



UNIVERSIDAD
SAN GREGORIO
DE PORTOVIEJO

TEMA:

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA FINANCIAR LA
INVERSIÓN DE UNA EMPRESA EXPORTADORA DE PITAHAYA
DEL CANTÓN ROCAFUERTE HACIA EL MERCADO EXTERNO
ESPAÑOL**

TUTOR:

Ec. FRANCISCO VERDUGA

AUTOR:

JEFFERSON GEOVANNY PUMA QUILLIGANA

Portoviejo – Manabí– Ecuador

CAPÍTULO I

1. TEMA:

ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA FINANCIAR LA INVERSIÓN DE UNA EMPRESA EXPORTADORA DE PITAHAYA DEL CANTÓN ROCAFUERTE HACIA EL MERCADO EXTERNO ESPAÑOL

1.2 ANTECEDENTES

La globalización en la actualidad, es un factor principal que induce a participar en nuevos mercados, obligando a muchos países que sean más competitivos, por tal razón es necesario realizar nuevos proyectos innovadores que miren hacia el mercado externo, buscando se esta forma, la oportunidad de un negocio que active la economía y genere plazas de trabajo, a largo plazo. Vietnam es el primer productor de pitahaya a nivel mundial con más de 2 millones de toneladas anuales, en consecuencia, la demanda de esta fruta crece en mayor porcentaje que otras frutas, Ecuador fue y sigue siendo el pionero por introducir la pitahaya en Europa en el año 1999 junto con Alemania y Suiza (Avogo, 2020).

El consumo de productos verdes y orgánicos en el mundo, es la fuerza que impulsa a la economía, seguridad alimentaria y conservación del medio ambiente; el Ecuador siendo un país agrícola no está exento de la producción de frutas y alimentos no tradicionales, ya que la pitahaya (Futra Dragon) se deleita con un rico sabor además de poseer altos nutrientes y vitamina C.

En la actualidad, Ecuador sigue cultivando esta fruta tanto para la exportación como para el consumo interno. Cabe recalcar que para el año 2016 se exportaron 86 millones de dólares mientras que en 2019, se exportaron 169,3 millones de dólares, hacia los países de Estados Unidos, Asia y sobre todo europeos, logrando cubrir solo el 28% de la demanda del mercado internacional debido a que estos países tienen preferencia por la pitahaya roja

cultivada en la provincia de Manabí ya que tiene un mejor sabor, debido a la mayor presencia de luz solar en esta Provincia. (MAGAP, 2019).

Durante los últimos años la tendencia de consumir frutas orgánicas, presenta una tendencia en crecimiento, definiendo la particularidad de la fruta y sus respectivas preferencias de consumo que tienen las personas por los nutrientes, sin embargo, en Manabí y en el Ecuador los cultivos son pocos, (460has), y no se logra abastecer la preferencia de la fruta en el mercado internacional. El consumo de pitahaya roja tiene beneficios en mejorar la salud y reducir los índices de vejez de la piel en las personas. Ante lo expuesto, se asegura que esta fruta posee una alta calidad vitamínica que tiene un bajo costo de producción ideal para la alimentación de niños y adultos mayores que poseen diabetes ya que no altera el metabolismo y resulta muy similar a la papaya.

El presente estudio de prefactibilidad ayudará a determinar la viabilidad de producción y exportación de la pitahaya roja en consecuencia de la creciente demanda de esta fruta a nivel mundial, se buscará una oportunidad más de negocio si es viable; sin embargo hay que tener en cuenta que Manabí no satisface la demanda existente en el mercado español por lo que se convertiría en un negocio más, generador de plazas de trabajo, la ventaja es que el producto de esta fruta fresca tiene un posicionamiento en el mercado externo Español, por la calidad, dulzura, tamaño y sanidad vegetal, manteniendo preferencia a la pitahaya de Manabí (Agrocalidad, 2019).

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son los beneficios económicos que generan el cultivo y la exportación de la pitahaya hacia el mercado externo Español?

1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En latinoamericana y en décadas recientes se experimenta un gran desarrollo y crecimiento en el comercio a nivel internacional, el cual es motivado por la exportación de productos, bienes y servicios entre todas las naciones, lo que ha permitido en consecuencia, que sus economías se vean fortalecidas por los constantes ingresos de capital, plazas directas o indirectas de trabajo, creación de nuevas infraestructura, ejecución de nuevas leyes que protejan al sector exportador y sobre todo, expansión de nuevos mercados internacionales. Por lo expuesto, los factores antes mencionados no son posibles si no existiera la intervención de los estados con políticas de comercio exterior que apoyen, respalden y brinden al sector exportador que se establezcan acuerdos comerciales que de una u otra forma beneficien a las partes involucradas.

El Ecuador ha sido y sigue siendo un País agrícola desde sus inicios como república soberana e independiente; sin embargo, no ha sido prioritario en las políticas de estado por los gobiernos que han pasado por la presidencia, motivando a que los agricultores migren en muchos de sus zonas de trabajo hacia las grandes ciudades y se dediquen a labores ajenas a su actividad diaria ya que esto les permite, un modo de subsistencia ante la falta de trabajo en el sector.

Por otra parte, se debe entender que la agricultura es la parte principal de toda la economía independientemente del País, no solo porque ofrecen alimentos y materia prima, sino que a través de estas actividad se benefician familias enteras de forma directa o indirecta (Agrocalidad, 2019).

En consecuencia, se estima que las actividades agrícolas aportan al Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador, alrededor del 10 al 14 %, siendo este un promedio considerable a pesar de no ser un País que haya sido tecnificado y calificado. Por lo mencionado, existen limitaciones tales como: deudas que agobian a la mayoría de nuestros campesinos, falta de

líneas de crédito, escasas capacitaciones que condicionan a obtener un producto de mejor calidad, implementación de tecnología e innovación, etc.

La apertura de los mercados internacionales con nuevas ofertas de exportación de productos no tradicionales y la creación de nuevas fuentes de empleo, es lo que impulsa al crecimiento de los emprendedores a nivel local.

Ante lo expuesto, es importante para el gobierno actual, concretar alianzas con países latinoamericanos para que de esta manera se pueda entrar a negociar en conjunto con los mercados internacionales, lo que beneficiará a no encontrarse en desventaja frente a países que tengan una posición económicamente más fuertes y de esta manera poder negociar en mejores condiciones que permitan obtener mayor rentabilidad económica y además buscar mejores acuerdos con respecto a negocios comerciales con los mismos. En el caso de la exportación de pitahaya del Ecuador hacia el mercado externo español, se evidencia un importante aumento en toneladas exportadas, lo que demuestra la aceptación de la fruta por parte del consumidor en dichos Países, siendo este un factor importante ya que se debe en gran medida, a la promoción y trabajo que realiza el gobierno mediante sus oficinas comerciales llamada Pro Ecuador junto con el gremio exportador de la fruta no tradicional (INIAP, 2020).

El 90 % de la pitahaya que se cultiva en Manabí es exportada y en la actualidad tiene varios destinos, siendo el principal Estados Unidos, siguiendo por Italia y España. Además de otros mercados tales como China, Chile y Perú están muy cerca de convertirse en importadores de esta fruta ecuatoriana. En consecuencia, el tema no es fácil, se requiere un proceso de monitoreos, certificaciones, y seguimientos (Avogo, 2020).

El presente estudio de prefactibilidad al ser aplicado, mejorará la situación socio económica de cientos de familias que no tienen trabajo, a pesar de ello en Manabí no se ha logrado expandir sus sistemas de cultivos y producción por el desconocimiento de las

técnicas productivas; sin embargo en Manabí, existen 18 productores de esta fruta, los mayores en el cantón Rocafuerte.

1.5 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿El Estudio de mercado asegura la producción y exportación de la pitahaya roja?

¿La estructura administrativa facilitará el proceso operativo de la micro empresa?

¿Existen las facilidades legales contractuales para la exportación de pitahaya roja al mercado de EEUU, Asia y Europa?

¿Los precios de fruta en el mercado externo generan beneficio económico y estabilidad financiera para los productores de la Provincia de Manabí?

1.6 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Delimitación geográfica. Ecuador, Provincia de Manabí, Cantón Rocafuerte, sitio Danzarín.

Delimitación temporal. La investigación tomará en consideración información hasta la actualidad, previo a encuestas de los principales productores del cantón Rocafuerte.

Delimitación teórica. Estudio de prefactibilidad para la producción de pitahaya roja y exportación al mercado externo Español.

1.7 JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto tiende a crear una nueva microempresa de cultivo agrícola dedicada a la producción y comercialización de pitahaya roja en la provincia de Manabí, Cantón Rocafuerte, sitio Danzarín, ya que es una zona agrícola que permite el cultivo de esta fruta con importantes ganancias ya que es un producto de excelente calidad en tamaño y sabor.

Esta investigación permitirá demostrar la destreza y capacidad de asistencia en los cultivos de pitahaya además de obtener una producción de calidad, que la fruta sea aceptada en el mercado internacional según las normas sanitarias que sean sustentadas por Agro calidad, además del sostenimiento referencial del conocimiento hacia el mercado externo, la formulación del estudio permitirán interpretar la respectiva ejecución y llevarlo a la práctica con sostenibilidad de precios y calidad del producto a corto y largo plazo.

La producción agrícola en Manabí es de carácter diversa porque se producen frutas no tradicionales con sabor y dureza que exige el mercado internacional y el consumidor, justificándose de esta forma, su valor teórico y metodológico ya que aportará al manejo del cultivo, generación de fuentes de trabajo, conocer el mercado externo.

Justificación académica. La presente investigación permitirá llevar a la práctica los diferentes conocimientos adquiridos durante los años de estudios superior, trabajo que será de análisis para estudiante y docentes, inversionistas y empresarios no solo de la Provincia sino de todo el país.

Justificación social. Se justifica por la integración al trabajo productivo de manera directa e indirecta a familias del cantón Rocafuerte y de la provincia de Manabí.

Justificación económica. Se justifica porque determinará por medios de estudios financieros la rentabilidad y sostenibilidad económica del proyecto.

1.8. OBJETIVOS

1.8.1. Objetivo general.

- Realizar un estudio de prefactibilidad para la producción de pitahaya roja y exportación al mercado externo Español.

1.8.2. Objetivos específicos

- Describir un estudio de mercado para asegurar la exportación de la pitahaya roja al mercado externo.

- Elaborar la estructura administrativa y funcional para la micro empresa de producción y exportación de pitahaya roja.

- Analizar el estudio legal y de normativas para la exportación de pitahaya roja al mercado externo.

CAPITULO II

2. CONTEXTUALIZACIÓN

2.1. MARCO TEÓRICO

La fundamentación teórica del problema tiene como finalidad vincular el problema con todo el conjunto de conocimientos anteriores y precisar a su vez, los presupuestos teóricos del problema, recalcando que estos son los principios filosóficos y teóricos generales que están implicados en el planteamiento del problema y en todo el proceso de investigación que se efectúa para solucionarlo (Metodología de la Investigación Científica y bioestadística, 2006).

El fundamento teórico tiene como objeto exponer las teorías e investigaciones científicas en los que se desarrollara este documento investigativo, para lo cual el lector tendrá información básica e importante que le permita la comprensión del texto en estudio.

Es importante en todo inicio de un proyecto, realizar un análisis de pre factibilidad con un estudio de mercado que incluya los factores técnicos, económicos, ambientales, financieros, tecnológicos, legales, etc., que se encuentren vinculados y que servirán para poder emprender el proyecto.

Toda información previa es importante por cuanto ayuda a madurar y concretar lo que se tenga pensado emprender, priorizando minimizar el riesgo antes de llevar a cabo alguna idea de negocio, ya que esta empezaría con recursos monetarios propios y en algunos de los casos con inversionistas que aporten con el capital que requiere el negocio. Si el proyecto no es viable, simplemente se descarta la idea de continuar y buscamos otras alternativas de emprendimiento que se tenga en consideración. Se podría también reformular el proyecto o postergarlo buscando mejores o nuevas condiciones o factores para el mismo. Para todo emprendimiento a iniciar es importante realizar un análisis de pre costos de inversión

estimados que van a incurrir en la adquisición de activos, esfuerzo de los involucrados, recursos logísticos a necesitar, y el tiempo a emplear. Un correcto análisis de costo ayudará a determinar que los recursos empleados en la operación son los necesarios y no incurrirán en algún tipo de gasto innecesario o injustificado.

Los costos de inversión, llamados también costos pre-operativos, corresponden a aquellos que se incurren en la adquisición de los activos necesarios para poner el proyecto en funcionamiento, ponerlo "en marcha" u operativo. Para decirlo de una forma sencilla son todos aquellos costos que se dan desde la concepción de la idea que da origen al proyecto hasta poco antes de la producción del primer producto o servicio (Alonzo, 2016).

El estudio de viabilidad financiera deberá ser sustentado con cifras reales y proyecciones económicas con respecto al emprendimiento a iniciar y permitirá conocer con exactitud si se cuenta con el recurso financiero que garantice que los gastos e inversiones que implica la ejecución del proyecto van a estar disponibles cuando se los requiera. Para el presente estudio se contempla fuentes de financiamiento a las que puede acceder el proyecto, con lo que se hace posible financiar todas las etapas del emprendimiento. La inyección de capital propio aportado por los potenciales socios es una de las fuentes de financiamiento con que se cuenta y de forma externa se buscara un apalancamiento financiero con un préstamo bancario con alguna entidad financiera.

La definición de viabilidad en términos empresariales hace referencia a la posibilidad de que un proyecto o negocio pueda progresar, garantizado a largo plazo su rentabilidad económica. De una manera sencilla se puede considerar el concepto viabilidad como la opción de que un proyecto se pueda llevar a cabo, con una cierta continuidad en el tiempo. Para ello debe tenerse en cuenta los recursos que precisa, los que tiene y la capacidad para

obtenerlos. En el caso de que cuente con los suficientes medios para ejecutar la idea empresarial, se podría decir que el proyecto es viable (Economía simple, 2017).

Estudio de Mercado

Es el proceso de determinar la viabilidad de un nuevo servicio o producto a través de la investigación realizada directamente con clientes potenciales. La investigación de mercado permite a una empresa descubrir el mercado objetivo y obtener opiniones y otros comentarios de los consumidores sobre su interés en el producto o servicio.

Este tipo de investigación puede ser realizada internamente, por la propia empresa o por una empresa externa que se especialice en investigación de mercado. Se puede hacer a través de encuestas, pruebas de productos y grupos focales. Los sujetos de prueba generalmente son compensados con muestras de productos o se les paga un pequeño estipendio por su tiempo. La investigación de mercado es un componente crítico en la investigación y desarrollo de un nuevo producto o servicio (Odivares, 2019).

El análisis de mercado también permitirá evidenciar los futuros competidores y empresas que se dedican a la actividad comercial que se tiene analizado emprender (Dieguez, 2020-Vol 23 Año 49).

Estudio Organizacional

El estudio organizacional permitirá crear muestra estructura y jerarquización en el interior de la empresa con el personal administrativo y el personal operativo que cumplirán roles y funciones de acuerdo a sus perfiles que fueron contratados. Cada cargo irá en función de la preparación académica, responsabilidad, experiencia laboral, y demás factores propios del puesto, los que serán complementados con valores intrínsecos de cada colaborador contratado. El estudio organizacional también busca determinar la capacidad operativa de la empresa con el propósito de conocer y evaluar fortalezas y debilidades y definir la estructura

de la organización para el manejo de las etapas de operación, inversión y mantenimiento (GoConqr, 2019).

Estudio Técnico

Un estudio de factibilidad técnica evalúa los detalles de cómo pretende entregar un producto o servicio a los clientes. Se piensa en los materiales, la mano de obra, el transporte, dónde se ubicará su negocio y la tecnología que será necesaria para reunir todo esto. Es el plan logístico o táctico de cómo su empresa producirá, entregará, almacenará y rastreará sus productos o servicios.

Además un estudio de viabilidad técnica constituye una herramienta excelente tanto para la resolución de problemas ya que sirve para lograr una planificación a largo plazo. Puede incluir un diagrama de flujo de cómo los productos y servicios evolucionan y se mueven a través de la empresa para llegar físicamente a su mercado (Chain, 2008).

El llevar a cabo un estudio técnico permitirá conocer la localización, el tamaño, la promoción, la función, herramientas y demás factores que son asociados a la idea del proyecto y la puesta en marcha del emprendimiento como tal.

Estudio Financiero

Es el proceso de evaluación de negocios, proyectos, presupuestos y otras transacciones relacionadas con las finanzas para determinar su desempeño e idoneidad. Por lo general, el análisis financiero se utiliza para analizar si una entidad es lo suficientemente estable, solvente, líquida o rentable para garantizar una inversión monetaria (Preparación y Evaluación de proyectos, 2015).

2.2. MARCO CONCEPTUAL

Viabilidad: De una manera sencilla se puede considerar el concepto viabilidad como la opción de que un proyecto siempre y cuando se pueda llevar a cabo, con una cierta continuidad con el tiempo. (Ovan, 2017).

Diagnóstico: Un diagnóstico de gestión es un proceso de evaluación de una gestión de una determinada empresa contrastándolo con los requisitos que figuren en una norma o en los requisitos de la misma. (Asociación Española para la calidad ,2019).

Emprendimiento: Es la creación de un proyecto innovador, que se relaciona con la formación de una empresa o un producto. En el ámbito de la administración de empresas, el término emprendimiento se asocia a individuos que asumen riesgos para generar oportunidades de cambio, acorde con el origen francés del término emprendedor o entrepreneur, que significa pionero (Mónica, 2017).

Variable: Se trata de algo que se caracteriza por ser inestable, inconstante, y mutable: En otras palabras, una variable es un símbolo que permite identificar a un elemento no especificado dentro de un determinado grupo (Definición, 2019).

Costos: La valuación en términos monetarios de todos los recursos, y actividades necesarias para la fabricación de un producto, la prestación de un servicio o, en su caso la adquisición de un bien o servicio (Odivares, 2016).

Proyecto: En términos generales podríamos definir un proyecto como un pensamiento de ejecutar algo, o como un plan de trabajo que se realiza como prueba antes de desarrollar el proyecto de implementación (Publicaciones Vértice).

Demanda: La demanda expresa las actitudes y preferencias de los consumidores por un artículo, mercancía o servicio. Es decir, la demanda de una mercancía es la cantidad de

ella que el individuo estaría dispuesto a comprar, en un momento dado a los diversos precios posibles (Economía, 2006).

Oferta: La oferta es el fenómeno correlativo a la demanda, Se la considera como la cantidad de mercancías que se ofrece a la venta a un precio dado por unidad de tiempo. La oferta de un producto se determina por las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y aptos para ofrecer en el mercado en función de varios niveles de precios en un periodo dado (Economía, 2006).

Pasivo: Obligaciones actuales surgidas como consecuencia de sucesos pasados, para cuya extinción la empresa espera desprenderse de recursos que puedan producir beneficios o rendimientos económicos en el futuro (Déniz Mayor, 2008).

Inversión: Es el flujo de producción de un periodo dado que se utiliza para aumentar o mantener el stock de capital de la economía. Al aumentar el stock de capital, el gasto de inversión hace crecer la capacidad productiva futura de la economía (López, 2006).

Presupuesto: El presupuesto es la producción de indicadores financieros predictivos que evidencian las posibles situaciones futuras, según la trazabilidad algorítmica de la planeación de determinados escenarios de ventas, producción y costos (Presupuestos, 2017).

Matriz productiva: La matriz productiva de un país debe estar basada en la industrialización de sus productos naturales, en la transformación para que contengan valor agregado. Eso generará desarrollo, bienestar y progreso (El Comercio, 2014).

Rentabilidad: La rentabilidad es la remuneración que se percibe como compensación por la preferencia por la liquidez cedida y por los riesgos asumidos, en concreto, los de mercado y de crédito. La rentabilidad será tanto más alta cuantos mayores sean esos, esos

riesgos es decir cuanto menor sean la liquidez y la seguridad (Introducción al sistema financiero, 2012).

Globalización económica: La globalización a partir entendida a partir de la confluencia de fenómenos económicos se caracteriza por la difusión de un sistema de producción, distribución y ventas que reformula la división internacional del trabajo (Globalización y Región, 2018).

Exportación: Las exportaciones son los bienes y servicios producidos en un país y vendidos en el extranjero. Las exportaciones netas de un país son la diferencia entre el valor de sus exportaciones e importaciones. Si las exportaciones netas son positivas, las exportaciones son mayores que las importaciones, lo cual indica que el país vende más bienes y servicios en el extranjero de los que compra a otros países (Principios de Economía, 2009).

Arancel: El arancel o derecho de aduana es un impuesto indirecto que se aplica a las importaciones procedentes de terceros países. Surgió con el mercantilismo con fines recaudadores y de control de las mercancías que se importaban (Diccionario de las Relaciones Internacionales y Política Exterior, 2008).

2.3. MARCO REFERENCIAL

En la Universidad de Guayaquil se elaboró el tema “Desarrollo de red Clúster de la cadena de exportación de Pitahaya”, de los estudiantes Ureta Macías Jennifer Vitonera Figueroa Génesis en el año 2018.

En el resumen del trabajo anterior, se menciona que tiene como objetivo principal investigar el desarrollo de una red clúster en la provincia del Guayas, donde se ha evidenciado que los agricultores no tienen información sobre este tipo de agrupaciones, y en la cual tiene factores de similitud con la presente por cuanto van a utilizar varios proveedores y suministros para inicio de la operación del negocio.

En la Universidad de Guayaquil se elaboró el tema “Exportación de la pitahaya producida en el cantón Palora de la provincia de Morona Santiago hacia mercados internacionales”, de los autores Cevallos Pico Stalin y Yu Andrade Maylen en el año 2016.

En el resumen del trabajo se menciona la exportación de la pitahaya producida en el cantón Palora de la Provincia de Morona Santiago hacia mercados internacionales, en donde se exponen los diversos factores de la exportación de esta fruta no tradicional y en la que tiene similitud con el trabajo del suscrito a diferencia que la fruta se sembrará y cosechará en la provincia de Manabí.

En la Universidad Estatal Península de Santa Elena se desarrolló la tesis con el tema “Estudio de factibilidad financiera para la producción de pitahaya de exportación en la comuna Julio Moreno de la provincia de Santa Elena” de la autora Muñoz Suquilanda Narda Tamara en el año 2018.

En la tesis realizaron el estudio de factibilidad financiera para la producción de pitahaya roja con el fin de determinar la rentabilidad de la producción y exportación en la

comuna Julio Moreno, provincia Santa Elena, siendo necesario realizar un estudio de mercado que permita identificar los canales de comercialización que garanticen la compra de la fruta con calidad para su exportación; en forma paralela a través del análisis de índices económicos financieros, establecer su viabilidad la que tiene mucha relación con el desarrollo del presente documento por cuanto se determinara los costos para la implementación de la empresa exportadora.

En la Universidad Cesar Vallejo de Perú se desarrolló la tesis” Oportunidades de exportación de pitahaya de Chachapoyas al mercado chino” de la autora Bajonero Rengifo Angie Giovanna en el año 2015.

En la elaboración de la tesis se menciona las oportunidades de exportación de pitahaya al mercado chino, identificados con variables de oferta y demanda mediante cuadros estadísticos. El tema de la tesis en mención guarda relación con la presente por cuanto se busca expandir nuevos mercados internacionales para exportación de la fruta, y poder cubrir la demanda existente.

En la Universidad de Guayaquil se desarrolló la tesis con el tema “Plan estratégico para incentivar las exportaciones de pitahaya a la Unión Europea a partir del periodo 2017-2020” de la autora Cabrera Henríquez Vianka Carolina en el año 2017.

La tesis en mención resume su trabajo en que la pitahaya es una fruta con muchas bondades y beneficios para la salud por cuanto es muy apetecible en el extranjero, siendo Alemania uno de los países de destino para su exportación. Se relaciona con la tesis del suscrito, en vista que el mercado europeo es un potencial consumidor, para lo cual la fruta a ser exportada deberá cumplir con todos los estándares de calidad que solicite el bloque europeo para su distribución y posterior consumo.

En la Universidad Laica Vicente Rocafuerte se elaboró la tesis con el tema “Estudio de factibilidad para la exportación de mermelada de pitahaya endulzado con stevia al mercado italiano” de la autora Méndez Holguín Jesica en el año 2017. El anterior tema de tesis se menciona un estudio de factibilidad para la exportación de mermelada de pitahaya. El país ha realizado la exportación de pitahaya en pulpa congelada y en la fruta como tal, para lo cual se busca otra alternativa de consumo con la preparación de la mermelada como producto final para su consumo. Si bien es cierto que lo tradicional es la pitahaya como fruta, el tema de este trabajo con el del suscrito es el producto que se envía: el primero en mermelada y el segundo la fruta, siendo la materia prima principal la pitahaya.

En la Universidad de Guayaquil se elaboró la tesis con el tema” Exportación de pitahaya fresca hacia el mercado español en el periodo 2010- 2015” de la autora Veliz Negrete Sonia en el año 2016. El resumen de la tesis elaborada nos comenta sobre resaltar las ventajas comerciales y propicias de Ecuador para exportar la fruta tropical pitahaya hacia el mercado de España y en el cual tiene relación con el presente trabajo por cuanto el primer destino en Europa para la exportación es el país ibérico, siendo el idioma y la historia factores que nos unen para llevar el emprendimiento en marcha.

2.4. VARIABLES

2.4.1. VARIABLES INDEPENDIENTE

Llamamos costos de inversión a los gastos que se incurren para el inicio de cualquier actividad comercial y que en su mayoría son para la compra de activos fijos que componen la empresa y que servirán para el proceso productivo. Es el costo de un bien, que constituye el conjunto de esfuerzos y recursos realizados con el fin de producir algo, la inversión está representada en: tiempo, esfuerzos o sacrificio, y recursos o capitales (SoloContabilidad, 2019).

2.4.2 VARIABLES DEPENDIENTE

La factibilidad financiera del proyecto brindará información con respecto a que la totalidad de la inversión realizada será recuperada en un tiempo pronosticado, organizando cronológicamente todos los ingresos y egresos sumando la ganancia que se llegue a generar en el emprendimiento que se ejecute.

Un proyecto de financiación/inversión es factible económicamente cuando la rentabilidad de los activos, medida por la TIR, es superior o igual al coste del pasivo asociado, lo que es lo mismo cuando su VAN es positivo. En resumen, cuando permite dotar a reservas, o lo que es lo mismo cuando los accionistas obtienen con el proyecto una súper rentabilidad (Dirección Financiera: Inversión, 2017).

2.5. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

2.5.1. Variable Independiente: Costos de Inversión

Tabla 1
Costos de Inversión

Conceptualización	Categoría	Indicadores	Ítem	Técnicas
Son todos los costos invertidos en la compra, fabricación y comercialización de un producto que está destinado a la venta, estos son toda la suma de costos de producción) materia prima, mano de obra, servicios, CIF, administración y ventas) y están representados en la cuenta de inventario terminado y en el estado de pérdidas y ganancias según el sistema de costos. (Soto, 2011, pág. 26)	Estudio de Mercado	Porcentaje en la participación de Mercado.	¿Conoce la cantidad de exportadores de la fruta en el Ecuador?	Entrevista a gerentes de empresas exportadoras
	Estudio Técnico	Costos del proyecto.	¿Cuál será el costo aproximado para la creación de la empresa exportador?	Entrevista a agricultores de haciendas Encuesta online a comunidad de Madrid FODA

2.5.2. Variable Dependiente: Factibilidad Financiera

Tabla 2
Factibilidad financiera

Conceptualización	Categoría	Indicadores	Ítem	Técnicas
El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación. (Gestiopolis, 2005)	Estudio financiero	TIR, VAN Número de personal capacitado.	¿Cuál van a ser las fuentes de financiamiento del proyecto? Cuál es la rentabilidad financiera a 3 años de la empresa exportadora ¿Cuál es la cantidad de personal a necesitar para iniciar la empresa? ¿Cuáles son los tipos de permisos para la creación de la empresa?	Entrevista a exportador
	Estudio organizacional	Número de personal requerido.		

CAPITULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. PLAN DE INVESTIGACIÓN

Los diseños de investigación ayudan a desarrollar el proceso de realizar y controlar un proyecto de investigación. La información que se logre recopilar y analizar tiene que tener coherencia y relación con lo que se persigue y desea investigar en el proyecto. Un diseño de investigación orientado a la elaboración de un proyecto tiene que ser un plan sistemático, lo cual implica el uso de recursos monetarios, humanos, intelectuales, tiempo y que aplicados de forma ordenada aseguran la información con los resultados que se desea obtener.

3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Investigación descriptiva: La investigación descriptiva se guía por las preguntas de investigación que se formula el investigador; cuando se plantea hipótesis en los estudios descriptivos, estas se formulan a nivel descriptivo y se prueban dichas hipótesis. Se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental (Metodología de la Investigación para administración, economía y ciencias sociales, 2006).

Investigación exploratoria: Se presenta mediante la manipulación de una variable experimental no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o por que causa se produce o una situación o acontecimiento particular. Un experimento es una pregunta a la naturaleza. (Metodología de la Investigación, 2014, pág. 14).

Investigación científica: “Se define la investigación científica como una actividad encaminada a la solución de problemas. Su objetivo consiste en hallar respuestas a preguntas

mediante el empleo de procesos científicos” (Metodología de la Investigación, 2014, pág. 14).

3.3. FUENTES DE INVESTIGACIÓN

Fuente Primaria: constituyen el objetivo de la búsqueda bibliográfica y proporcionan datos de primera mano, directamente del autor. Ejemplos de estas son: libros, antologías, artículos de publicaciones periódicas, monografías, tesis y disertaciones, documentos oficiales, trabajos presentados en conferencias o seminarios, testimonios de expertos, documentales, etc. (Introducción a la metodología de investigación científica, 2006).

Es la información que recibimos de primer mano y puede ser esta de algunas fuentes de confiabilidad, para tal efecto se debe estar seguro de lo que se recibe y transcribe.

Fuente Secundaria: proporciona información ya recogida y elaborada previamente (estadísticas, libros, revistas, estudios anteriores). En ocasiones este tipo de fuentes proporciona la información necesaria para la realización del estudio y, por tanto, son innecesarias las etapas cuarta y quinta del proceso metodológico (Investigación y técnicas de mercado, 2004).

La información secundaria ayuda y corrobora los datos que aportó la fuente primaria para efectos de algún tipo de investigación que se esté llevando a cabo y se necesite reforzar la misma.

3.4. POBLACIÓN

Población o universo, se puede definir como un conjunto de unidades o ítems que comparten algunas notas o peculiaridades que se desean estudiar. Esta información puede darse en medias o datos porcentuales. La población en una investigación estadística se define

arbitrariamente en función de sus propiedades particulares (Técnicas Estadísticas de Investigación Social, 2001).

Según el Instituto Nacional de Estadísticas indican que la población económicamente activa (PEA) de Madrid – España es de:

Tabla 3
PEA de España

Población	Cantidad
Pea Madrid	5,335.800
Total	5,335.800

Adaptado de Instituto Nacional de Estadística (2021)

3.5. TAMAÑO DE MUESTRA

Una muestra es una parte o subconjunto de la población en el que se observa el fenómeno a estudiar y de donde sacaremos unas conclusiones generalizables a toda la población. En general se considera que una muestra es grande cuando el número de individuos seleccionados es igual o superior a 30 y una muestra es pequeña cuando los individuos son menores de 30 (Fundamentos de Bioestadística y análisis, 2009).

El muestreo aleatorio, probalístico o muestreo al azar, parte de una igualdad absoluta de todos los elementos de la población para ser seleccionados, de manera que conocemos la probabilidad que tiene un elemento de ser incluido en la muestra. Así los resultados obtenidos en esta muestra serán estadísticamente inferidles de toda la población, siempre que el tamaño sea el adecuado y en función del nivel de confianza que hayamos establecido previamente (Fundamentos de Bioestadística y análisis de datos de enfermería, 2009).

Aplicación de la fórmula

$$N = \frac{Z^2 * P * Q}{E^2}$$

Para la investigación se utilizó una muestra infinita dando a todos los involucrados tener la misma oportunidad de ser escogidos y así poder obtener la mayor información posible sobre el estudio. Cada elemento de la fórmula se representa mediante la siguiente simbología.

Tabla 4
Simbología

Población	5,335.800
Nivel de confianza	95%
Probabilidad que ocurra el evento	50 %
Probabilidad de que el evento no ocurra	50 %
Margen de error	5 %

Y en donde en el desarrollo de la formula nos dió como resultado lo siguiente:

$$n = \frac{1,96 + 0,5 + 0,5}{0,05} \quad n = \frac{0,9604}{0,0025} \quad n = 383$$

3.6. DELIMITACIÓN DE LA MUESTRA

La muestra se delimita al grupo de agricultores, potenciales consumidores de la fruta y gerentes de empresa exportadora, los cuales son parte del estudio de mercado efectuado para el presente trabajo.

La muestra involucro a 383 personas, de lo cual se realizó la entrevista a dos expertos de empresa exportadora de pitahaya, se realizó 10 preguntas de entrevista con agricultores del producto y 371 encuestas online a personas de la comunidad de Madrid.

Tabla 5
Delimitación de muestra

Elementos	Cantidad
Comunidad Madrid	371
Agricultores	10
Expertos	2
Total	383

3.7. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

El método descriptivo se aplicó en la elaboración del presente trabajo por cuanto permite evaluar las características de una población en particular, permitiendo delimitar el problema, la construcción de los instrumentos y los registros de datos.

El método exploratorio también fue incluido en este trabajo ya que permite el acercamiento al problema y lo que queremos estudiar y saber acerca del mismo. Este método garantiza una visión general del problema.

3.8. TÉCNICAS

La técnica de la entrevista utilizada en el presente trabajo fue de información relevante con respecto a la expectativa generada de como iniciar el emprendimiento de la empresa exportadora

La entrevista efectuada a los agricultores permitió tener una idea clara en lo que concierne a la siembra del fruto, cosecha, tiempos, calendarios, logística que se utiliza con la pitahaya en terreno.

El FODA identifica las fortalezas y oportunidades, las que deben ser aprovechadas en pro de la gestión del emprendimiento a desarrollar; así mismo las debilidades y amenazas también son de importancia para tomar las acciones y previsiones a fin de evitar toma de decisiones inequívocas que afecten el arranque del negocio.

Tabla 6
Técnicas de Investigación

Técnicas	Herramientas
Encuesta	Cuestionario
FODA	Matriz
Entrevista	Formulario

3.9. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

El formulario de entrevista formulado con diez preguntas dirigidas al grupo de agricultores, fueron estructuradas y diseñadas para un fácil entendimiento y respuesta a elección por parte del entrevistado, buscando no afectar sus intereses personales y de trabajo. Esta entrevista se llevó a cabo en dos haciendas ubicadas en la provincia de Manabí y son de carácter anónimo con la discreción que amerita el tema, siendo utilizada la información para fines académicos.

La entrevista voluntaria realizada a la comunidad de agricultores en las haciendas visitadas, brindó información relevante con respecto a factores como rentabilidad, ganancia, vías de acceso, medio ambiente, atención por parte de autoridades y oportunidades de desarrollo agrícola, dado que este sector en muchos de los casos no es atendido y poco reconocido en nuestra sociedad.

La entrevista efectuada al empresario exportador, fue agendada con 20 días de anticipación, misma que se diseñó con diez preguntas objetivas, orientadas a obtener toda la información relevante en temas financieros, de mercado, estadísticos, potenciales clientes, factores de gobierno, que permitan tener una idea clara para la puesta en marcha del proyecto de creación de la empresa exportadora. La entrevista realizada al Gerente de la empresa exportadora aportó con datos importantes en función de la actividad comercial en base a su experiencia profesional y empresarial.

La matriz FODA permite bajo un esquema de fácil razonamiento del proyecto en desarrollo, identificar oportunidades y fortalezas en la organización y trabajar en ellas buscando la mejora continua en los procesos que la componen; así mismo las debilidades y amenazas son de mucha importancia por cuanto permitirá poner en práctica estrategias y planes aplicados a minimizar algún impacto negativo que pueda afectar a la empresa en temas de imagen, comercial y financiero.

CAPITULO IV

4. FORMULACIÓN DEL PROYECTO

4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

De acuerdo a las técnicas que se emplearon en el presente trabajo, se efectúa a continuación los siguientes análisis y resultados:

4.1.1 ENTREVISTA A GERENTES DE EXPORTADORA

En el presente instrumento de recolección se elaboró en un formato de entrevista en el cual consta con preguntas técnicas a ser formuladas a los gerentes de empresas exportadoras ya que servirá como información relevante para el aporte del desarrollo del presente proyecto. **(Ver apéndice A)**

Análisis de entrevista de gerente exportadora

La entrevista fue realizada a dos gerentes quienes son propietarios de empresas exportadoras de pitahayas, dicha información aportó contenido relevante en función de factores, comerciales, administrativos y financieros, lo que permitió obtener datos con respecto a la pre factibilidad del proyecto; manifestando que uno de los factores más importantes y que inciden en cualquier inicio de un proyecto es la financiación de la empresa, ya que contempla valores económicos importantes al empezar un emprendimiento, debiendo ser justificados siempre para no alterar lo planificado en el estudio financiero; en el caso de la comercialización a nivel internacional, la difusión con marketing digital del producto abrirá muchos mercados potenciales de consumidores debido a los beneficios que aporta el producto en la salud. Por otro lado también manifiestan que las proyecciones de venta de la pitahaya aseguran un creciente aumento en las exportaciones a nivel internacional, lo que garantiza créditos financieros para dichas empresas.

4.1.2 ENTREVISTA A AGRICULTORES

En el presente estudio, se formuló un instrumento de entrevista el cual fue dirigido al grupo de agricultores con interrogantes sencillas y de fácil contestación de carácter confidencial y con fines académicos para la investigación del presente estudio.

Formulación de preguntas a agricultores

1.- ¿Cree usted que las tierras son fértiles para sembrar la pitahaya?

Tabla 7
Formulación de la pregunta 1

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	8	80%
No	2	20%
Otro	0	0%
TOTAL	10	100%

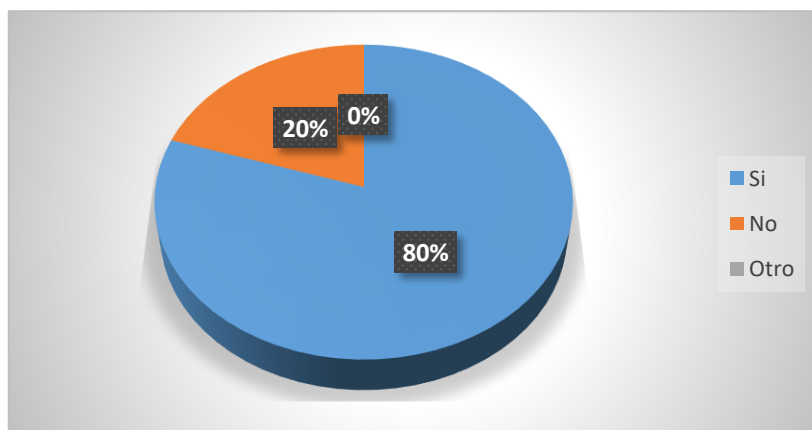


Gráfico 1 Tierras fértiles para siembra

Interpretación

De acuerdo a lo establecido en el cuestionario con respecto a la primera pregunta, los encuestados manifestaron que un 80% de los mismos afirman que las tierras si servirán para sembrar el fruto, son fértiles; mientras que un 20% considera que la misma no garantiza una buena cosecha.

2.- ¿Cuenta con las herramientas necesarias para sembrar el fruto?

Tabla 8
Formulación de la pregunta 2

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	8	80%
No	2	20%
Otro	0	0%
TOTAL	10	100%

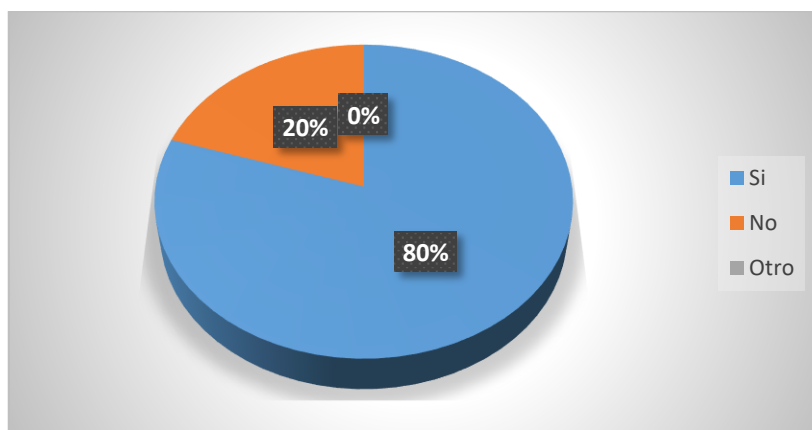


Gráfico 2 Herramientas para sembrar

Interpretación

De acuerdo a lo establecido en el cuestionario con respecto a la segunda pregunta, los encuestados manifestaron que en un 80% de los mismos afirman contar con las herramientas necesarias para sembrar el fruto, mientras que un 20% indican que las herramientas que poseen se encuentran en mal estado.

3.- ¿Los insumos agrícolas son los adecuados para la siembra del producto?

Tabla 9
Formulación de la pregunta 3

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	10	100%
No	0	0%
Otro	0	0%
TOTAL	10	100%

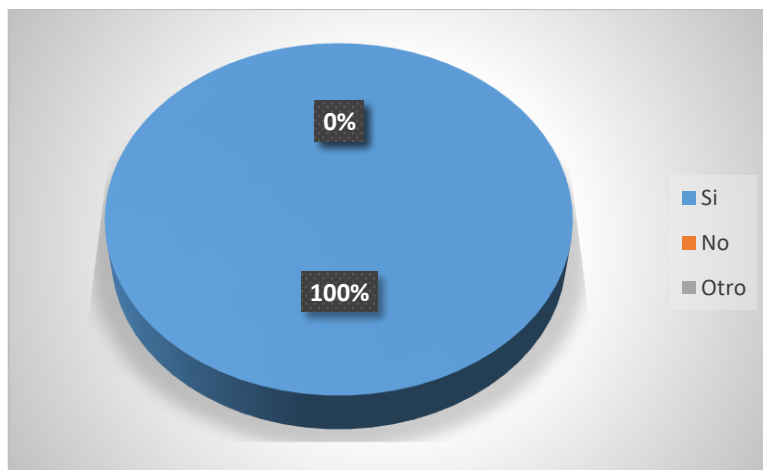


Gráfico 3 Insumos agrícolas

Interpretación

De acuerdo a lo establecido en el cuestionario con respecto a la tercera pregunta, los encuestados manifestaron que todos utilizar insumos agrícolas de buena calidad, lo que garantiza una buena cosecha del fruto y que no exista una merma considerable en el proceso de recolección.

4.- ¿El clima incide en la siembra del producto?

Tabla 10
Formulación de la pregunta 4

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	9	90%
No	1	10%
Otro	0	0%
TOTAL	10	100%

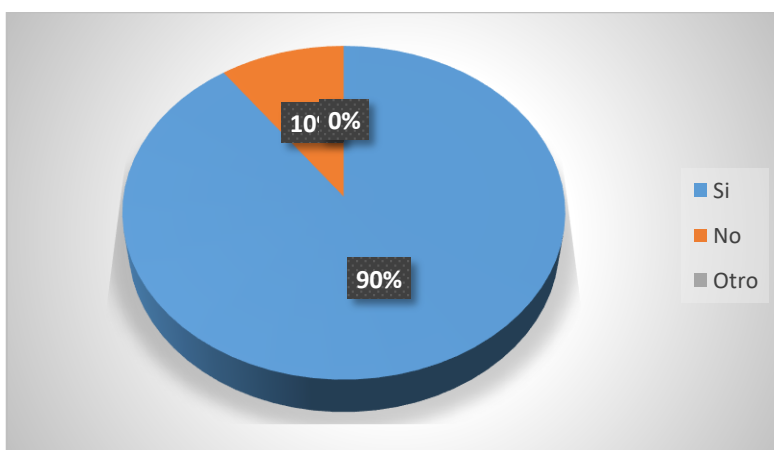


Gráfico 4 Clima incide en siembra

Interpretación

De acuerdo a lo establecido en el cuestionario con respecto a la cuarta pregunta, los encuestados manifestaron que un 90% existe un buen clima ayuda que los tiempos de cosecha, el fruto no resulte afectado mientras que el 10% de los mismos no considera que el clima incida en la germinación del fruto.

5.- ¿Las vías de acceso o carreteras se encuentran en buen estado?

Tabla 11
Formulación de la pregunta 5

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	7	70%
No	3	30%
Otro	0	0%
TOTAL	10	100%

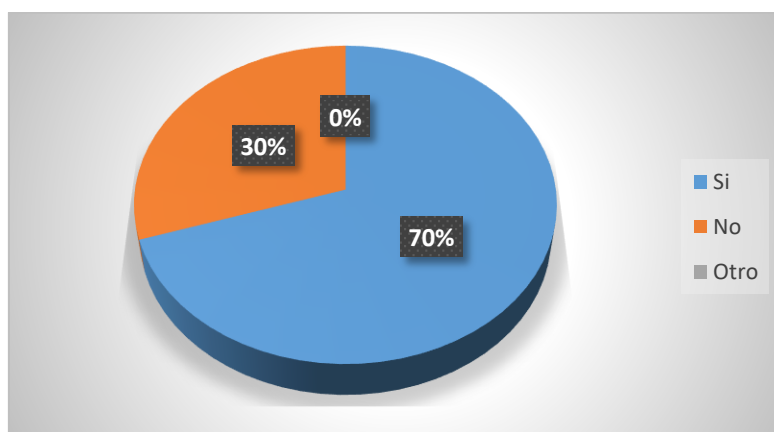


Gráfico 5 Vías de acceso y carreteras

Interpretación

De acuerdo a lo establecido en el cuestionario con respecto a la quinta pregunta, los encuestados manifestaron en un 70% que las vías de acceso se encuentran en buen estado con los últimos arreglos efectuados por parte del gobierno mientras que un 30% afirman que los caminos aun no garantizan una viabilidad segura al transitar.

6. ¿El margen de ganancia es rentable de acuerdo a la inversión realizada?

Tabla 12
Formulación de la pregunta 6

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	6	60%
No	4	40%
Otro	0	0%
TOTAL	10	100%

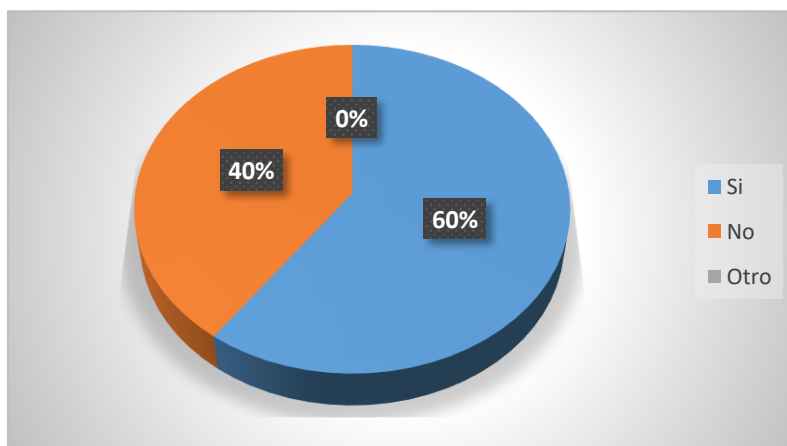


Gráfico 6 Margen de ganancias

Interpretación

De acuerdo a lo establecido en el cuestionario con respecto a la sexta pregunta, los encuestados manifestaron que en un 60%, la ganancia es rentable de acuerdo a lo invertido, mientras que el 40% de los mismos afirman que no alcanzan las ganancias proyectadas de acuerdo a la inversión realizada.

7.- ¿Cuentan con ríos, pozos, vertientes de agua en caso de escasez de lluvias?

Tabla 13
Formulación de la pregunta 7

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	7	70%
No	3	30%
Otro	0	0%
TOTAL	10	100%

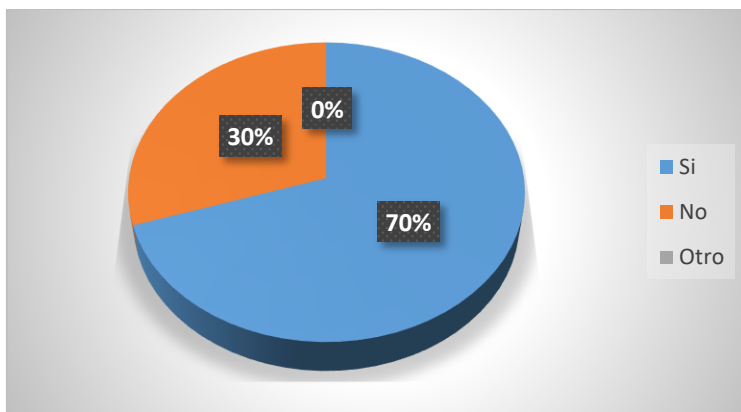


Gráfico 7. Se cuentan con ríos, pozos y vertientes de agua

Interpretación

De acuerdo a lo establecido en el cuestionario con respecto a la séptima pregunta, los encuestados manifestaron en un 70% que cercano a la hacienda, existe la posibilidad de acceso al agua natural, mientras que el 30% comentan que se encuentran distantes las vertientes de los ríos.

8.- ¿Cuentan con una asociación que respalden a los productores de pitahaya?

Tabla 14
Formulación de la pregunta 8

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	9	90%
No	1	10%
Otro	0	0%
TOTAL	10	100%

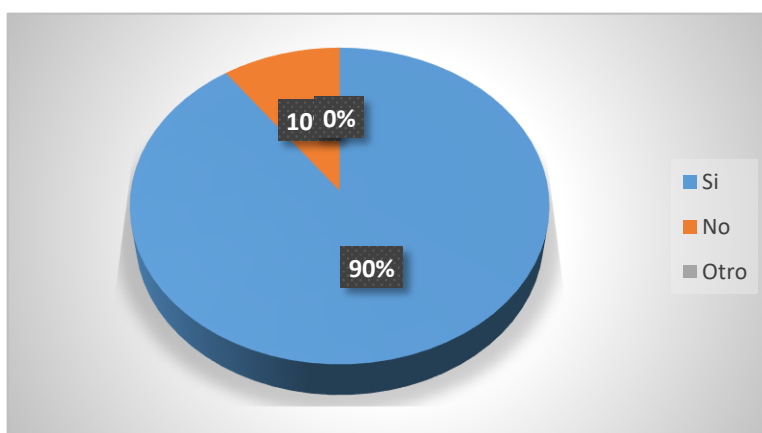


Gráfico 8 Cuentan con asociación de pitahaya

Interpretación

De acuerdo a lo establecido en el cuestionario con respecto a la octava pregunta, los encuestados manifestaron en un 90% estar vinculados a una asociación productora de la fruta, mientras que el 10% comentan trabajar de forma independiente.

9.- ¿Han recibido asesoría o capacitación técnica por parte del personal del MAGAP?

Tabla 15
Formulación de la pregunta 9

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	8	80%
No	2	20%
Otro	0	0%
TOTAL	10	100%

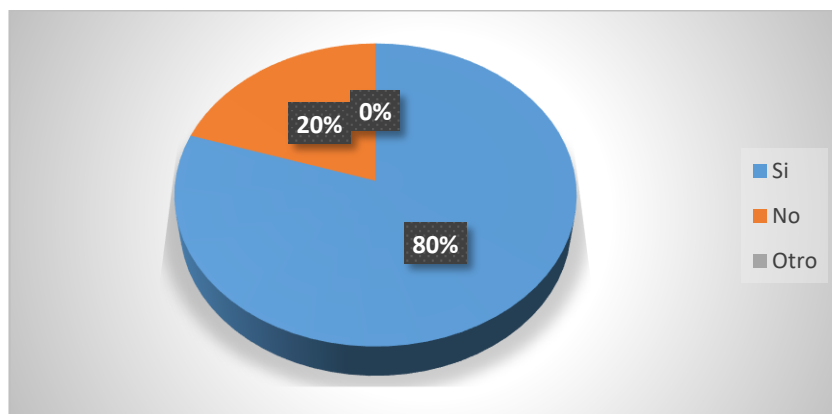


Gráfico 9 Asistencia o capacitación técnica

Interpretación

De acuerdo a lo establecido en el cuestionario con respecto a la novena pregunta, los encuestados manifestaron en un 80% haber recibido asesoramiento técnico por parte del personal del MAGAP; mientras que el 20% comenta no haber sido visitados.

10.- ¿El precio que se paga por la fruta por parte del exportador es el justo y cubre con los costos de producción?

Tabla 16
Formulación de la pregunta 10

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	7	70%
No	3	30%
Otro	0	0%
TOTAL	10	100%

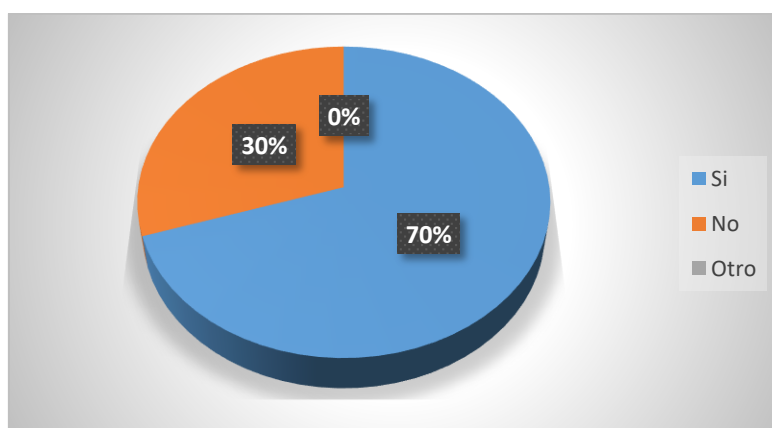


Gráfico 10 Precio pagado por el exportador

Interpretación

De acuerdo a lo establecido en el cuestionario con respecto a la última pregunta, los encuestados manifestaron en un 70% que el precio pagado por exportador de la pitahaya es el justo; mientras que el 30% comenta que no se encuentran de acuerdo y que no se respeta los precios que han sido estipulados.

Análisis de entrevista a agricultores

La encuesta efectuada a los agricultores, evidencia que la cosecha de la pitahaya se encuentra en auge y resulta un buen momento para la producción a una mayor escala, dado que es una fruta virgen a nivel local y que posee con un potencial para la exportación a otros mercados como el de EUA, europeos y asiáticos.

El Ecuador promueve diálogos de negocio con China y otros países árabes, donde es muy codiciada y apetecida la pitahaya por ser considerada como afrodisiaca, por su calidad y diferentes propiedades para la salud de las personas que la consume. Es importante que el ministerio de agricultura incentive y a la vez promueva programas de agro, la cosecha de la pitahaya y de esta manera brinde un respaldo necesario para que se respeten las tarifas de los precios establecidos entre productor y exportador.

Encuesta online efectuada a habitantes de la comunidad de Madrid

La encuesta se efectuó vía online a 371 personas donde es la muestra de la población que se determinó para el proyecto de prefactibilidad y que aportó información importante para el estudio de mercado las cuales fueron respondidas satisfactoriamente a las preguntas previas establecidas en el cuestionario.

11.- ¿Conoce Ud. de la fruta pitahaya y sus beneficios?

Tabla 16
Formulación de la pregunta 11

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	76	70%
No	291	30%
Otro	4	0%
TOTAL	371	100%

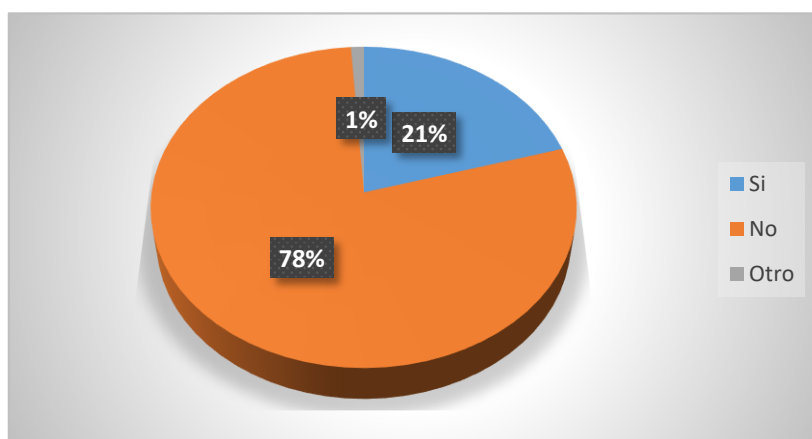


Gráfico 11 Conoce de la pitahaya y sus beneficios

Interpretación

De acuerdo a lo establecido en el cuestionario con respecto a la primera pregunta, los encuestados manifestaron en un 78% que no conocen la fruta; mientras que el 21% comentan conocer el fruto y el 1% dicen saber algo, pero es incierto.

12.- ¿Sabía Ud. que la pitahaya tiene propiedades antioxidantes y anticancerígenas?

Tabla 17
Formulación de la pregunta 12

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	76	70%
No	291	30%
Otro	4	0%
TOTAL	371	100%

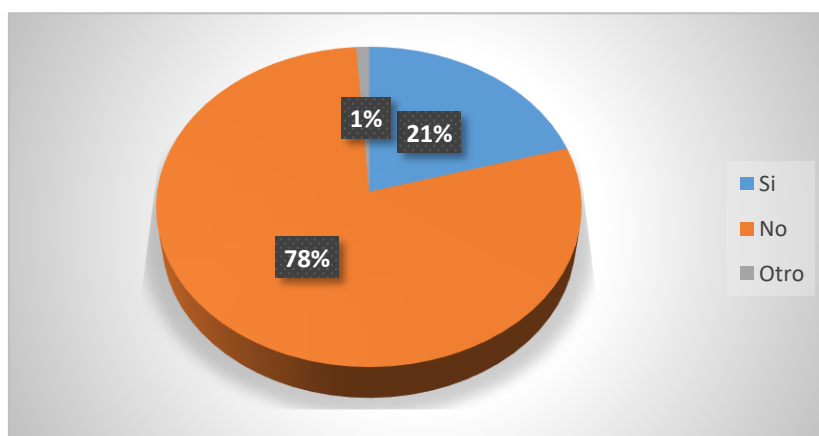


Gráfico 12 Conoce de propiedades oxidantes

Interpretación

De acuerdo a lo establecido en el cuestionario con respecto a la segunda pregunta, los encuestados manifestaron en un 76% que no conocen sobre las propiedades de salud del fruto, el 22% afirman si tener conocimiento y la consumen y tan solo el 2% dice que estas propiedades son similares a otras frutas que suelen consumir.

13.- ¿Conoce el costo del kilo de la pitahaya?

Tabla 18
Formulación de la pregunta 13

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	95	26%
No	272	73%
Otro	4	1%
TOTAL	371	100%

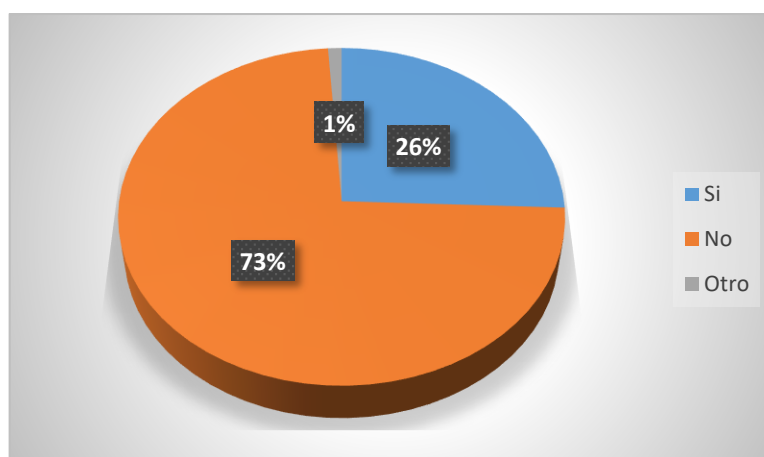


Gráfico 13 Conoce el costo de kilo de pitahaya

Interpretación

De acuerdo a lo establecido en el cuestionario con respecto a la tercera pregunta, los encuestados manifestaron en un 73% que no saben el costo del kilo de la pitahaya, mientras que el 26% comentan saber cuál es el costo ya que la consumen y tan solo el 1% afirman que las frutas exóticas como la pitahaya tienen un costo alto.

14.- ¿Conoce Ud. de donde es originaria la pitahaya?

Tabla 19
Formulación de la pregunta 14

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	73	20%
No	291	78%
Otro	8	2%
TOTAL	371	100%

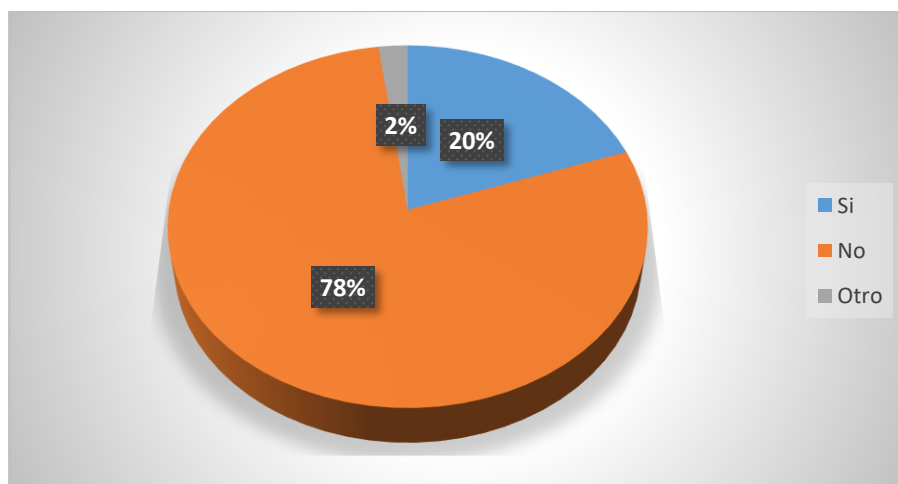


Gráfico 14 Conoce de donde es originaria la pitahaya

Interpretación

De acuerdo a lo establecido en el cuestionario con respecto a la cuarta pregunta, los encuestados manifestaron en un 78% no conocer de donde es originaria la fruta, el 20% comenta saber dónde se cultiva y tan solo el 2% dice tener una vaga idea de lo consultado, pero nada en concreto.

15.- ¿Conoce Ud. que la pitahaya puede ser consumida por cualquier persona sin importar la edad?

Tabla 20
Formulación de la pregunta 15

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	68	18%
No	294	79%
Otro	9	3%
TOTAL	371	100%

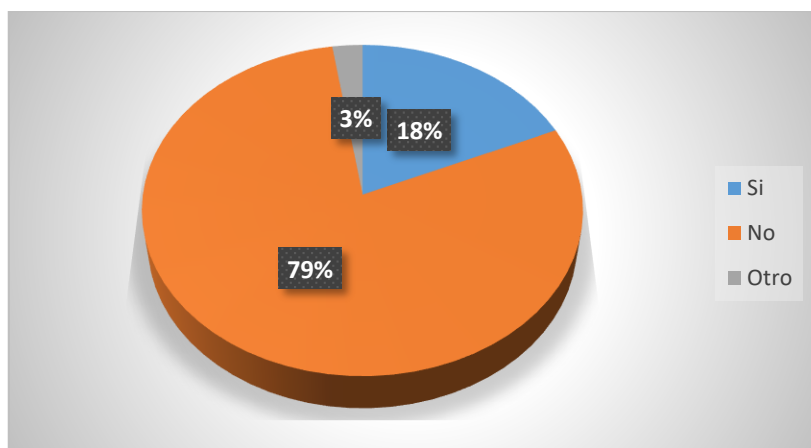


Gráfico 15 Ingesta de pitahaya

Interpretación

De acuerdo a lo establecido en el cuestionario con respecto a la quinta pregunta, los encuestados manifestaron en un 79% no conocer quién y cómo consumir la fruta, mientras que el 18% de los mismos saben cómo y quién puede consumir la fruta y tan solo el 3% comentan que todas las frutas existentes son para el consumo de las personas.

16.- ¿Conoce Ud. donde se comercializa la pitahaya?

Tabla 21
Formulación de la pregunta 16

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	122	65%
No	240	33%
Otro	9	2%
TOTAL	371	100%

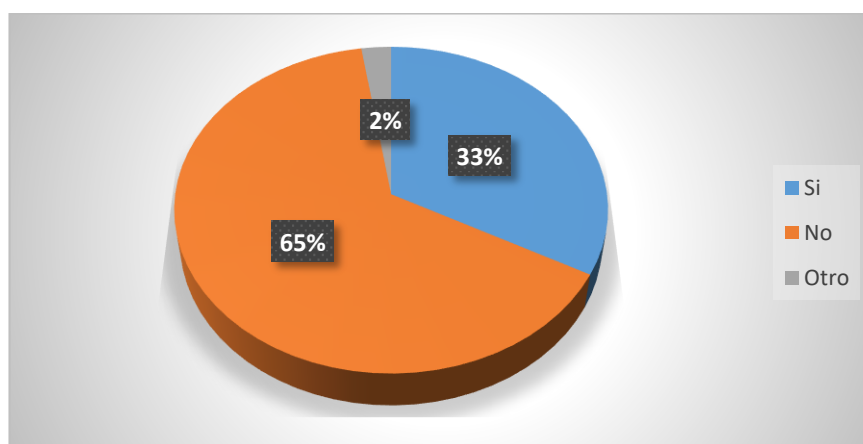


Gráfico 16 Donde se comercializa la pitahaya

Interpretación

De acuerdo a lo establecido en el cuestionario con respecto a la sexta pregunta, los encuestados manifestaron en un 65% no conocer dónde comprar la fruta, mientras que el 33% comentan saber dónde adquirirla y tan solo el 2% indican que se las regalan.

Análisis de encuesta online

En las preguntas establecidas vía online, se determinó el potencial mercado que representa la comunidad de Madrid por lo que un gran porcentaje de encuestados manifestaron no conocer la pitahaya, haciendo importante la información para el emprendimiento a iniciar ya que con las proyecciones de venta a futuro se estima que se concreten futuros compradores, además es importante mencionar que la fruta se comercializará en las grandes cadenas de los supermercados lo que permitirá que sus ventas sean mayores y puedan ser adquiridas por cualquier persona. Por otro lado, al ser considerada una fruta exótica, los precios por kilo son elevados en Europa, asegurando el retorno de la inversión a mediano plazo con la rentabilidad financiera.

4.2. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado permite investigar la oferta y la demanda de un producto o servicio en específico, brindando información sobre; gustos, preferencias, necesidades de los consumidores y que para poner en marcha un emprendimiento o negocio sirva como información de primera para evitar una posible quiebra a futuro o malas toma de decisiones de forma empírica; así mismo se brindará la información de la competencia directa o indirecta, target de consumidores, los tipos de mercado, el nivel de ingresos y otros factores que forman parte del componente del estudio de mercado.

En consecuencia, es el escenario donde los compradores y los vendedores entran en contacto para poder comercializar un bien o un servicio en el mercado, por ende estos determinan en el mercado, la cantidad de bienes y servicios que se producen y que se venden, así como el precio, lo anterior conforman un tipo de mercado concreto el cual es llamado mercado competitivo, que es aquel mercado donde hay suficientes compradores y vendedores de un mismo bien (Pérez, 2014).

4.2.1 MICROAMBIENTE

Los factores de micro ambiente que tienen relación con la actividad comercial de la empresa deben ser manejados de manera ética, profesional y organizada por parte de la Gerencia General de la empresa, especialmente lo que corresponde a los proveedores ya que son los que se tendrá una relación constante y dinámica con los futuros clientes a donde se comercializará el producto o servicio final.

4.2.2 MACROAMBIENTE

La empresa exportadora tiene que estar preparada para poder afrontar todos los posibles entornos que comprendan al macro ambiente, los que afectaran directamente a las decisiones tanto administrativos, como financieras y a su vez, comerciales de la empresa ya que será importante considerar estrategias que reduzcan el posible impacto y las afectaciones negativas que podría conllevar a que los diversos directivos tomen decisiones importantes en función de mejorar el nivel de la empresa en dicho momento.

4.2.3 OFERTA

Es de importancia recalcar que Países como Colombia, México, Nicaragua, Costa Rica, Israel, Guatemala, y Ecuador se encuentran entre los países que producen y ofertan la pitahaya y que cubren la demanda requerida a nivel mundial. En el caso de Sudamérica, el País cafetero tiene el volumen de oferta más alto y ha sido el único proveedor hasta 1998, año

en que Israel introdujo la fruta al mercado internacional, mediante el cual el País del norte actualmente cubre el mercado chino con un 16% aproximado de las exportaciones.

En lo que respecta al Ecuador tenemos en el cantón de Palora en Morona Santiago alrededor de 672 productores tienen sembradas 1528 HA de las cuales, 664 se encuentran en producción y es la mayor oferta de la pitahaya; mientras que en Pastaza, Santa Elena, El Oro y Cañar el MAG también promueve el cultivo. Por lo tanto, los productores esperan que, con la ayuda del Gobierno, se aperturen nuevos mercados como Brasil, China y Perú, puesto que los actuales se están saturando (Economía, 2019).

4.2.4 DEMANDA

En el año 2021 en el Ecuador, se exportaron 17.895 toneladas de pitahaya en 5.975 envíos que fueron certificados por la Agencia de Regulación y Control Fito, Zoosanitario y Agrocalidad, lo que significa un aumento del 60% en relación con el año anterior, año en el que se envió 11.260 toneladas.

Hasta el 31 de diciembre de 2021, se encuentran registrados 2.051 sitios de producción de pitahaya para exportación ante la Agencia, los cuales están ubicados en 21 provincias del territorio ecuatoriano determinando que Morona Santiago cuenta con el 65% de los sitios de producción registrados a nivel nacional, seguido de Manabí con un 8% y Pichincha con un 5,5%.

Estos sitios de producción son monitoreados para evitar la presencia de moscas de la fruta que forman parte del Plan de Trabajo Operacional el cual es firmado entre Ecuador y Estados Unidos, mismo que también les exige que toda fruta que se exporte a su país desde el nuestro sea procesada dentro de los diferentes centros de acopio registrados y aprobados como estructuras de exclusión de plagas.

De esta forma, la Agencia cuenta con 167 centros de acopio que reúnen las condiciones antes descritas, los cuales son distribuidos en 9 provincias de la siguiente manera:

- Santo Domingo de los Tsáchilas: 2
- Pastaza: 2
- Cotopaxi: 3
- Tungurahua: 4
- Los Ríos: 7
- Manabí: 12
- Guayas: 15
- Pichincha: 42
- Morona Santiago: 80

Las inspecciones fitosanitarias fueron realizadas en los diferente centros de acopio de las 9 provincias por 21 inspectores fitosanitarios quienes son los encargados de verificar que la fruta cumpla las condiciones fitosanitarias exigidas por los países importadores, previo a la emisiones de los Certificados Fitosanitarios de Exportación.

Agrocalidad en la actualidad continúa con el desempeño técnico para establecer áreas libres y de baja prevalencia de mosca de la fruta, que facultan el ingreso de fruta ecuatoriana a diferentes mercados (Agrocalidad, 2021).

4.2.5 DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha responde a aquella demanda dada cuando los productos o servicios disponibles no son los suficientes ni satisfacen la demanda de los destinatarios. En este caso, las empresas deben lograr el desarrollo de un nuevo producto para mejorar uno ya existente para satisfacer la demanda. (Marketing Sectorial, 2014)

La secretaria de comercio exterior de España, en cifras menciona que el país Ibérico ha importado 135,580.70 toneladas en alimentación desde el Ecuador durante el año 2021. En lo que concierne a la exportación de la pitahaya en lo que va hasta marzo del 2022 son 102,929 TN al país de Iberia, siendo nuestra demanda insatisfecha para este proyecto 32,651.70 de TN a exportar.

4.2.6 PRODUCTO

El producto a ser comercializado mediante la creación de la empresa exportadora es la pitahaya amarilla, la cual en primera instancia va a ser enviada a la comunidad de Madrid en España, a lo que consideramos un mercado con un potencial económicamente interesante y de muchas oportunidades de expansión dentro del territorio español y en lo posterior al resto de países de la Unión Europea.

La fruta cumple con los diferentes estándares fitosanitarios y de calidad que exige su exportación desde el país donde se origina hasta el destino final en la ciudad europea. El producto es concebido por el marketing desde dos empresas, una más restringida y otra más abarcadora. La primera considera en la definición de producto solo los atributos que lo constituyen como las características tecnológicas, marcas variedades y los tamaños. Desde la segunda perspectiva, se concibe el producto como un concepto abarcativo que tiene ciertos atributos internos, intrínsecos al producto (Fundamentos de Marketing, 2004).

Composición: La pitahaya es una fruta que es rica en vitaminas C y contiene vitaminas del grupo B y minerales tales como calcio, fosforo, hierro y un alto contenido de agua; además de proteína vegetal y fibra soluble.

Tamaño: La fruta es de forma ovoide de ocho a diez cm aproximadamente de largo con seis a diez cm de ancho y suele presentar desde sus inicios una coloración verde que con el cultivar se torna roja o amarilla. Se distinguen dos tipos bastantes marcados en la fruta: La

H triangularis (pitahaya amarilla) y la H Ocamposis (pitahaya roja). La de color amarillo es la más comercial en la actualidad y la más resistente, su sabor es mejor que la roja. Para efectos de exportación la fruta que pesa entre 150 y 290 gramos son clasificadas por las operarias y continúan la dinámica de la exportación; las que pesan entre 100 y 140 gramos son comercializadas en las cadenas de supermercados de la ciudad. (**Ver apéndice B**)

Presentación: La Pitahaya es empacada en cajas de cartón con esquineros y divisiones para proteger de forma adecuada su traslado en todo su trayecto para que no llegue a su destino final maltratada. Los cartones de la fruta son paletizados en contenedores reefer entre un rango de ocho a nueve grados centígrados e ingresan al contenedor alrededor de 20 a 22 pallets con un total de un poco más de 4000 cajas aproximadamente para exportar con un peso de 2,5 a 3 Kg por caja.

Estas frutas deben ser empacadas en envases nuevos, no usados ni reciclados de manera que evite una posible afectación de plagas. Se utilizará también diferentes divisiones entre frutas del mismo material, evitando el roce entre las mismas y con orificios alrededor de la caja que permitan que se oxigene el producto. Los empaques a prueba de insectos pueden incluir: cajas, cartones, o contenedores que son sellados en los centros de acopio o cajas y/o pallets de madera que pueden ser cubiertos con diferentes mallas a pruebas de insectos.

El impacto visual que proyecta el producto que se encuentre en su caja y con la fruta que se encuentre en buen estado, garantizara la rápida comercialización y rotación en las cadenas donde se venda la pitahaya.

Marca: El nombre escogido para llamar a la empresa nace de la unión de las primeras palabras de los nombres del dueño del proyecto (Juan Carlos), pasando a llamarse PRODUCTS JUCAS, siendo un nombre fresco, de fácil recordación y que tendrá un impacto comercial frente al resto de la competencia.



Figura 17 Logo de empresa

4.2.7 PRECIO

El precio de la pitahaya varía de acuerdo al mercado donde se va a realizar la exportación por lo cual se adjunta un cuadro del costo promedio de la fruta en donde se comercializa actualmente ya que sirve para estimar como referencia para la presente investigación. Productores y exportadores han logrado comercializar el kilo de la fruta entre 2.50 y 3.00 USD en Palora, Morona Santiago.

Este precio no afecta la cadena de producción en las ventas de las frutas, ya que incluyen los propios productores, exportadores, sector de transporte, negocios, intermediarios y el consumidor final. Es importante mencionar a su vez que el precio de la fruta variara de acuerdo a la oferta y demanda en el mercado de consumo y si bien es cierto, el precio es la cantidad de unidades monetarias que pagamos a cambio de adquirir un producto o servicio. (Exportación efectiva, 2004).

Tabla 22
Costo por kilo de pitahaya

País	Costo por kilo
España	12- 14 €
Emiratos Árabes	13- 15 \$
Francia	13 €
Alemania	16 €
Estados Unidos	35 \$ caja de 4,5 kilos
Holanda	11 – 13 €

Adaptado de Pro ecuador

4.2.8 COMERCIALIZACIÓN

El proyecto de pre factibilidad está orientado a crear una empresa dedicada a la exportación de la pitahaya, el cual incluye procesos propios de la actividad: clasificación, verificación, empaquetamiento, embalaje y posterior envío de la fruta al exterior. En esta cadena de producción y logística interviene la mano de obra calificada con equipos y diferentes herramientas tecnológicas que garanticen agilizar los procesos.

La comercialización de la fruta de la pitahaya, está enfocada principalmente al consumo de toda persona sin rango de edad, en vista de los beneficios importantes para la salud de los que la consumen. La venta será por medio de las principales cadenas de supermercados de la comunidad de Madrid.

4.2.9 PROMOCIÓN

La empresa exportadora será afiliada a la cámara de comercio de Guayaquil y al gremio de exportadores ya que de esta forma se garantiza el involucramiento en todo lo que concierne al tema de exportación además el gobierno ecuatoriano por intermedio de Pro ecuador participan potenciales clientes y exportadores siendo este un mecanismo o forma de

promoción para que las empresas comercialicen sus productos y los negocios se concreten en beneficio de las ambas partes.

En el país, Pro-ecuador es un ente adjunto al ministerio de comercio exterior y es la entidad que se encarga de promocionar con todas las naciones con las que existe vínculos comerciales de negocio, los productos a ofertar y las diferentes empresas que realizan negocios. Por ende, cuando el país organice un encuentro de negocios en Madrid, ser invitados a participar en dicho evento, para lo cual se garantiza la presencia del gerente general en conjunto con un asesor comercial, los cuales llevaran a cabo la presentación del producto y todo lo que esté relacionado con la negociación.

4.3. ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo del estudio técnico de la empresa PRODUCTS JUCAS es la identificación de los factores técnicos operativos que servirán de base para el cálculo financiero y la evaluación económica del proyecto a emprender. Uno de los factores relevantes en este estudio es el proceso de producción de la exportadora antes mencionada, la que involucra terceros tales como: proveedores, equipos, maquinarias, materia prima, mano de obra, infraestructura etc. y todo lo necesario para el cumplimiento del proceso productivo.

4.3.1 DIMENSIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

La empresa exportadora abarca un área aproximadamente de 450 m², divididas en 4 sectores definidos que la comprenden: área de pos cosecha (84 m²), administrativa (50 m²), enfriamiento (36 m²), y guardianía (10 m²), que comprenden 180 m² de construcción y la diferencia dividida entre áreas de embarque, desembarque y parqueo público. Ante lo expuesto, esta distribución satisface las necesidades operativas y administrativas para el emprendimiento en ejecución.

Área de poscosecha: se considera un espacio de 12*7 m² y es el lugar de recepción donde se recibe la fruta, lavado, secado, clasificación, selección y posterior almacenamiento en la zona de frío.

Área de enfriamiento: espacio de frío de 6*6 m² con una capacidad promedio de almacenaje de dos toneladas de Pitahaya y la cual debe estar temperada entre cuatro a ocho grados centígrados para que se conserve la fruta hasta su embarque.

Área administrativa: Espacio comprendido de aproximadamente en 50 m² y la cual estará distribuida en 4 áreas en la que se encontrará ubicada la gerencia general y la secretaría.

Área guardianía: Es aproximadamente de 5*2 m² que albergara a la persona que prestara los servicios de vigilancia y seguridad de la exportadora, además en este espacio se ubicará los lockers de seguridad en donde se depositarán los efectos personales del personal de obreros que conforman la empresa.

4.3.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

Al ser una empresa en proyecto de pre factibilidad se considera una inversión inicial con recursos propios provenientes de los socios que conforman la empresa además se gestionara un apalancamiento financiero con préstamo bancario en la Corporación Financiera, lo cual garantiza contar con el flujo monetario para el inicio del emprendimiento.

Existe una demanda insatisfecha de clientes en los diferentes mercados internacionales, dado que la oferta no alcanza a cubrir en su totalidad la demanda del consumo actual por la fruta y por ende, se refleja en el estudio de mercado efectuado. Este factor es muy determinante para el retorno de la inversión, ya que cubren los costos que demanden la operación y los créditos financieros que se espera obtener por la exportación del producto.

La provisión de la fruta es garantizada en su entrega por los dueños de haciendas, acompañado de una infraestructura física donde llegue el producto para continuar con los procesos propios de la cadena de exportación, haciendo presumir el éxito de la actividad comercial, sin dejar de asumir los riesgos y contingencias propias de una actividad en inicio de operaciones. Se tiene proyectado el envío de 2 contenedores por trimestre lo que representa 12,480 cajas y anualmente sumarían 49,920.

Products Jucas contempla al inicio de su operación, con el recurso humano, tecnológico y logístico que se cuenta al momento de emprender utilizar un 70 % de su capacidad operativa, proyectando un incremento de sus exportaciones sin aumentar sus costos en producción y contratación de personal.

Para la empresa exportadora, lo óptimo sería que su capacidad productiva no sea mayor que la demanda total requerida. El crecimiento de la empresa va en función del aumento de las ventas en el exterior y la ampliación del mercado hacia otros países.

4.3.3 DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO

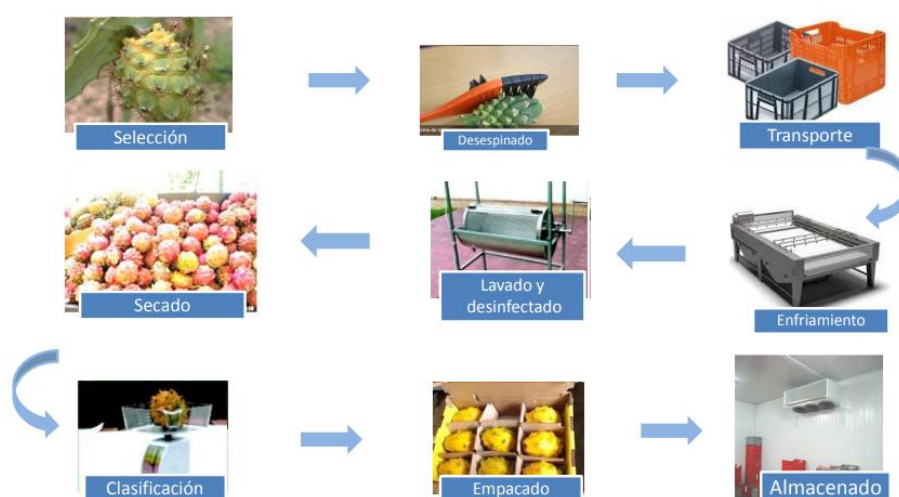


Figura 18 Distribución del espacio

4.3.4 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El lugar escogido para el inicio del proyecto es el cantón Rocafuerte, por cuanto geográficamente es un lugar estratégico porque tiene conexiones con las vías más importantes y la topografía del suelo va acorde a lo que requiere la empresa para su actividad comercial y sobre todo la producción del producto. Los mecanismos de abastecimiento serán parte de los proveedores se encuentran garantizadas para su acceso. Se consideró que la mano de obra operaria en su mayoría son habitantes que viven cercanos a la empresa y que viven en el Cantón lo que resulta imperioso cuando se requiera contratar provisionalmente en tiempos de empaquetamiento de la fruta.

En los temas referentes a servicios básicos se cuenta con servicio de agua, alcantarillado, alumbrado eléctrico, y la conexión con el servicio de internet se lo realizara con la empresa que tenga la mayor cobertura a nivel de país y garantice un buen servicio de conectividad. En el tema de desechos, la empresa Jucas Products tiene establecido un cronograma de recolección estandarizado por sectores y horarios establecidos.

4.3.5 LA TECNOLOGÍA DEL PROCESO PRODUCTIVO

En el presente proyecto de pre factibilidad se han identificado los procesos pos cosecha que tienen relación con la cadena de logística y producción de la empresa y se detallan a continuación:

- Corte y recolección: es la actividad de recolectar la cosecha de la fruta y serán escogidas las que hayan completado su tamaño, peso óptimo, coloración, y que no haya adquirido algún tipo de plaga. El personal que realizara esta actividad debe utilizar guantes y tijeras podadoras. El corte se realizará en el pedúnculo de la fruta para no dañar la planta y fruto. Existirá un responsable de verificar que todas las

frutas recolectadas cumplan con las condiciones antes de ser embarcadas y enviadas a la empresa exportadora.

- Transporte: después de haber sido recolectado la fruta, estas serán depositadas en gavetas con dimensiones de 60*40*25 y embarcadas en camiones que las trasladarán a la exportadora. Mediante control de registro una persona será la encargada de llevar el número de pitahayas por unidad depositadas en los recipientes y verificará que no exista maltrato o golpes que afecten a la presentación de la fruta.
- Lavado y secado: actividad en la cual la fruta es lavada de toda suciedad, plaga o cochinilla que llegue a contaminarla. Esta actividad es realizada con agua y cloro y restregando la fruta con cepillo. Posteriormente pasaran al área de secado donde la fruta queda totalmente seca.
- Clasificación: es uno de los procesos más importantes por cuanto se escoge la fruta que cumple con los requisitos para su exportación. Se debe verificar que la fruta este a $\frac{3}{4}$ de su maduración con una coloración verde - amarilla, un peso entre 250 y 300 gramos y de 8 a 12 cm el porte, características óptimas al momento de la clasificación, ya que es la fruta que será enviada al exterior. Personal femenino es recomendado para llevar a cabo este proceso de clasificación, por cuanto el trato que se da a la fruta garantizara que no se lastime en la manipulación. El personal deberá llevar los respectivos equipos de protección: guantes, mascarillas y gorro para el cabello. El supervisor de producción será la persona responsable del cumplimiento de este proceso logístico y que cumplan los tiempos para finalización de la actividad.
- Empaquetamiento: luego de la clasificación, se colocará un sticker en cada fruta con la marca de la empresa y es empaquetada en cajas con pequeños espacios que las dividen entre si y en el fondo de caja se encontrara una especie de almohadilla que evitara el golpe, evitando el maltrato hasta que llegue al destino en óptimas

condiciones. El personal de operarios en conjunto con el supervisor de producción es el encargado de armar las cajas para el empaquetamiento de la fruta. El supervisor de producción será el responsable del proceso logístico, verificando el estado de cajas, cantidad de fruta por caja, lote de producción y al momento de ingresar el producto al contenedor, éste se encuentre debidamente paletizados y ordenado.

- **Enfriamiento:** después del anterior proceso, la fruta es llevada al área de enfriamiento, conservándola en temperaturas entre cuatro a ocho grados centígrados y una humedad relativa del 85% para la conservación de propiedades nutritivas que exige su exportación.
- **Almacenamiento reefer:** actividad de ingresar las cajas en sus respectivos euro pallets y el cual esta graduado con la temperatura para la preservación de la pitahaya. Es importante la revisión externa e interna del contenedor, cortina de puerta, verificación de una posible fuga de aire por los pernos.
- **Transporte fluvial:** el producto es llevado en el contenedor y dirigido al puerto de embarque (Autoridad Portuaria de Guayaquil) para ser trasladado en el buque contratado por la naviera. La ruta marítima puede durar aproximadamente de 20 a 22 días hasta la llegada a puerto destino (Puerto Valencia)
- **Puerto destino:** Lugar donde llega la fruta para ser recibida y retirada por parte del cliente. El incoterm utilizado en la negociación con el cliente es el FOB.

4.3.6 INGENIERIA DEL PROCESO PRODUCTIVO

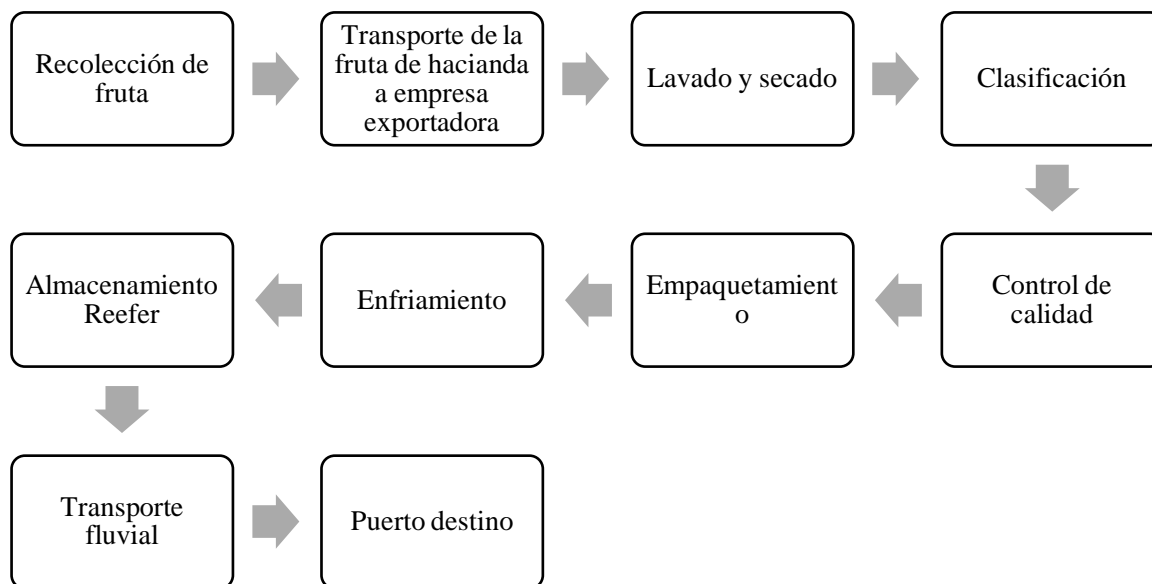


Fig. 19. Ingeniería del proceso productivo

4.4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El estudio administrativo permitirá ejecutar la planeación, organización y control administrativa de la empresa exportadora de pitahaya, utilizando técnicas y recursos para su seguimiento

4.4.1 FORMULACIÓN ESTRATEGICA

- **Compromiso con el cliente:** la actividad comercial de nuestra empresa exportadora va orientada a cubrir los requerimientos y expectativas de nuestros socios comerciales.
- **Compromiso de mejora continua:** es importante la revisión constante de los procesos de la organización por parte de la Gerencia General, garantizando de esta manera que el servicio que se brinda llegue a un nivel de excelencia y calidad.

- **Compromiso con la excelencia:** el involucramiento y sentido de responsabilidad de nuestros colaboradores internos de la organización, proyectan valores de compromiso y lealtad en busca de los objetivos organizacionales.

4.4.2 MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA

Misión: Ser una empresa exportadora de pitahaya que garantice el respeto a los derechos laborales, impulsando el desarrollo profesional dentro de la empresa y ser participe en el involucramiento directo del manejo del medio ambiente de una manera ética y responsable.

Visión: Para el año 2025 posicionarse en el grupo de las mayores exportadoras de pitahaya a nivel local, cumpliendo las exigencias comerciales, de calidad y fitosanitarias que demanda la comunidad interna y el mercado comercial externo.

4.4.3 ORGANIGRAMA

El organigrama a implementar en la empresa exportadora es de tipo vertical lineal, asumiendo toda la responsabilidad en lo financiero, administrativo y comercial el Gerente General, dando las directrices y requerimientos necesarios para la operatividad de la empresa. Todos los departamentos comunicaran sus planes de actividad y gestión a la gerencia de acuerdo al flujo de actividades de la empresa.

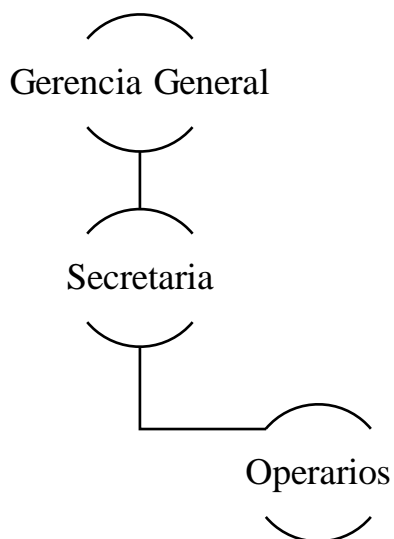


Figura 20 Organigrama de empresa exportadora

4.4.4 FUNCIONES DEL TALENTO HUMANO

Dentro de las funciones principales a desarrollar dentro de la empresa exportadora detallamos las siguientes:

Gerente general: es el representante legal de la empresa y estará a cargo de la administración y dirección de la organización.

Requerimientos del cargo

- Estudios de tercer nivel en Administración y/o Negocios Internacionales
- Experiencia de 3 años en posiciones de gerencia en empresas exportadoras
- Nivel de inglés avanzado escrito y hablado
- Excelentes relaciones comerciales
- Manejo de normas ISO y BASC
- Sexo indistinto
- Mayor de 35 años

Competencias

- Pensamiento estratégico
- Eficiencia comunicativa
- Comprensión de las dinámicas de mercado
- Trabajo en equipo
- Optimización de oportunidades
- Habilidad y estrategias de negociación

La contratación del gerente general se realizará en forma paralela a la constitución de la empresa por cuanto brindará el soporte en los temas administrativos, financieros y la elección del equipo de trabajo.

Secretaria de gerencia: persona responsable de brindar soporte al Gerente General en todo lo que concierne a temas administrativos, agendar citas y la comunicación efectiva entre los departamentos de la empresa.

Requerimientos del cargo

- Experiencia comprobada de al menos 2 años en empresas exportadoras
- Egresado o titulado en carreras de administración
- Nivel intermedio de inglés oral y escrito
- Manejo de paquetes de office
- Excelente redacción y ortografía
- Excelente redacción y ortografía
- Mayor de 25 años

Competencias

- Trabajo en equipo

- Comunicativa
- Asertiva
- Motivación de logro
- Liderazgo
- Resolución de conflictos

La contratación de la secretaria se realizará bajo la modalidad contractual de 3 meses a prueba y posterior a tiempo indefinido con jornadas completas de trabajo.

Operario: persona responsable del proceso de clasificación, embalaje y posterior embarque de la fruta en el proceso productivo.

Requerimientos del cargo

- Educación mínima bachiller
- Trabajo a presión
- Disponibilidad de tiempo (horarios rotativos y extendidos)
- Experiencia al menos dos años en empresas exportadoras y en procesos productivos
- Mayor de 30 años
- Sexo masculino

Competencias

- Trabajo en equipo
- Honradez
- Disciplina
- Comunicación

La contratación de personal de operarios se realizará cuando inicie producción en la planta y en jornadas rotativas de ser necesario.

Proceso de reclutamiento y selección de personal

- Receta la requisición del personal con los debidos vistos buenos.
- Análisis y/o elaboración de Profesiogramas.
- Responsable de reclutar al personal dentro de la empresa, de no existir candidatos calificados para cubrir la vacante se procederá:
- Colocar anuncios en la prensa escrita, web, multitrabajos y LinkedIn.
- Receptará los CV de los postulantes
- Realizar el análisis y confirmación de datos de los candidatos.
- Evaluación y valoración del aspirante.
- Dar seguimiento al candidato.
- Revisar los requisitos.
- Formalización del contrato.
- Inducción al colaborador

La contratación de personal solicitada por alguna área de la empresa, se lo realizara previa requisición de personal, y pasara a análisis para su aprobación y ejecución por parte de la Gerencia General de acuerdo a las necesidades existentes de la operación.

4.5. ESTUDIO LEGAL

Previo a realizarse cualquier exportación de producto ecuatoriano se debe presentar una Declaración Aduanera Única de Exportación, este documento debe ser llenado de acuerdo a las indicaciones que están establecidas en el Manual de Despacho de Exportaciones por la aduana donde se realizará el trámite de la exportación. El proceso de exportación se inicia con el envío de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) electrónicamente por medio de la página de internet ECUAPASS, adjunto a esta declaración debe ir escaneada la

factura o proforma y documentación previa al embarque. Al momento de ser enviado se crea un vínculo legal con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador.

Los datos que se declararán en la DAE son:

- Información del exportador o declarante
- Descripción de la mercadería por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso

Los Documentos digitales o escaneados que se envían anexados a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original
- Autorizaciones previas
- Certificado de Origen Electrónico

Al momento que la DAE acepta y verifica los documentos, el producto a exportar ingresa a una zona en la aduana donde se registrará y almacenará previo a la exportación. Una vez que el producto está ingresado a esta zona se le asignará un funcionario, el cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada o escaneada, procederá al cierre si la documentación es verídica, posteriormente el producto estará autorizado y la carga podrá ser embarcada.

Agente Afianzado de Aduana.

Según la nueva reglamentación de Aduana dispuesta en el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones no es necesario la utilización de los servicios de un

agente de aduana para los trámites de importación y exportación exceptuando las importaciones a consumo.

Requisitos para ser Exportador en la Aduana

- Contar con el Registro Unico de Contribuyente (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI)
- Registrarse en el nuevo Sistema ECUAPASS, para lo cual debe cumplir.
 - Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgada por el Banco Central del Ecuador
 - Actualizar base de datos en el portal de ECUAPASS
 - Crear usuario y contraseña en el portal de ECUAPASS
 - Aceptar las políticas de uso en el portal de ECUAPASS
 - Registrarse firma electrónica en el portal de ECUAPASS
 - Trámites necesarios para importar a España desde Ecuador
- Documentos de embarque

Establecidos previamente en la aduana ecuatoriana.

- Factura comercial
- Número de factura, fecha y lugar de expedición o Información personal y verídica: nombre y dirección del remitente con el contacto completo y detallado
- Nombre y dirección del receptor con el contacto complete y detallado y con el registro del número de aduanas o País de origen de la mercadería
- Términos de entrega y pago
- Descripción exacta del mercadería, con referencia a código arancelario o Marcas, números y tipos de empaques
- Cantidad de mercadería o Precios unitarios, netos, brutos y cantidades

- Valor total de la mercadería o Moneda o Número de licencia de importación
- Documentos firmados y sellados
- Evidencia del Valor

Sirve básicamente para prevenir cualquier disputa sobre el valor declarado, aquí se incluye el valor de envío.

- Lista de precios del destinatario
- Orden de compra de los clientes
- Literatura del producto
- Documentación técnica del producto, comentarios previos establecidos sobre la mercadería.
- Lista de embalaje firmada Es obligatorio para los envíos valorados en más de 5000 yuans sobre un peso de 100 kg.
- Licencia de importación o permiso aplicable
- Carta de Autoridad

Deberá ser entregada por el receptor de la empresa de envíos establecida en España para actuar en su nombre y liberar el envío a través de aduanas. Debe ser original, el documento podrá ser utilizado para envíos futuros a España.

Tabla 23
 Constitución y requisitos de sociedades anónimas

CONSTITUCIÓN SIMULTANEA Y REQUISITOS DE FUNCIONALIDAD PARA SOCIEDADES ANÓNIMAS													
Pasos para constitución	Lugar y fecha en que se celebra el contrato	Nombre, nacionalidad, domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyen la compañía y su voluntad de fundarla	Objeto social debidamente concretado	Denominación y duración	Importe del capital con la expresión de número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase (ordinarias, preferidas), así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores de capital	Domicilio de la compañía	Forma de administración y facultad de los administradores	Forma y épocas de convocar a las juntas generales	La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan representación legal en la compañía.	Las normas de reparto de utilidades	La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente	La indicación de lo que cada accionista suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a estos y la parte de capital no pagado.	La forma de proceder a la designación de liquidadores
Requisitos de funcionalidad	Debe regularse la estructura de gobierno, administración y fiscalización de la compañía. Debe señalarse el administrador que tendrá la representación legal de la compañía		Se presenta a la superintendencia de compañías tres copias notariales de la escritura solicitándole, con firma de abogado la aprobación de la constitución, junto con el certificado de afiliación de la compañía a la cámara correspondiente. Las que tienen como objeto social el comercio no requieren presentar esta afiliación			La superintendencia de compañías de aprobarla dispondrá su inscripción en el registro mercantil			Se publicará por una sola vez en el mayor diario de cobertura nacional en el domicilio de la compañía un extracto de la escritura y la razón de su aprobación. Una edición del periódico se entregará en la superintendencia de compañías		Se inscribirá en el registro de sociedades de la superintendencia de compañías la que se acompañará el certificado de RUC, copia del nombramiento de los nombramientos del representante legal y del administrador que subroga al representante legal, copia de la escritura de constitución con las razones que debe sentar el notario que otorgó la escritura y el registrador mercantil conforme se ordene en la resolución aprobatoria.		

CONCLUSIONES

En el presente capítulo detallamos las conclusiones más relevantes que destacamos a continuación:

Las herramientas de entrevistas y encuestas formuladas a gerentes, agricultores y personas en el exterior respectivamente, sirvieron como datos relevantes como parte del proceso de investigación llevado a cabo como primera fuente de información. Además el estudio de mercado mostrado en cifras y proyecciones numéricas en sus distintas aristas de composición, evidenciaron la importancia de su realización para la toma de decisiones con respecto al potencial consumidor.

Los estudios organizacionales y administrativos relacionados al proyecto, brindaron un esquema organizacional racionado en función con los procesos administrativos que la empresa demande en operación.

Finalmente, el estudio técnico, en base a lo aportado e investigado, proyecta una visión clara y analizada con respecto a los recursos que se cuente en temas relacionados específicamente en la operación de la empresa.

RECOMENDACIONES

En base a la realización del presente capítulo con la propuesta de la empresa exportadora de pitahaya, se recomienda la puesta en práctica del proyecto en mención, por cuanto todos los factores que intervienen en todo el proceso de comercialización son medibles y alcanzables, utilizando todos los recursos logísticos, humanos y tecnológicos para su ejecución.

CAPITULO V

5. PROPUESTA

5.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA

Proyecto de prefactibilidad para financiar la inversión de una empresa exportadora de pitahaya.

5.2. AUTOR DE LA PROPUESTA

Jefferson Geovanny Puma Quilligana

5.3. EMPRESAS AUSPICIANTES

Ninguna

5.4. ÁREA QUE CUBRE LA PROPUESTA

Comunidad de Madrid, España

5.5. FECHA DE PRESENTACIÓN

25/04/2022

5.6. FECHA DE TERMINACIÓN

03/04/2022

5.7. DURACIÓN DE LA PROPUESTA

En base a los estudios efectuados se estima una duración ocho meses para el inicio de operaciones de la empresa exportadora de pitahaya.

5.8. PARTICIPANTES DEL PROYECTO

- Personal administrativo y operativo de empresa exportadora.
- Proveedores y personal que interviene en la cadena logística
- Futuros consumidores (comunidad de Madrid)
- Otros

5.9. OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA

- Determinar estudio financiero para la pre factibilidad del proyecto de inversión con cifras numéricas para el inicio del emprendimiento.

5.10. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la proyección de venta de cajas exportadas en los cinco primeros años
- Evaluar que toda la documentación financiera de la empresa sea manejada de una forma responsable y austera, y que permita la toma de decisiones oportunamente cuando se lo requiera.

5.11. BENEFICIARIOS DIRECTOS

En la elaboración del presente documento se determinó que los beneficiarios directos son los potenciales consumidores de la fruta a ser exportada y en el ámbito local con la creación de la empresa, se apertura plazas de trabajo a personas en situación de desempleo.

5.12. BENEFICIARIOS INDIRECTOS

En la elaboración de la propuesta, se determinó que los beneficiarios indirectos son las personas naturales o jurídicas que intervienen en la cadena de producción y exportación, y que incluye desde la siembra de la fruta, proveedores, hasta culminar con la entrega de la pitahaya en puerto de destino.

5.13. IMPACTO DE LA PROPUESTA

El impacto y la expectativa generada por la propuesta de prefactibilidad para la creación de la empresa exportadora, se detalla a continuación:

- Ingresos o rentas para el estado que son producto de la exportación de la fruta.
- Comercialización a nivel internacional de la pitahaya amarilla
- Apertura de plazas de trabajo e inserción laboral en el aparato productivo.

- Nueva empresa exportadora de pitahaya en el mercado ecuatoriano

5.14. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

En el proyecto de prefactibilidad para determinar los costos de inversión para la creación de una empresa exportadora de pitahaya, se detallan los siguientes aspectos:

- Se inicia la operación con capital propio que aportan los socios que componen la empresa y el valor restante por un crédito otorgado por la Corporación Financiera Nacional para proyectos de inversión.
- Creación de plazas de trabajo e inserción laboral de personas en desempleo
- Fomentar la oferta exportable del país a nuevos mercados en el exterior.
- Incentivar la producción de la pitahaya a mayor escala
- Ubicación estratégica de la instalación de la empresa
- Modelo de emprendimiento para nuevos emprendedores

5.14.1 INGRESOS

Los ingresos por las ventas anuales de pitahaya al comprador del exterior, en el primer año suman 295,526.40 USD, con una proyección del 10% a partir del segundo año, con un precio de 5.92 USD por cada caja vendida en el inicio del proyecto de exportación.

Tabla 24

Venta de caja de pitahaya

INGRESOS POR VENTAS DE CAJAS DE PITAHAYA					
	2023	2024	2025	2026	2027
Unidades vendidas	49,920	54,912	60,403	66,444	73,088
Precio Unitario	\$5.52	\$6.07	\$6.68	\$7.35	\$8.08
Ventas mensuales	\$ 22,969.36	\$ 27,792.92	\$ 33,629.44	\$40.691.62	\$49,236.86
Ventas anuales	\$ 275,632.31	\$ 333,515.09	\$403,553.26	\$488.299.44	\$590.842.33
Unidades mensuales	4160	4576	5034	5537	6091
Unidades diarias	208	229	252	277	305

5.14.2 COSTOS DE MATERIALES DIRECTOS

Los costos de materiales directos para poner en ejecución el emprendimiento, fueron proyectados financieramente de forma mensual y anual, y en los que se incluye desde la fruta para la exportación, documentación aduanera y material que servirá para el proceso de embalaje de las cajas que contiene la pitahaya.

Tabla 25
Costos de operación

Descripción	COSTOS DE OPERACIÓN (MPD)					
	cantidad		Precio Unitario	Total	Mensual	Anual
Pitahaya	6240	caja	\$ 3,00	\$ 18.720,00	\$ 18.720,00	\$ 149.760,00
THCO	1		\$ 165,00	\$ 165,00	\$ 165,00	\$ 1.320,00
Declaración de exportador (aplica por BL)	1		\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 256,00
Doc Fee (aplica por BL)	1		\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 520,00
Container Management (aplica por contenedor)	1		\$ 135,00	\$ 135,00	\$ 135,00	\$ 1.080,00
Adm Fee (aplica por contenedor)	1		\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 520,00
Gastos locales naviera (aplica por contenedor)	1		\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 120,00
Exportación a consumo	1		\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 1.200,00
Elaboración y certificación de certificado de origen	1		\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 240,00
Emisión de certificado honorario	1		\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 600,00
Honorario de coordinación inspección antinarcótico	1		\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 480,00
Honorario de aforo físico	1		\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 480,00
Honorario obtención TOKEN	1		\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 2.000,00
Pago de porte por contenedor	1		\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 800,00
Costo por aforo físico	1		\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 2.400,00
Costo por inspección antinarcóticos	1		\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 2.400,00
Transporte de carga hasta el Pto. Guayaquil	1		\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 3.840,00
Clip pon	1		\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 2.000,00
Candado satelital	1		\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 560,00
Cajas para empaques	6240	Unidades	\$ 0,10	\$ 624,00	\$ 624,00	\$ 4.992,00
Kit paletero (sunchos más grapas)	1	Kit	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 160,00
Esquineros	800	Unidades	\$ 0,52	\$ 416,00	\$ 416,00	\$ 3.328,00
Bombita	2080	Mts	\$ 0,30	\$ 624,00	\$ 624,00	\$ 4.992,00
Etiquetas	449280	Unidades	\$ 0,00	\$ 89,86	\$ 89,86	\$ 718,85
Total				\$ 23.095,86	\$ 23.095,86	\$ 184.766,85

5.14.3 PRÉSTAMOS DEL PROYECTO

PRODUCTS JUCAS, empresa exportadora de pitahaya para el inicio de operaciones, estima una inversión inicial de 91,336.80 USD, aportando para el proyecto con un capital propio de los socios de 22,834.20 USD que representa un 25% del total. Se accede a un préstamo bancario financiado por la Corporación Financiera con una tasa del 16.08% por una cantidad de 68,502.60 USD y pagaderos a tres años con una cuota mensual fija de 2,429.03 USD. (Ver apéndice C, tabla de amortización)

Tabla 26
Financiamiento bancario

FINANCIAMIENTO	BANCARIO	PORCENTAJE
Inversión Total	\$ 91,336.80	100%
Capital Propio	\$ 22,834.20	25%
Total requerido	\$ 68,502.60	75%

Se accede a un préstamo bancario por parte de la CFN para proyectos de inversión, con una tasa del 16.08% por una cantidad de 68,502.60 USD y pagaderos a tres años con una cuota mensual fija de 2,429.03 USD. (Ver apéndice C, tabla de amortización)

Tabla 27
Capital prestado

CAPITAL PRESTADO	\$68,502.60
Años de financiamiento	3
Pagos	12
Interés de gracia	0
Tasa de interés activa	16.08%
Número de pagos	36

5.14.4 ESTADOS FINANCIEROS

El cálculo del valor actual neto y la tasa interna de retorno, permite tomar la decisión responsable de invertir o desistir de la inversión. El VAN indica el valor futuro del dinero que va a retornar del proyecto en diferentes periodos, recuperando la inversión, cubriendo los costos y obteniendo utilidades. La TIR, es la tasa financiera de rendimiento, o tasa de retorno efectivo. En el presente proyecto el VAN es de 365,296 71 USD y la TIR de 71%, inversión que se recupera en los cinco años en que se planifico el emprendimiento:

Tabla 28
VAN y TIR

RENTABILIDAD DEL PROYECTO	
VAN	\$365,296.71
TIR	71%

5.14.5 FLUJOS DE EFECTIVO

El flujo de efectivo permite revisar los ingresos y egresos del efectivo en un determinado tiempo del ejercicio económico. La diferencia de lo que ingresa y sale del recurso monetario es el flujo neto y esto es un factor importante de la empresa, ya que evidencia de una manera rápida la liquidez de la empresa. Contar con el flujo de caja actualizado, al responsable del área financiera permitirá determinar los costos variables y fijos, atender contingencias económicas urgentes, realizar compras no programadas, anticiparnos a futuros déficit, etc.

5.14.6 EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

Tabla 29
Presupuesto de efectivo

	PRESUPUESTO DE EFECTIVO					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVIDADES DE OPERACIÓN						
INGRESOS		\$ 275.632,31	\$ 333.515,09	\$ 403.553,26	\$ 488.299,44	\$ 590.842,33
(-)Costos de ventas		\$ 196.880,22	\$ 200.479,84	\$ 204.145,28	\$ 207.877,74	\$ 211.678,44
Utilidad Bruta		\$ 78.752,09	\$ 133.035,24	\$ 199.407,97	\$ 280.421,70	\$ 379.163,89
		29%	40%	49%	57%	64%
(-) GASTOS OPERACIONALES						
Gastos Administrativos		\$ 35.791,90	\$ 34.803,10	\$ 35.425,48	\$ 36.059,24	\$ 36.704,59
Gastos de Venta		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		\$ 35.791,90	\$ 34.803,10	\$ 35.425,48	\$ 36.059,24	\$ 36.704,59
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 42.960,19	\$ 98.232,14	\$ 163.982,49	\$ 244.362,46	\$ 342.459,30
(-)Gastos Financieros		\$ (9.961,06)	\$ (6.519,87)	\$ (2.461,52)	\$ -	\$ -
utilidad antes de participación a trabajadores		\$ 32.999,13	\$ 91.712,27	\$ 161.520,97	\$ 244.362,46	\$ 342.459,30
Pago Participación Trabajadores		\$ -	\$ (4.949,87)	\$ (13.756,84)	\$ (24.228,15)	\$ (36.654,37)
Pago Impuesto a la Renta e imp.		\$ -	\$ (6.170,84)	\$ (17.150,19)	\$ (30.204,42)	\$ (45.695,78)
(=) Utilidad de ejercicio		\$ 32.999,13	\$ 80.591,56	\$ 130.613,93	\$ 189.929,89	\$ 260.109,15
(+) Ajustes de Depreciación		\$ 762,30	\$ 762,30	\$ 762,30	\$ 762,30	\$ 762,30
(+) Ajuste por Amortización		\$ 1.600,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) EFECTIVO ACTIVIDADES DE OPERACIÓN		\$ 35.361,43	\$ 81.353,86	\$ 131.376,23	\$ 190.692,19	\$ 260.871,45

PRESUPUESTO DE EFECTIVO						
ACTIVIDADES DE INVERSION						
Activos Fijos	\$	52.685,16				
Activos Intangibles	\$	-				
Capital de Trabajo	\$	38.651,64				
FLUJO DE ACTIVIDADES DE INVERSION	\$	91.336,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO						
Préstamo Bancario	\$	68.502,60				
Amortización de Capital			(\$ 19.187,29)	(\$ 22.628,48)	(\$ 26.686,83)	\$ 0,00
FLUJO DE ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	\$	(19.187,29)	\$ (22.628,48)	\$ (26.686,83)	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NETO	\$	22.834,20	\$ 16.174,14	\$ 58.725,38	\$ 104.689,41	\$ 190.692,19
FLUJO DEL PRESTAMO	\$	(68.502,60)	\$ 45.322,49	\$ 87.873,73	\$ 133.837,76	\$ 190.692,19
FLUJO DEL PROYECTO	\$	(91.336,80)	\$ 16.174,14	\$ 58.725,38	\$ 104.689,41	\$ 190.692,19
FLUJO ACUMULADO	\$	(91.336,80)	\$ (75.162,66)	\$ (16.437,27)	\$ 88.252,13	\$ 278.944,33

5.14.8 RELACIÓN BENEFICIO COSTO

La fórmula de relación de costo beneficio contempla lo siguiente:

$$RBC = \frac{(\text{ sistema de flujos })}{\text{Costos} + \text{inverion inicial}}$$

Tabla 30
Relación Costo - Beneficio

Relación Costo Beneficio				
Nro.	Inversión	Ingresos	Costos	FNE
0	91,336.80		-	91.33.,80
1		275,632.31	35,791.90	239,840.41
2		333,515.09	34,803.10	298,711.98
3		403,553.26	35,425.48	368,127.77
4		488,299.44	36,059.24	452,240.20
5		590,842.33	36,704.59	554,137.74

Tabla 31
Ingresos y Costos

Ingresos	\$2'091,842.42
Costos	\$178,784.32
Costos + Inversión	\$270,121.12

5.15. IMPORTANCIA

La importancia del proyecto está ligado al aporte productivo y empresarial que se entregue al país en función de ser parte de la recuperación económica del País; en consecuencia, esto implica en la generación de fuentes de empleo, motivando la inserción laboral de personas en desocupación y se afecte positivamente en la cadena de exportación a gran escala del proyecto en ejecución.

5.16. METAS DEL PROYECTO

- Incentivar la producción de la pitahaya con apoyo de los entes de gobierno involucrados, para efectos de potenciar este sector.

- Promocionar la pitahaya como una nueva fruta dentro de la oferta exportable del país.
- Aperturar nuevos mercados internacionales para el consumo de la fruta
- Motivar al nuevo emprendedor con ideas de negocios
- Desarrollar nuevas plazas de trabajo
- Promover el consumo de la pitahaya por beneficios de salud
- Consolidarse como una de las empresas pitahaya en el ámbito local

5.17. FINALIDAD DE LA PROPUESTA

Que el presente trabajo académico impulse a los futuros emprendedores con nuevas ideas de negocio, apostando a la materia prima, productos nacionales, mano de obra y que todo este factor sean el componente principal en la ejecución del emprendimiento en fase de inicio. En forma paralela el valor académico que se le brinde al proyecto, va en función de ser un aporte relevante y funcional a las personas interesadas en ejecutar un proyecto de exportación, indistintamente del producto que se pretenda exportar.