602.10	6,885.43	7,335.25
Especialista de envasado	1	400.00	400.00	4,600.00	433.33	400.00	399.84	200.00	535.20	6,168.53	6,568.37
Especialista de empaclado y etiquetado	1	400.00	400.00	4,600.00	433.33	400.00	399.84	200.00	535.20	6,168.53	6,568.37
Especialista de calidad y almacenamiento	1	400.00	400.00	4,600.00	433.33	400.00	399.84	200.00	535.20	6,168.53	6,568.37
<b>Total</b>	<b>4</b>		<b>1,650.00</b>	<b>18,975.00</b>						<b>25,391.03</b>	<b>27,040.37</b>

Elaborado por: Priscila Schettini

Se presentan los gastos en mano de obra directa e indirecta a la producción. Como se aprecia se realizaron los cálculos de todos los beneficios que otorga la ley a dichos trabajadores por un periodo de cinco años.

Tabla 35

**Costos fijos y variables**

<b>Costos Fijos</b>					
<b>Actividades</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Mano de Obra Indirecta	21,373.20	22,772.64	22,772.64	22,772.64	22,772.64
Servicios básicos	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00
Gasto arriendo	14,400.00	14,400.00	14,400.00	14,400.00	14,400.00
Insumos de oficina	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00
Internet	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00
Mantenimiento del camión	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Gastos de exportación	37,820.76	37,820.76	37,820.76	37,820.76	37,820.76
Gastos de combustible	960.00	960.00	960.00	960.00	960.00
Gastos de constitución	1,500.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciación	4,638.86	4,638.86	4,638.86	4,473.59	4,379.21
Publicidad	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00
Intereses	5,028.79	4,147.38	3,162.75	2,062.80	834.02
<b>TOTAL</b>	<b>88,481.61</b>	<b>87,499.64</b>	<b>86,515.01</b>	<b>85,249.79</b>	<b>83,926.63</b>
<b>Costos Variables</b>					
<b>Actividades</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Mano de Obra Directa	25,391.03	27,040.37	27,040.37	27,040.37	27,040.37
Insumos Directos	40,138.56	40,539.95	81,890.69	82,709.60	125,305.04
<b>TOTAL</b>	<b>65,529.59</b>	<b>67,580.32</b>	<b>108,931.06</b>	<b>109,749.97</b>	<b>152,345.41</b>

Elaborado por: Priscila Schettini

Tabla 36

**Insumos directos**

<b>Items</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Unidades producidas	52,128	52,128	104,256	104,256	156,384
Costo unitario	0.77	0.78	0.79	0.79	0.80
<b>Costos Total de Insumos Indirectos</b>	<b>40,138.56</b>	<b>40,539.95</b>	<b>81,890.69</b>	<b>82,709.60</b>	<b>125,305.04</b>

Elaborado por: Priscila Schettini

En la Tabla 37 se detallan los insumos empleados en la producción, a los que se le aplicó un 1% de inflación según los últimos datos obtenidos de la economía española. Se espera incrementar la producción en el tercer y quinto año de funcionamiento de la empresa, para llegar a más clientes y poder abarcar gran parte de la demanda. La capacidad instala actualmente admite solo cubrir un 2.9% de la demanda insatisfecha, por lo que se estima llegar a 8.7%, si las condiciones lo permiten en cinco años.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CONCENTRADO DE PULPA DE JÍCAMA DESDE EL CANTÓN PÍLLARO, EN TUNGURAHUA HACIA MADRID, ESPAÑA – 2020

Tabla 37

**Gastos de exportación**

	<b>Cant.</b>	<b>VU Mensual USD</b>	<b>Valor Total Anual USD</b>
Envío de documentos	6	45	270.00
Gastos portuarios	12	80	960.00
Certificado de origen	6	10	60.00
Fitosanitario	12	58.34	700.08
Inspección antinarcótico	4	480	1,920.00
Flete total	12	1071.54	12,858.48
Seguro	12	660	7,920.00
Gasto bancario	12	853	10,236.00
Agente de aduana	12	200	2,400.00
<b>Subtotal</b>			<b>37,324.56</b>
Imprevistos 2%	12	64.69	776.28
<b>Total de gastos de exportación</b>			<b>38,100.84</b>

Elaborado por: Priscila Schettini

Aquí se recogen los gastos que se ejecutaran en la zona de aduanas, este contempla el pago de un seguro para la carga, la que debe llegar a buen resguardo a Madrid. Además, se estima un 2% de provisiones en caso de alguna situación inesperada.

Tabla 38

**Detalles de gastos**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Costo de Venta</b>					
Mano de Obra Directa	25,391.03	27,040.37	27,040.37	27,040.37	27,040.37
Insumos Directos	40,138.56	40,539.95	81,890.69	82,709.60	125,305.04
<b>Sub Total</b>	<b>65,529.59</b>	<b>67,580.32</b>	<b>108,931.06</b>	<b>109,749.97</b>	<b>152,345.41</b>
<b>Gastos de Administración</b>					
Mano de Obra Indirecta	21,373.20	22,772.64	22,772.64	22,772.64	22,772.64
Servicios básicos	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00
Gasto arriendo	14,400.00	14,400.00	14,400.00	14,400.00	14,400.00
Insumos de oficina	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00
Internet	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00
Mantenimiento del camión	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Gastos de exportación	38,100.84	38,100.84	38,100.84	38,100.84	38,100.84
Gastos de combustible	960.00	960.00	960.00	960.00	960.00
Gastos de constitución	1,500.00				
Depreciación	4,638.86	4,638.86	4,638.86	4,473.59	4,379.21
<b>Sub Total</b>	<b>83,012.90</b>	<b>82,912.34</b>	<b>82,912.34</b>	<b>82,747.07</b>	<b>82,652.69</b>
<b>Gastos de Venta</b>					
Publicidad	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00
<b>Sub Total</b>	<b>720.00</b>	<b>720.00</b>	<b>720.00</b>	<b>720.00</b>	<b>720.00</b>
<b>Gastos Financieros</b>					
Intereses	5,028.79	4,147.38	3,162.75	2,062.80	834.02
<b>Sub Total</b>	<b>5,028.79</b>	<b>4,147.38</b>	<b>3,162.75</b>	<b>2,062.80</b>	<b>834.02</b>
<b>Gastos Totales</b>	<b>154,291.28</b>	<b>155,360.04</b>	<b>195,726.15</b>	<b>195,279.84</b>	<b>236,552.13</b>

Elaborado por: Priscila Schettini



Tabla 39

**Depreciación**

<b>Activos</b>	<b>Valor Total</b>	<b>% Depreciar</b>	<b>Depreciación Año 1</b>	<b>Depreciación Año 2</b>	<b>Depreciación Año 3</b>	<b>Depreciación Año 4</b>	<b>Depreciación Año 5</b>	<b>Valor Residual</b>
<b>Activos</b>								
Computador de Escritorio	620.00	33%	204.60	204.60	204.60	8.40	0.00	-2.20
Impresora	145.00	33%	47.85	47.85	47.85	1.98	0.00	-0.53
Teléfono de escritorio	71.96	10%	7.20	7.20	7.20	84.00	0.00	-33.63
Papelera	29.98	10%	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	14.99
Cesto de Basura	2.20	10%	0.22	0.22	0.22	0.22	0.22	1.10
Archivador	299.99	10%	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	150.00
Sillón doble	60.00	10%	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	30.00
Silla de escritorio	173.98	10%	17.40	17.40	17.40	17.40	17.40	86.99
Escritorio	390.00	10%	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00	195.00
Sillas de mesa	116.00	10%	11.60	11.60	11.60	11.60	11.60	58.00
Mesa redonda	92.00	10%	9.20	9.20	9.20	9.20	9.20	46.00
Hornos Microondas	78.99	10%	7.90	7.90	7.90	7.90	7.90	39.50
Pelador de frutas	1,200.00	10%	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	600.00
Balanza	70.00	10%	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00	35.00
Despulpadora	650.00	10%	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	325.00
Olla	129.00	10%	12.90	12.90	12.90	12.90	12.90	64.50
Empacadora	6,900.00	10%	690.00	690.00	690.00	690.00	690.00	3,450.00
Congelador	5,600.00	10%	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	2,800.00
Camión con refrigeración	14,000.00	20%	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	0.00
	<b>30,629.10</b>		<b>4,638.86</b>	<b>4,638.86</b>	<b>4,638.86</b>	<b>4,473.59</b>	<b>4,379.21</b>	
<b>Depreciación</b>			<b>4,638.86</b>	<b>4,638.86</b>	<b>4,638.86</b>	<b>4,473.59</b>	<b>4,379.21</b>	<b>7,859.71</b>

Elaborado por: Priscila Schettini

Tabla 40

## Amortización

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>		
<b>BENEFICIARIO</b>		
<b>INSTIT. FINANCIERA</b>	Pichincha	
<b>MONTO EN USD</b>	47,537.01	
<b>TASA DE INTERÉS</b>	11.23%	
<b>PLAZO</b>	5	Años
<b>AMORTIZACIÓN CADA</b>	90	Días
<b>NUMERO DE PERIODOS</b>	20	

<b>No.</b>	<b>SALDO</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>PRINCIPAL</b>	<b>DIVIDENDO</b>
0	47,537.01			
1	45,732.97	1,334.60	1,804.04	3,138.64
2	43,878.29	1,283.95	1,854.68	3,138.64
3	41,971.53	1,231.88	1,906.75	3,138.64
4	40,011.24	1,178.35	1,960.29	3,138.64
5	37,995.92	1,123.32	2,015.32	3,138.64
6	35,924.02	1,066.74	2,071.90	3,138.64
7	33,793.95	1,008.57	2,130.07	3,138.64
8	31,604.08	948.77	2,189.87	3,138.64
9	29,352.73	887.28	2,251.35	3,138.64
10	27,038.17	824.08	2,314.56	3,138.64
11	24,658.63	759.10	2,379.54	3,138.64
12	22,212.28	692.29	2,446.35	3,138.64
13	19,697.25	623.61	2,515.03	3,138.64
14	17,111.62	553.00	2,585.64	3,138.64
15	14,453.39	480.41	2,658.23	3,138.64
16	11,720.53	405.78	2,732.86	3,138.64
17	8,910.94	329.05	2,809.58	3,138.64
18	6,022.48	250.17	2,888.46	3,138.64
19	3,052.93	169.08	2,969.56	3,138.64
20	0.00	85.71	3,052.93	3,138.64
		<b>15,235.74</b>	<b>47,537.01</b>	<b>62,772.75</b>

Elaborado por: Priscila Schettini

La depreciación se calcula para cinco años y se habilito una columna con el valor residual restante por depreciar a los equipos que así lo ameriten. Por otra parte, la amortización del préstamo recibido por Pichincha a un plazo de 5 años se detalla en la Tabla 41 con los intereses a pagar en 20 plazos con una periodicidad de 90 días.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CONCENTRADO DE PULPA DE JÍCAMA DESDE EL CANTÓN PÍLLARO, EN TUNGURAHUA HACIA MADRID, ESPAÑA – 2020

Tabla 41

**Ventas estimadas**

Ítems	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades vendidas	52.128	52.128	104.256	104.256	156.384
Precio de venta	2,50	2,53	2,55	2,58	2,60
<b>Ventas Estimadas</b>	<b>130.320,00</b>	<b>131.623,20</b>	<b>265.878,86</b>	<b>268.537,65</b>	<b>406.834,54</b>

Elaborado por: Priscila Schettini

Se estima que las ventas alcancen las 52128 unidades de 500ml, lo que supondría un valor de 130 mil dólares en el primer año y llegaran a 406 mil al finalizar el quinto año. El precio considerado está fundamentado en la opinión de los encuestados y el margen de ganancia que se le debe ofrecer a los clientes españoles para que además de innovador les resulte atractivo el valor del producto.

Tabla 42

**Estado de resultados**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos Operacionales</b>					
Ventas	130,320.00	131,623.20	265,878.86	268,537.65	406,834.54
(-) Costo de ventas	65,529.59	67,580.32	108,931.06	109,749.97	152,345.41
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>64,790.41</b>	<b>64,042.88</b>	<b>156,947.80</b>	<b>158,787.68</b>	<b>254,489.13</b>
(-) Gastos de Ventas	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00
<b>Utilidad Neta en Ventas</b>	<b>64,070.41</b>	<b>63,322.88</b>	<b>156,227.80</b>	<b>158,067.68</b>	<b>253,769.13</b>
(-) Gastos de Administración	83,012.90	82,912.34	82,912.34	82,747.07	82,652.69
<b>Utilidad (Pérdida) Operacional</b>	<b>(18,942.49)</b>	<b>(19,589.46)</b>	<b>73,315.46</b>	<b>75,320.61</b>	<b>171,116.44</b>
(-) Gastos Financieros	5,028.79	4,147.38	3,162.75	2,062.80	834.02
<b>Utilidad (Pérdidas) antes de Participación</b>	<b>(23,971.28)</b>	<b>(23,736.84)</b>	<b>70,152.71</b>	<b>73,257.81</b>	<b>170,282.42</b>
(-) Aporte a los Trabajadores	- 3,595.69	- 3,560.53	10,522.91	10,988.67	25,542.36
<b>Utilidad (Pérdidas) antes de Impuestos</b>	<b>(20,375.59)</b>	<b>(20,176.32)</b>	<b>59,629.80</b>	<b>62,269.14</b>	<b>144,740.05</b>
(-) Impuesto a la Renta	- 5,093.90	- 5,044.08	14,907.45	15,567.28	36,185.01
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>(15,281.69)</b>	<b>(15,132.24)</b>	<b>44,722.35</b>	<b>46,701.85</b>	<b>108,555.04</b>

Elaborado por: Priscila Schettini

A pesar de que las ventas suponen ingresos positivos, el estado de resultados evidencia que los dos primeros años de funcionamiento los números estarán en negativo, existiendo una recuperación en el tercer año de producción. Se puede apreciar que el quinto año las utilidades se duplican con respecto al año anterior, siempre y cuando se cumpla con lo planificado.

Tabla 43

**Flujo de caja**

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Flujos Iniciales</b>						
Capital de Trabajo	-37,280.91					
Compra de Activos	-30,629.10					
<b>Flujos Operacionales</b>						
Ventas		130,320.00	131,623.20	265,878.86	268,537.65	406,834.54
(-) Costo de ventas		-65,529.59	-67,580.32	-108,931.06	-109,749.97	-152,345.41
(-) Gastos de Administración		-83,012.90	-82,912.34	-82,912.34	-82,747.07	-82,652.69
(-) Gastos de Ventas		-720.00	-720.00	-720.00	-720.00	-720.00
<b>Utilidades antes de Interese e Impuesto</b>		<b>-18,942.49</b>	<b>-19,589.46</b>	<b>73,315.46</b>	<b>75,320.61</b>	<b>171,116.44</b>
(-) Gastos Financieros		-5,028.79	-4,147.38	-3,162.75	-2,062.80	-834.02
<b>Utilidades antes de Aportes e Impuestos</b>		<b>-23,971.28</b>	<b>-23,736.84</b>	<b>70,152.71</b>	<b>73,257.81</b>	<b>170,282.42</b>
(-) Aporte a los Trabajadores (15%)		3,595.69	3,560.53	-10,522.91	-10,988.67	-25,542.36
<b>Utilidades antes de Impuesto</b>		<b>-20,375.59</b>	<b>-20,176.32</b>	<b>59,629.80</b>	<b>62,269.14</b>	<b>144,740.05</b>
(-) Impuestos (25%)		5,093.90	5,044.08	-14,907.45	-15,567.28	-36,185.01
<b>Utilidades después de Impuesto</b>		<b>-15,281.69</b>	<b>-15,132.24</b>	<b>44,722.35</b>	<b>46,701.85</b>	<b>108,555.04</b>
(+) Acumulación de la Depreciación		4,638.86	4,638.86	4,638.86	4,473.59	4,379.21
<b>Flujos de Efectivo Operacionales</b>		<b>-10,642.83</b>	<b>-10,493.38</b>	<b>49,361.21</b>	<b>51,175.45</b>	<b>112,934.25</b>
<b>Flujos Finales</b>						
(+) Valor de Salvamento						7,859.71
(+) Recuperación de Capital de Trabajo						37,280.91
<b>Flujo de Efectivo Total</b>	<b>-67,910.01</b>	<b>-10,642.83</b>	<b>-10,493.38</b>	<b>49,361.21</b>	<b>51,175.45</b>	<b>158,074.87</b>

Elaborado por: Priscila Schettini

Tabla 44

**Punto de equilibrio**

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio del producto	2.50	2.53	2.55	2.58	2.60
Costo Variable Unitario	1.26	1.30	1.04	1.05	0.97
Costos Fijos	88,481.61	87,499.64	86,515.01	85,249.79	83,926.63
<b>Punto de Equilibrio (PE)</b>	<b>71,189</b>	<b>71,221</b>	<b>57,469</b>	<b>55,973</b>	<b>51,573</b>
<b>Ventas Necesarias (\$)</b>	<b>177,972.69</b>	<b>179,832.37</b>	<b>146,561.55</b>	<b>144,172.26</b>	<b>134,167.83</b>
<b>Ventas Necesarias (%)</b>	<b>136.57%</b>	<b>136.63%</b>	<b>55.12%</b>	<b>53.69%</b>	<b>32.98%</b>

Elaborado por: Priscila Schettini

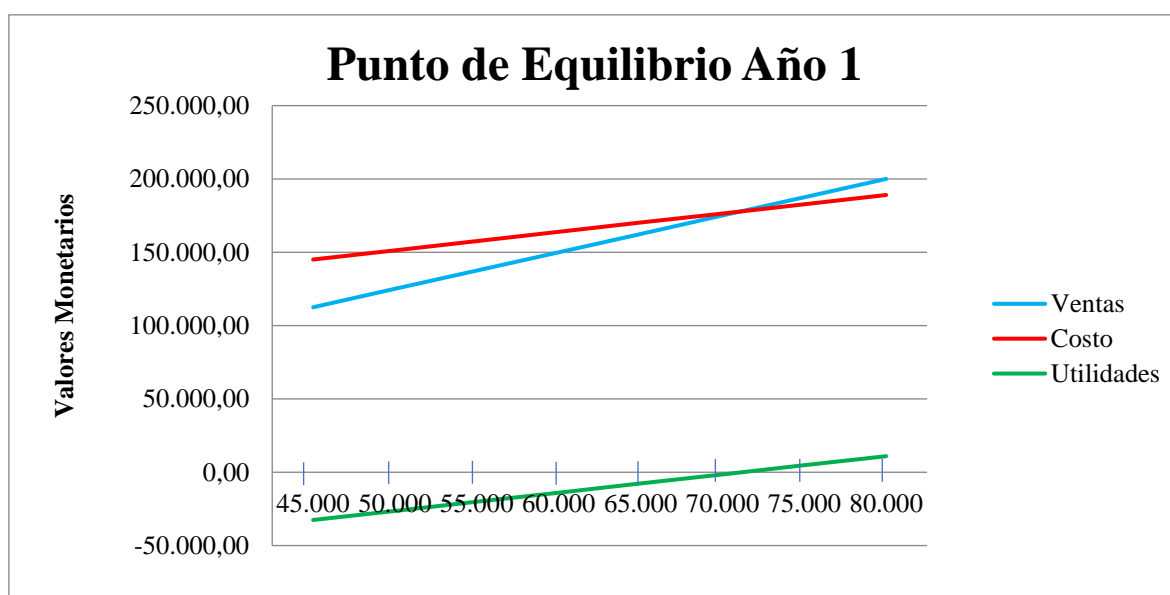


Gráfico 11 Punto de equilibrio

Elaborado por: Priscila Schettini

Como se puede observar en el Grafico 11 el punto de equilibrio se alcanza casi al finalizar el segundo año de puesta en marcha el negocio. Los costos y las ventas se cruzan \$177,972.69 dólares en ventas, donde la empresa no tendrá ni ganancia ni pérdidas al llegar a esa intersección.

Tabla 45

**Tasa de rendimiento**

COMPOSICIÓN DEL CAPITAL	%	COSTO DEL CAPITAL	PONDERACIÓN
PROPIETARIO	30%	10.00%	3.00%
PRÉSTAMO	70%	11.23%	7.86%
<b>TMAR</b>	<b>100%</b>		<b>10.86%</b>

Elaborado por: Priscila Schettini

Para realizar el cálculo de la TMAR se tomaron los valores de inflación de los últimos cinco años, siendo este del 4.5%, la tasa promedio de rendimiento del sector ubicada en 5% y las tasas activas y pasivas del BCE, de 9.33% y 8.81% por este orden.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CONCENTRADO DE PULPA DE JÍCAMA DESDE EL CANTÓN PÍLLARO, EN TUNGURAHUA HACIA MADRID, ESPAÑA – 2020

Tabla 46

**VAN, TIR y PR**

	<b>TOTAL</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>VA del Flujo de Efectivo</b>	<b>146,369.80</b>	<b>9,600.16</b>	<b>-8,538.03</b>	<b>36,228.42</b>	<b>33,880.24</b>	<b>94,399.32</b>
<b>Inversión Inicial</b>	<b>-67,910.01</b>					
<b>Valor Actual Neto (VAN)</b>	<b>78,459.79</b>					
<b>Tasa Interna de Retorno (TIR)</b>	<b>30.26%</b>					
<b>Periodo de Recuperación (Payback)</b>	<b>3.80</b>					

Elaborado por: Priscila Schettini

El cálculo realizado para calcular el Valor Actual Neto, el cual muestra valores positivos y se aprueba la viabilidad del proyecto y su inversión. Este punto determina que a futuro la empresa tendrá ganancias en sus cuantas. El TIR nos da un por ciento mayor al TEMAR, por ende, el proyecto es factible.

Tabla 47

**Periodo de recuperación**

<b>Años</b>	<b>Inversión</b>	<b>Flujo de Caja</b>	<b>Saldo Acumulado</b>
0	-67,910.01		-67,910.01
1		-10,642.83	-78,552.84
2		-10,493.38	-89,046.22
3		49,361.21	-39,685.00
4		51,175.45	11,490.44
5		158,074.87	169,565.32

Elaborado por: Priscila Schettini

Los datos procesados indican que la inversión del proyecto se recupera en un periodo de 3 años, 9 meses y 28 días. Por lo que casi concluyendo los primeros cinco años proyectados se habría recobrado el capital con el cual se inició el negocio.

## Capítulo 4

### Conclusiones y Recomendaciones

#### 4.1. Conclusiones

1. Para la elaboración de la pulpa de jícama se consultó a especialistas dedicados a la producción de alimentos. Una vez se obtuvo la información se identificó todo el equipamiento necesario en el proceso de producción. Este punto también sirvió para determinar la cantidad de operarios y el organigrama general de la empresa. Asimismo, quedaron establecidos los requisitos en la contratación del personal. Por otro lado, se diseñó el sitio donde se colocaría toda la infraestructura, estableciendo la distribución de los espacios a emplear.
2. Sin embargo, para comenzar a funcionar se identificaron los pasos a seguir al constituir la empresa, en el territorio nacional. Otros puntos considerados fueron la logística a implementar en las exportaciones y los requisitos que se deben cumplir en las aduanas, tanto en Ecuador como en España. Se determinaron los envases requeridos al transportar la pulpa de jícama hacia Madrid, teniendo en cuenta que la mercancía sería trasladada por vía marítima. Considerando óptimos los contenedores refrigerados de 40 pies.
3. Para conocer la aceptación del producto en el país europeo, se aplicó una encuesta virtual, la cual fue difundida a través de la red social Facebook. Los datos obtenidos fueron de importancia para direccionar la producción y realizar los ajustes necesarios en virtud de optimizar todas las operaciones y los recursos de la empresa. Los principales resultados dan fe de la predilección de los madrileños por este tipo de mercancía, cuando el 44% asegura consumir al menos una vez por semana productos naturales. Aunque, la mayoría no conoce los beneficios de la jícama o su existencia, un 58% de la población desea contar con el tubérculo en sus hogares, en la presentación propuesta. Evidenciando posibilidades de éxitos por la alta demanda supuesta, en la información recogida, comercializada bajo la marca NutriPulp.
4. Para conocer las potencialidades reales del negocio se realizaron los cálculos financieros requeridos. Se determinó la inversión inicial, el capital de trabajo y los gastos a incurrir, incluido la fuente de financiamiento para la puesta en

marcha de la empresa. El Estado de Resultado proyectado a los próximos cinco años, muestra que los dos primeros periodos los números estarán en rojo, con una mejoría al tercer año de existencia. Donde, el punto de equilibrio se alcanza en los \$177,972.69 dólares en ventas. El cálculo del VAN arroja un valor positivo de \$78,459.79, por tanto, la inversión es viable, mientras que la TIR se ubica en 30.26%, siendo mayor al porcentaje del TEMAR, evidenciando la factibilidad del plan de negocios, haciéndolo atractivo a los inversionistas. Sumado a lo anterior, el periodo de recuperación es de 3 años, 9 meses y 28 días.



## **4.2. Recomendaciones**

1. Teniendo en cuenta los resultados obtenidos se recomienda, la puesta en marcha del plan de negocios, ya que el mismo es viable y factible, ofreciendo ganancias en el corto plazo.
2. Continuar con la evaluación de los procesos llevados a cabo durante la producción y exportación de la mercancía, buscando la eficiencia y eficacia permanente de la empresa.
3. Realizar estudios de mercado para distintos productos que sean atractivos y se puedan incorporar a la producción de NutriPulp cuando las condiciones lo permitan, así como, su exportación a otros países europeos.
4. Mantener las campañas publicitarias a través de las redes sociales para continuar fomentando el conocimiento y a la vez el consumo de productos naturales, buscando la captación de nuevos clientes, el incremento de las ventas el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial por parte de NutriPulp.

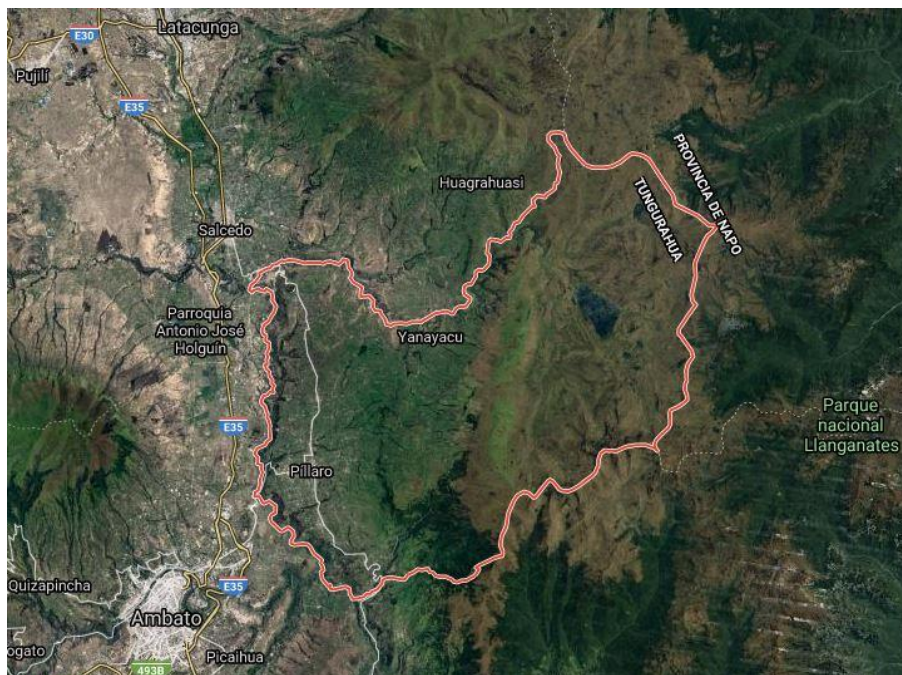
## Referencias

- Abrams, R. (2011, abril). *El éxito de un plan de negocio. Secretos y Estrategias*. Obtenido de entrepreneur.com: <https://www.entrepreneur.com/article/264155>
- Abreu, J. (2014). El Método de la Investigación Research Method. *Daena: International Journal of Good Conscience.*, 195-204.
- Álvarez, C. (1995). *Metodología: Guía para elaborar diseño de investigación en Ciencias Económicas, Contables y Administrativas*. Bogotá: McGRAW-HILL.
- ARCSA. (2020, 3 30). *Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria*. Obtenido de Obtención de Notificación Sanitaria de Alimentos Procesados (Fabricación Nacional): <https://www.controlsanitario.gob.ec/inscripcion-de-notificacion-sanitaria-de-alimentos-procesados-fabricacion-nacional/>
- Arias, J., Villasis, M., & Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206. doi:10.29262/ram.v63i2.181
- Banco Central del Ecuador. (2020, 01 28). *Estadísticas*. Obtenido de contenido.bce.fin.ec: <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>
- Borello, A. (2004). *El plan de negocios*. México: Díaz de Santos.
- Bravo, O. (2012). *Cómo elaborar un Plan de Negocios*. México: Ira.
- Campbell, R., & Skinner, A. (2014). *The glasgow lasgow edition of the works and Correspondence of Adam Smith*. Indianapolis: LibertyClassics.
- European Commission. (2020, 4 2). *European Commission*. Obtenido de Trade Helpdesk: <https://trade.ec.europa.eu/tradehelp/es/myexport#?product=1302190000&partner=EC&reporter=ES&tab=3>
- FAO. (2014). *Producción orgánica de productos andinos*. Obtenido de fao.org: [http://www.fao.org/fileadmin/user\\_upload/mountain\\_partnership/docs/1\\_produccion\\_organica\\_de\\_cultivos\\_andinos.pdf](http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/mountain_partnership/docs/1_produccion_organica_de_cultivos_andinos.pdf)
- González, J., González, S., González, H., Rosales, T., & Del Val, R. (2009). CONCENTRADO DE JAMAICA. *UNACAR TECNOCIENCIA*(2), 13.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación Sexta Edición*. México D.F.: McGRAW-HILL.
- Herrera, W. (2018, octubre 23). Exportar más a Europa. *El Comercio*.
- ICEX. (2020). *Relaciones económicas y comerciales de España con el conjunto de la región*. España: Secretaria del Estado del Comercio.
- IEPI. (2019, 12 23). *Servicio Nacional de Derechos Intelectuales*. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- INE. (2020). *Cifras de Población (CP) a 1 de julio de 2019*. Madrid: Instituto Nacional de Estadística. Obtenido de [https://www.ine.es/prensa/cp\\_j2019\\_p.pdf](https://www.ine.es/prensa/cp_j2019_p.pdf)
- López, P. (2004). Población, Muestra y Muestreo. *Punto Cero*, 9(8), 69-74.
- Marx, K., & Sacarón, P. (2010). *El capital: crítica de la economía política*. Ciudad de México: Siglo xxi.
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2020, 01 28). *Tungurahua: se expusieron avances y proyecciones en beneficio del sector agropecuario*. Obtenido de agricultura.gob.ec: <https://www.agricultura.gob.ec/tungurahua-se-expusieron-avances-y-proyecciones-en-beneficio-del-sector-agropecuario/>
- Montalvo, M. (2009). *Una investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones Adam Smith*. España: Tecnos Editorial S A.
- Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Ecuador. (2017). *Ecuador y España socios comerciales de gran nivel. Análisis del comercio bilateral en 2017*. Obtenido de [camaraofespanola.org: https://www.camaraofespanola.org/files/Descargas/Articulo\\_Comercio\\_Bilateral\\_2017.pdf](https://www.camaraofespanola.org/files/Descargas/Articulo_Comercio_Bilateral_2017.pdf)

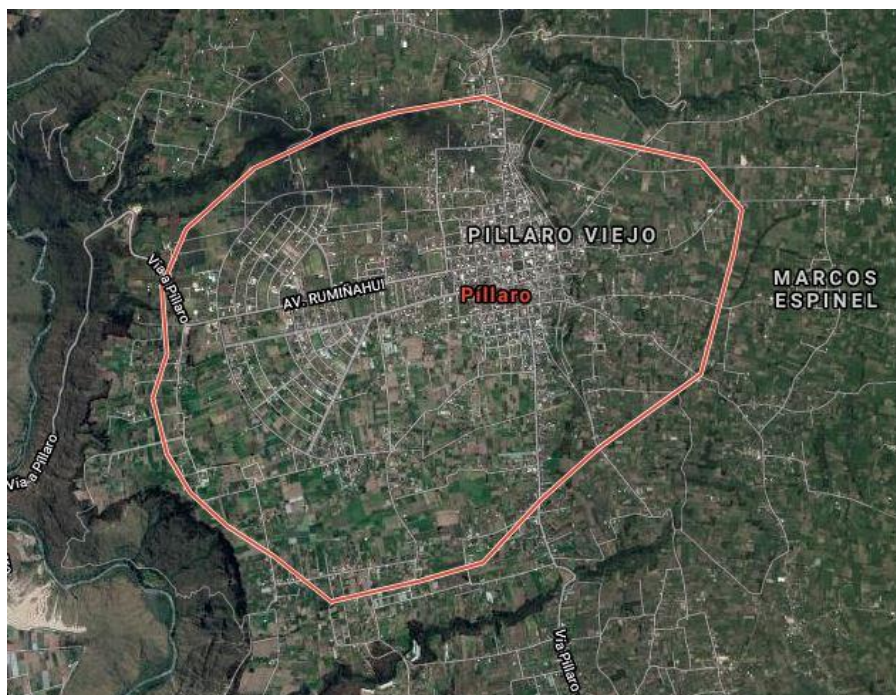
- Registro Oficial 312. (1999). *Ley de Compañías*. Quito: Superintendencia de Compañías y Valores.
- Rizo, J. (2015). *TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN Documental*. Managua: UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA.
- Rodríguez, A., Jacinto, P., & Omar, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista EAN*, 179-200.
- Rojas, R. (2013). *Guía para realizar investigaciones sociales*. Ciudad de México: Plaza y Valdés.
- Rossignoli, D. (2014). *Investigación de la jícama y propuesta de cocina de autor*. Quito: Universidad Internacional de Ecuador.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013, 01). *Transformación de la Matriz Productiva*. Retrieved from [planificacion.gob.ec: https://www.planificacion.gob.ec/content/uploads/downloads/2013/01/matriz\\_productiva\\_WEBtodo.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf)
- Senado de España. (2020, 4 5). *Organismos internacionales*. Recuperado el 4 5, 2020, de Senado de España: <http://www.senado.es/web/conocersenado/enlaces/organismosinternacionales/index.html>
- SENAE. (2017, 4 5). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- SIAP. (2018). *Boletín de exportaciones: Jícama*. Ciudad de México: SIAP. Obtenido de [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/387688/Septiembre\\_\\_j\\_cama\\_\\_2018.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/387688/Septiembre__j_cama__2018.pdf)
- SlidePlayer. (2020, 4 9). *EXW: En Fábrica (lugar convenido)*. Obtenido de SlidePlayer: <https://slideplayer.es/slide/15373925/>
- SNAE. (2020, 3 31). *Servicio nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de Preguntas frecuentes: [https://www.aduana.gob.ec/archivos/Ecuapass/faqs\\_ECUAPASS.pdf](https://www.aduana.gob.ec/archivos/Ecuapass/faqs_ECUAPASS.pdf)
- SuperMaq. (2020, 3 30). *SuperMaq*. Obtenido de Contenedor Reefer de 40 Pies de 25 a -25 Grados: [https://www.supermaq.cl/camaras\\_de\\_frio/contenedor\\_reefer\\_de\\_40\\_pies\\_de\\_25\\_a\\_-25\\_grados/](https://www.supermaq.cl/camaras_de_frio/contenedor_reefer_de_40_pies_de_25_a_-25_grados/)
- Tancara, C. (2014). La Investigación Documental. *Revistas bolivianas*, 91-106.
- Thompson, I. (2005). *Mercadotecnia*. Chicago: Promonegocio.
- Trade Helpdesk. (2020, 5 30). *TRADE HELPDESK*. Obtenido de <https://trade.ec.europa.eu/tradehelp/myexport#?product=2008999990&partner=-&reporter=ES&tab=2>
- Universidad Internacional de la Rioja. (2013). *Desarrollo plan de negocio*. Obtenido de [emprende.unir.net: http://emprende.unir.net/creatuempresa/desarrollo-plan-de-negocio/index.html](http://emprende.unir.net/creatuempresa/desarrollo-plan-de-negocio/index.html)

## Anexos

### Anexo 1 Cantón Píllaro



Anexo 2 Centro de Pillaro



### Anexo 3 Encesta virtual

Estimado (a) le invitamos a responder las siguientes preguntas relacionadas con la introducción de un nuevo producto en el mercado español. Le agradecemos su colaboración y tiempo, por favor lea bien antes de responder. Los datos ofrecidos quedaran en absoluta confidencialidad. La información recopilada será con fines académicos.

1. Marque cuál es su género
  - Hombre
  - Mujer
2. Marque su rango de edad actual
  - De 18 a 25
  - De 26 a 35
  - De 36 a 45
  - De 46 a 55
  - Más de 55
3. ¿Consume usted alimentos naturales (frutas, verduras, vegetales...) con frecuencia?
  - Todos los días
  - Una vez por semana
  - Una vez al mes
  - Nunca
4. De los siguientes tipos de jugos ¿cuál prefiere?
  - Industriales
  - Naturales
5. ¿Conoce usted sobre las propiedades nutricionales de la jícama?
  - Si
  - No
6. ¿Cuántos kilogramos de jícama consumen en su hogar durante el mes?
  - ½ kg
  - 1 kg
  - 1 ½ kg
  - 2 kg
7. ¿Le gustaría contar con una presentación de pulpa de jícama a su alcance en los supermercados de su ciudad?
  - Si

No

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una presentación de 500ml de pulpa de jícama?

2.00 €

2.50 €

3.00 €

3.50 €

4.00 €

9. ¿Cuál de los siguientes embaces prefiere recibir el producto de pulpa de jícama?

Fundas de polipropileno

Fundas tipo ZIPLOCK

10. ¿Por qué compraría pulpa de jícama?

Por ser económica

Por su rápida preparación

Por probar algo diferente

Por sus nutrientes

#### Anexo 4 Entrevista aplicada a los productores de jícama del cantón Pillaro

Estimado (a) le invitamos a responder las siguientes preguntas relacionadas con la introducción de un nuevo producto en el mercado español derivado de la jícama. Le agradecemos su colaboración y tiempo, por favor lea bien antes de responder. Los datos ofrecidos quedaran en absoluta confidencialidad. La información recopilada será con fines académicos.

1. ¿Cuántos años tiene de experiencia en la siembra y cosecha de jícama?
2. ¿Cuántas hectáreas de tierra tiene a su disposición para este fin?
3. ¿Cuántos kilogramos de jícama produce al año?
4. ¿Es actualmente rentable su negocio?
5. ¿Es usted exportador de jícama?
6. ¿Cubre usted toda la demanda de sus clientes, con los niveles de producción actual?
7. ¿Está usted en condiciones de ampliar su producción de este tubérculo?
8. ¿En estos momentos puede usted convertirse en proveedor de la nueva empresa a constituir?