



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO”  
DE MANABÍ.**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
CARRERA: COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**TEMA:  
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE PITAHAYA  
EN ALMÍBAR AL PAÍS DE SINGAPUR**

**PROYECTO DE GRADO:  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN COMERCIO  
EXTERIOR Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**AUTOR DEL PROYECTO:  
ROLDAN SALVATIERRA DOUGLAS MIGUEL**

**DIRECTOR DE TESIS:  
ARQ. JORGE ALAVA FAGGIONI, Mg. A.P.  
MANTA, 2017.**

## IDENTIFICACIÓN DE EGRESADO

NOMBRES:	Douglas Miguel	
APELLIDOS:	Roldan Salvatierra	
NACIONALIDAD:	ECUATORIANO	
LUGAR DE NACIMIENTO:	Manta	
FECHA DE NACIMIENTO:	29 de Mayo 1991	
CEDULA DE IDENTIDAD:	131204643-4	
ESTADO CIVIL:	Soltero	
TELEFONOS:	0986727104	
CORREO ELECTRONICO	<a href="mailto:douglasroldan.dr19@gmail.com">douglasroldan.dr19@gmail.com</a>	
RESIDENCIA: DIRECCION DOMICILIO	2 de agosto – Manta	
DESEMPEÑO DE ACTIVIDADES ACTUALES	Egresado de la facultad de ciencias Económicas y Negocios Internacionales	
INTENCIONALIDAD O INTERES EN EL PROYECTO DE GRADO.	Emprendimiento y exportación de la pitahaya en almíbar al mercado de Singapur.	

## IDENTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DEL PROYECTO DE GRADO

NOMBRES:	Jorge Efraín	
APELLIDOS:	Álava Faggioni	
NACIONALIDAD:	ECUATORIANO	
LUGAR DE NACIMIENTO:	Manta	
FECHA DE NACIMIENTO:	26 de Diciembre 1948	
CEDULA DE IDENTIDAD:	1301196786	
ESTADO CIVIL:	Casado	
TELEFONOS:	0998975757	
CORREO ELECTRONICO	<a href="mailto:jalavaf@gmail.com">jalavaf@gmail.com</a>	
RESIDENCIA: DIRECCION DOMICILIO	Calle M3 entre av. 23 y 24 Ed. RO	
FORMACIÓN ACADEMICA:	Cuatro Nivel: Magister en Administración Portuaria Especialista en formación por competencias Tercer Nivel: Arquitecto	
COMPETENCIAS LABORALES	Administración Empresas Portuarias y navieras	
EXPERENCIA DOCENTE:	31 años de Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí	
ESTUDIOS ACTUALES:	No	
INTENCIONALIDAD O INTERES EN EL PROYECTO DE GRADO.	Abrir un camino hacia el emprendimiento y la innovación de nuestra facultad.	

## CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de grado Titulado “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE *PITAHAYA EN ALMÍBAR AL PAÍS DE SINGAPUR***”, ha sido desarrollado por el egresado, DOUGLAS MIGUEL ROLDAN SALVATEIRRA, bajo mi supervisión y tutoría según designación realizada por el Consejo de Facultad mediante Oficio No.-236-2107-CF-FSR del 20 de junio del 2017. De igual manera, certifico que dicho trabajo ha sido concluido satisfactoriamente, cumple con todas las disposiciones legales establecidas por la normatividad institucional vigente, se encuentra listo para su defensa oral y cuenta con el aval de los profesores lectores del Proyecto de Grado, motivo por el cual dichos profesores también suscriben el presente documento.

---

DIRECTOR DEL PROYECTO

## DECLARACIÓN

Yo, Douglas Miguel Roldan Salvatierra, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y, que nos hemos basado en las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedemos nuestros derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

---

DOUGLAS MIGUEL ROLDAN SALVATIERRA  
C.I. # 1312046434

## AGRADECIMIENTO

*Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, y a mi madre por su apoyo incondicional, económico y por haber fomentado en mí el deseo de superación y el empeño de triunfo en la vida. Agradezco a los docentes por brindarme los conocimientos necesarios para poder formarme como profesional y a mis verdaderos amigos que siempre estuvieron dándome su apoyo.*

***Douglas Miguel Roldan Salvatierra***

## **DEDICATORIA**

*El presente trabajo de tesis está dedicado a mis padres Miguel Roldan Vera y Teresa Salvatierra Salvatierra **que hicieron todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños,** aunque mi padre no lo tenga físicamente, él desde cielo me guía para ser un hombre de bien, y a mi madre por darme ejemplos dignos de superación y entrega.*

***Douglas Miguel Roldan Salvatierra***

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION.....	1
1.1. TEMA O TÍTULO DEL PROYECTO. ....	2
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. ....	2
1.2.1. Formulacion del Problema de Investigacion.....	2
1.2.2. Sistematización del Problema .....	2
1.2.3. Delimitación del Problema .....	3
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
1.3.1. Objetivo General .....	3
1.3.2. Objetivos Especificos.....	3
1.4. JUSTIFICACION E IMPORTANCIA. ....	4
1.5. BENEFICIARIOS POTENCIALES. ....	4
1.6. MARCO TEÓRICO.....	5
1.6.1. Generalidades de la pitahaya.....	5
1.6.2. Cultivo en el Ecuador.....	5
1.6.3. Comecio y Produccion de la Pitahaya.....	6
1.6.4. Analisis de la demanda de la pitahaya .....	6
1.6.5. Relaciones comerciales entre Ecuador y Singapur. ....	7
1.7. Marco Conceptual .....	7
1.8. DISEÑO METODOLÓGICO.....	8
1.8.1. Modelo de la Investigación. ....	8
1.8.2. Metodos de la investigación.....	9
2. Capitulo: PLAN ESTRATEGICO. ....	10
2.1. Objetivo del capítulo. ....	10
2.2. Analisis Estrategico.....	10
2.2.1. Analisis del Macro Entorno.....	10
2.2.2. Micro Ambiente del Negocio.....	10
2.2.2.1. Factores Sociales y Culturales.....	11
2.2.2.2. Factores Demograficos.....	12
2.2.2.3. Condiciones Economicas.....	12

2.2.2.4.	Auditoria de la competencia .....	15
2.2.2.5.	Factores politicos y legales.....	16
2.2.2.6.	Tecnologia .....	16
2.3.	Microambiente Externo .....	17
2.4.	Microambiente Interno .....	17
2.4.1.	Factores politicos del Ecuador.....	17
2.4.2.	Factores Economicos.....	18
2.4.3.	Factores Socio Culturales .....	19
2.4.4.	Factor Tecnologico e Industrial.....	20
2.5.	Analisis de la Industria.....	21
2.5.1.	Antecedentes Generales y Evolucion de la Industria .....	21
2.5.2.	Industrializacion de la fruta.....	21
2.6.	Analisis Estructural del Sector Industrial.....	22
2.6.1	Analisis FODA.....	22
2.6.2.	Planteamiento Estratégico.....	24
2.6.2.1.	Misión.....	24
2.6.2.2.	Visión.....	24
2.6.3.	Objetivos Estrategicos .....	24
2.6.3.1.	Financiero.....	24
2.6.3.2.	No financieros.....	24
2.6.4.	Estrategias.....	25
2.6.4.1.	Cartera de Productos .....	25
2.6.4.2.	Matriz BCG.....	25
3.	Capitulo: PLAN COMERCIAL.....	27
3.1.	Objetivos del Capitulo.....	27
3.2.	Analisis del Mercado de Referencia.....	27
3.2.1.	Tipo y estructura de mercado.....	27
3.2.2.	Identificación y análisis de segmentos de mercado objetivos.....	27
3.2.2.1.	Mercado objetivo.....	27
3.2.2.2.	Consumidores .....	27

3.2.3.	Identificación y análisis de la competencia directa.....	28
3.2.4.	Factores críticos de éxito y ventajas competitivas a desarrollar. ....	29
3.2.5.	Dimensionamiento de la Oferta Actual y Potencial. ....	29
3.2.6.	Dimensiones de la Demanda Actual y Potencial. ....	32
3.2.7.	Demanda Insatisfecha. ....	33
3.2.7.1.	Proyección de la demanda Insatisfecha. ....	33
3.2.8.	Demanda que atenderá el proyecto. ....	33
3.3.	Plan de Comercial.....	34
3.3.1.	Objetivos del plan comercial. ....	34
3.3.2.	Mix de Marketing. ....	34
3.3.2.1.	Auditoria y estrategia de producto. ....	34
3.3.2.1.1.	Adaptación o modificación requerida. ....	34
3.3.2.1.2.	Atributos y beneficios del producto. ....	35
3.3.2.1.3.	Componentes Centrales del producto. ....	35
3.3.2.1.4.	Componente de envase. ....	36
3.3.2.1.5.	Estrategia de marca. ....	37
3.3.2.2.	Auditoría y estrategia de precio. ....	37
3.3.2.2.1.	Términos de Venta (INCOTERM). ....	37
3.3.2.2.2.	Partida arancelaria.....	38
3.3.2.2.3.	Impacto del tipo de cambio en la fijación del precio. ....	38
3.3.2.2.4.	Métodos de cobro/pago internacional. ....	38
3.3.2.3.	Auditoría y Estrategia de Distribución. ....	39
3.3.2.3.1.	Modo de transporte. ....	39
3.3.2.3.2.	Puerto/aeropuerto de origen y destino. ....	39
3.3.2.3.3.	Tipos de regulaciones de marcas y etiquetas del destino.....	40
3.3.2.3.4.	Requisitos de Empaque y Emabalaje.....	41
3.3.2.3.4.1	Tipo de embalaje requerido. ....	41
3.3.2.3.5.	Tipo de contenedor o medio de transporte.....	41
3.3.2.3.6.	Documentación requerida. ....	42
3.3.2.3.7.	Exigencias de seguro. ....	43

3.3.2.3.8. Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios.....	44
3.3.2.3.9. Tipos de requisitos normas legales, calidad y buenas prácticas. ....	45
3.3.2.3.10. Cadena de distribución.....	45
3.3.2.3.11. Canal de distribución específico. ....	46
3.3.2.3.12. Proveedores de servicios al comercio exterior requeridos.....	46
3.3.2.3.13. Operativa de comercio exterior: (tramitología importación/exportación). ....	46
3.3.2.3.14. Modelos de comercio electrónico. ....	47
3.3.2.4. Auditoría y Estrategia de Promoción. ....	48
3.3.2.4.1. Posicionamiento.....	48
3.3.2.4.2. Eslogan.....	48
3.3.2.4.3. Estrategia de mix de publicidad.....	48
3.3.2.4.4. Estrategia de medios interactivos (Internet). ....	48
3.3.2.4.5. Participación en ferias comerciales internacionales. ....	49
4.1. OBJETIVO DEL CAPITULO. ....	50
4.2. PLAN TÉCNICO. ....	50
4.2.1. Capacidad de producción. ....	50
4.2.2. Plan de producción. ....	51
4.2.2.1. Localización.....	51
4.2.2.2. Proceso productivo/operacional. ....	51
4.2.2.3. Instalaciones de la empresa (Exporfrut S.A). ....	52
4.2.3. Plan de abastecimiento. ....	52
4.2.3.1. Materi prima. ....	52
4.2.3.2. Insumos.....	53
4.2.3.3. Mano de obra. ....	53
4.2.3.4. Tecnología de producción . ....	54
4.2.4. Plan Organizacional.....	59
4.2.4.1 Datos generales de la empresa.....	59
4.2.4.2 Proceso de toma de decisiones.. ....	60
4.2.4.3 Estructura organizacional: organigrama de Exporfrut S.A. ....	60

4.2.4.4 Distribución de funciones y responsabilidades..	60
4.2.4.5 Requerimientos de activos para áreas administrativas.	62
4.2.4.5.1 Requerimientos de Suministros de Oficina para áreas administrativas.....	64
4.2.4.6 Requerimientos del personal .....	64
4.2.4.7 Marco Legal Relacionado a la Empresa .....	65
4.2.5. Plan de Implementacion .....	66
4.2.5.1. Puesta en marcha. ....	66
4.2.5.2. Plan de Salida. ....	66
5.CAPITULO: PLAN FINANCIERO.....	68
5.1 OBJETIVO DEL CAPITULO. ....	68
5.2.HORIZONTE DE TIEMPO DEL PLAN FINANCIERO (5 AÑOS). ....	68
5.3.Plan de Inversión. ....	68
5.3.1.    Inversiones en activos fijos. ....	69
5.3.2.    Inversiones en activos diferidos e intangibles.....	69
5.3.3.    Inversiones en capital de operaciones. ....	69
5.2.4.    Depreciación de activos fijos y diferidos. ....	70
5.4.    Plan de Financiamiento. ....	71
5.4.1.    Estrategia de financiamiento. ....	72
5.4.2.    Tabla de amortización (de parte financiada con crédito). ....	73
5.4.3.    Tasa de descuento o Costo Promedio Ponderado de Capital.....	73
5.5.    Proyecciones de Ingresos Operacionales.....	75
5.5.1.    Proyección de las ventas (unidades).....	75
5.5.2.    Proyección de los precios.....	75
5.5.3.    Proyección de los ingresos. ....	75
5.6.    Proyecciones de costos y gastos operacionales.....	76
5.6.1.    Materia Prima Directa. ....	76
5.6.2.    Proyección de costos operacionales .....	76
5.6.2.1.    Mano de obra directa. ....	77
5.6.2.2.    Gastos Indirectos de Fabricación.....	78
5.6.3.    Proyección de gastos operacionales. ....	79

5.6.3.1.	Gastos administrativos.....	79
5.6.3.2.	Gastos de Marketing y Ventas.....	80
5.7.	Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectados.....	82
5.7.1.	Flujo de caja proyectado.....	83
5.7.2.	VAN y TIR.....	83
5.8.	Payback.....	84
5.9.	Punto de Equilibrio.....	84
5.10.	Análisis e interpretación de los resultados de la evaluación financiera.....	85
6.	Conclusiones.....	86
7.	Recomendaciones.....	87
8.	Bibliografía.....	88
9.	Anexos.....	96

## INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Perfil Demográfico de Singapur .....	13
Tabla N° 2 Población por Edades de Singapur .....	14
Tabla N° 3 Perfil Económico de Singapur .....	15
Tabla N° 4 Proveedores de la Pitahaya a Singapur .....	15
Tabla N° 5 Perfil Económico del Ecuador .....	19
Tabla N° 6 Oferta de Singapur en Tonelada .....	30
Tabla N° 7 Proyección de la Oferta .....	31
Tabla N° 8 Oferta Futura .....	31
Tabla N° 9 Demanda de Singapur en Tonelada .....	32
Tabla N° 10 Demanda Proyectada en Tonelada .....	32
Tabla N° 11 Demanda Insatisfecha de Singapur en Tonelada .....	33
Tabla N° 12 Proyección de la Demanda Insatisfecha de Singapur en Tonelada.....	33
Tabla N° 13 Información de la Pitahaya en Almíbar .....	35
Tabla N° 14 Partida Arancelaria de la Fruta en Conserva .....	38
Tabla N° 15 Medida del Cartón .....	41
Tabla N° 16 Medida del Contenedor .....	42
Tabla N° 17 Medida del Palet .....	42
Tabla N° 18 Estimación de la Producción de Pitahaya en Almíbar .....	50
Tabla N° 19 Abastecimiento de Materia Prima Directa .....	52
Tabla N° 20 Abastecimiento de Insumo.....	53
Tabla N° 21 Personal de Trabajo.....	53
Tabla N° 22 Datos generales de la Empresa .....	59
Tabla N° 23 Terreno e Instalaciones .....	62
Tabla N° 24 Mueble de Oficina .....	62
Tabla N° 25 Equipo de Oficina .....	62
Tabla N° 26 Equipo de Computación .....	63
Tabla N° 27 Maquinaria .....	63
Tabla N° 28 Suministro de Oficina .....	64
Tabla N° 29 Personal Administrativo.....	64

Tabla N° 30 Plan de Implementación Exporfrut S.A .....	66
Tabla N° 31 Activo Fijo .....	68
Tabla N° 32 Activo Diferido .....	69
Tabla N° 33 Depreciación de Activos .....	70
Tabla N° 34 Total de Activos .....	71
Tabla N° 35 Plan de Financiamiento .....	72
Tabla N° 36 Amortización .....	73
Tabla N° 37 TMAR .....	74
Tabla N° 38 WACC .....	74
Tabla N° 39 Proyecciones de Venta .....	75
Tabla N° 40 Proyecciones de Precio .....	75
Tabla N° 41 Proyecciones de Ingreso .....	75
Tabla N° 42 Costo Directo de Producción .....	76
Tabla N° 43 Costo Indirecto de Producción .....	76
Tabla N° 44 Proyección de Costo Indirecto .....	76
Tabla N° 45 Mano de Obra Directa .....	77
Tabla N° 46 Mano de Obra Directa Proyectada .....	77
Tabla N° 47 Gastos Indirectos de Fabricación .....	78
Tabla N° 48 Costo de Exportación .....	78
Tabla N° 49 Gastos Operacionales .....	79
Tabla N° 50 Gasto de Publicidad .....	80
Tabla N° 51 Balance General .....	81
Tabla N° 52 Estado de Perdida y Ganancia .....	82
Tabla N° 53 Flujo de Caja Proyectada .....	83
Tabla N° 54 Valor Actual Neto .....	83
Tabla N° 55 Tasa de Interés de Retorno .....	84
Tabla N° 56 Pay Back .....	84
Tabla N° 57 Punto de Equilibrio .....	84

**INDICÉ DE ANEXO**

Gráfico N° 1 Árbol de Pitahaya .....	96
Gráfico N° 2 Mapa Político de Singapur.....	96
Gráfico N° 3 Mapa de Isla Singapur (pulau Ujong).....	97
Gráfico N° 4 Isla de Pulau Ujong -Singapur .....	97
Gráfico N° 5 Mapa Político del Ecuador .....	98
Gráfico N° 6 Balanza Comercial Ecuador- Singapur.....	98
Gráfico N° 7 Envase de Pitahaya en Almíbar .....	99
Gráfico N° 8 Etiqueta .....	99
Gráfico N° 9 Puerto de Singapur.....	100
Gráfico N° 10 Tipo de Embalaje del Producto.....	100
Gráfico N° 11 Tipo de Pallet .....	101
Gráfico N° 12 Cadena de Distribución.....	101
Gráfico N° 13 Ubicación de la Empresa .....	102
Gráfico N° 14 Proceso de Producción .....	102
Gráfico N° 15 Instalaciones de Exorfrut S.A .....	103
Gráfico N° 16 Máquina de Lavar Frutas .....	103
Gráfico N° 17 Máquina de Pelado y Cortado .....	104
Gráfico N° 18 Máquina de Esterilizacion de Envases de Vidrio .....	104
Gráfico N° 19 Máquina Envasadora .....	105
Gráfico N° 20 Máquina para Elaborar Almíbar .....	105
Gráfico N° 21 Máquina Selladora de Envases de Vidrio .....	106
Gráfico N° 22 Balanza Semi-industrial .....	106
Gráfico N° 23 Organigrama de la Empresa .....	107

## INTRODUCCIÓN.

El cultivo en Ecuador hoy en día presenta un gran potencial agroecológico para la producción de pitahaya, sobretodo en zona de la Amazonía y en las áreas subtropicales, donde las características del clima son ideales para el desarrollo de la fruta, en relación a su sabor, tamaño y color.

De los países donde se cultivó dependen del tipo de pitahaya, como por ejemplo la pitahaya roja se cultiva en países como Nicaragua y México, mientras que la pitahaya amarilla se cultiva en Ecuador, Perú, Venezuela y Colombia.

Esta fruta a pesar de su sabor dulce contiene un nivel bajo de calorías, se destaca por un alto contenido en vitamina C y minerales. Entre los beneficios que otorga el consumo de la fruta, ayudan a reducir el riesgo de enfermedades degenerativas, cardiovasculares y el cáncer.

Tiene un aspecto único que atrae a los consumidores. Su pulpa es blanca con pequeñas y suaves semillas comestibles.

La pitahaya es una fruta exótica y tropical también conocida como la fruta del dragón perteneciente a las plantas de las Cactáceas.

Se conocen dos variedades de la fruta: la especie amarilla y la roja, ambos tipos de frutas tienen una forma ovoide, por su lado la fruta roja se caracteriza por su corteza gruesa con brácteas y la amarilla por su corteza con espinas.

Este plan de negocio de basa en la exportación de pitahaya en almíbar, para conocer la factibilidad y que rentabilidad se obtendrá al finalizar su periodo.

## **1. PLAN DE PROYECTO DE GRADO.**

### **1.1. TEMA O TÍTULO DEL PROYECTO.**

**Plan de Negocios para la Exportación de Pitahaya en Almíbar al País de Singapur.**

### **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.**

#### **1.2.1. Formulación del problema de investigación.**

¿Cuál es la Factibilidad que proyecta el plan de negocios, para la exportación de Pitahaya en almíbar al mercado de Singapur?

#### **1.2.2. Sistematización del problema.**

¿Qué estrategias de competitividad se podrían encontrar en la comercialización de Pitahaya en almíbar al mercado de exportación, Singapur?

¿Qué capacidad de demanda se establece, y que métodos de promoción, logística y distribución se utilizarán en el mercado meta?

¿Cómo se desarrolla la producción de pitahaya en almíbar, siendo Singapur un país con estrictas normas de calidad?

¿Cómo está planteada la inversión (costo y beneficio) del proyecto, exportación de Pitahaya en almíbar a Singapur?

### 1.2.3. Delimitación del problema.

<b>Tema</b>	Plan de Negocios para la Exportación de Pitahaya en Almíbar al País de Singapur.
<b>Área de estudio</b>	Negocios Internacionales. (exportación)
<b>Lugar</b>	<b>ORIGEN:</b> Km, Vía Daules 12, Guayaquil – Ecuador. <b>DESTINO:</b> Singapur.
<b>Sector</b>	Industria de Pitahaya en Almíbar.
<b>Tiempo</b>	2017 2021

## 1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

### 1.3.1. Objetivo General.

- Elaborar mediante un plan de negocios, los diferentes lineamientos que permitan realizar una correcta exportación de Pitahaya en Almíbar al mercado de Singapur.

### 1.3.2. Objetivos Específicos.

- Conocer a través de una planificación estratégica las debilidades, amenazas, fortaleza y oportunidades, que se encuentran en el mercado meta.
- Preparar un plan comercial para identificar la demanda y proyecciones de consumo, e implementar métodos de distribución, logísticos y promoción del producto.
- Elaborar el plan técnico organizacional, que muestre la tecnología e insumos necesarios, de tal forma que maximice los recursos y minimice costos, y obtener un producto de alta calidad.
- Diseñar un plan financiero que establezca el tipo de financiamiento y la rentabilidad que proyectará el negocio al término de su tiempo establecido.

#### **1.4. JUSTIFICACION E IMPORTANCIA.**

En Ecuador la producción de pitahaya se establece hace aproximadamente diez años, y ha registrado un alto nivel de crecimiento, esto se debe a las condiciones climáticas que favorece al país, que cosecha una fruta con mayor sabor, tamaño y resistencia.

Debido a esto nace la idea de comercializar la pitahaya, dándole a esta fruta un valor agregado obteniendo como resultado la pitahaya en almíbar y así incursionar en el mercado.

La pitahaya en almíbar es un producto de buena calidad y sabor agradable, y esto facilita el acceso a los consumidores singapurenses, que se inclinan por el consumo de frutas exóticas y productos que les aporte algún valor nutritivo.

Este producto se enfoca en el mercado de Singapur, por ser un país con escasas de agricultura y dependencia de la importación de alimentos, siendo este un buen mercado para ofertar frutas en sus diferentes presentaciones y derivados.

Se estima que mediante el estudio y desarrollo del proyecto, se obtengan resultados favorables, de tal forma que se pueda llevar a la práctica en un determinado momento y pueda beneficiar a sus emprendedores y a todos los que participen directa o indirectamente en este plan de negocios.

#### **1.5. BENEFICIARIOS POTENCIALES.**

Aquellos que se respalden de este proyecto serán beneficiarios potenciales, siendo el creador, el mismo que se favorece para cumplir con sus procesos de culminación de carrera en la universidad, la misma que también se beneficiara por que a ella cederán todos los derecho de autor, asimismo las personas que lleven a la práctica este proyecto, que resultara de tener una buena rentabilidad.

## **1.6. MARCO TEÓRICO.**

### **1.6.1. Generalidades de la pitahaya.**

La pitahaya es una fruta exótica que proviene de la familia cactáceas pero su nombre científico es *Hylocereu undatus*, *triangularis* o *selenicereus*, también conocida como la fruta del dragón, proviene del latín “Pitaya” que significa fruta escamosa, fue descubierta en los países de centro américa, México y Colombia.

Fue reconocida por la cultura azteca, su historia data a los tiempos ancestrales siendo los conquistadores españoles quienes la llevaron a Europa.

La pitahaya se caracteriza por ser resistente al clima seco y se adecua a las alturas y precipitaciones, pueden tolerar temperaturas máximas 38 -40 C, posee tallos en forma triangular, cuyos pétalos son alargado y finos de color rosado, amarillo y blanco. Se presenta como una planta trepadora. (PUCE, 2016).

### **1.6.2. Cultivo en el Ecuador.**

Dentro del territorio Ecuatoriano el cultivo de la pitahaya se lo realiza principalmente en zona amazónica y en zona subtropicales del país, ya que, esto favorece e inciden directamente en la calidad de la fruta, otorgando una ventaja comparativa y competitiva en relación de mayor contenido y el tamaño de la pitahaya. (Ver en Anexos, Gráfico 1).

En el Ecuador se cultivan dos tipos de pitahaya amarilla, una se la cultiva en el callejón andino y pueden pesar hasta 160 gramos y otra que proviene de la Amazonía con un peso hasta 380 gramos, estos varían por el clima y proceso del cultivo.

Las zonas principales del cultivo de la pitahaya se la encuentra en las provincias como: Imbabura, Pichincha, Bolívar, Loja, Napo, Morona Santiago, Santo Domingo de los Tsachilas, Manabí, los Ríos, Santa Elena y Guayas. (TELEGRAFO, 2017)

### **1.6.3. Comercio y producción de la pitahaya.**

La producción de la pitahaya tiene dos escala por año, la primera cosecha de mayor producción son los meses de enero hasta febrero y noviembre hasta diciembre. Pero los meses más bajos de producción son desde el mes de junio hasta agosto, estas variaciones de producción anual se basan con las épocas climáticas.

El porcentaje de producción por provincia tenemos: que en la provincia de Morona Santiago tiene un porcentaje de 69% la mayor producción de la pitahaya, seguido por la provincia del guaya con un porcentaje del 16%, en pichincha con un 9 %, en bolívar con un 2% y con un 4% otras provincias.

Entre las diferentes presentaciones de la pitahaya tenemos: pitahaya en granel, pitahaya en caja (exportación), pitahaya en pulpa y también se presenta en platos gourmet, ensaladas agridulce, jugos y postre.

### **1.6.4. Análisis de la demanda de la pitahaya.**

Singapur es una ciudad dependiente de las importaciones de alimentos y bebidas para poder cubrir la demanda local.

Dentro de su amplia gama de productos agrícolas indispensables en la dieta diaria de los habitantes de Singapur, se encuentra la pitahaya dorada o amarilla, (*Selenicereus megalanthus*),

esta es consumida por el mercado meta, por tener propiedades nutritivas y medicinales, también es utilizada por los grandes hoteles y restaurantes, así como compañía de catering.

Se comercializa a través de los supermercados de Singapur.

#### **1.6.5. Relaciones comerciales entre Ecuador y Singapur.**

Las relaciones comerciales que hay entre Ecuador y Singapur son favorables para ambos países, ya que se faculta el comercio bilateral, tal como las exportaciones e importaciones.

Singapur le otorga arancel cero por ciento a varios productos ecuatorianos, entre estas relaciones comerciales también se abarca otros puntos importantes con las inversiones de sectores estratégicos, ciencias y tecnología.

Ecuador tiene perspectiva de negocio bastante amplia debido a que Singapur depende de otros países para alimentarse. (Proecuador, 2016)

### **1.7. Marco Conceptual.**

#### **Plan de negocios.**

El plan de negocios es un documento donde se describe y explica detalladamente, la estructura de un negocio que se desea realizar por un tiempo determinado, para alcanzar los objetivos que se han planteado.

#### **Exportación.**

Se define como exportación, la acción de comercializar un conjunto de mercancías o servicios al exterior o fuera del país. Un país puede tener la necesidad de exportar con el objetivo de incrementar el desequilibrio que se produce en la balanza comercial con el exterior para de esa manera obtener ingresos que le permitan financiar el proceso productivo y económico de la nación.

**Pitahaya.**

Es una fruta exótica, tiene forma ovalada, muy características de color amarillo o rojo, sus semillas son abundantes y comestibles, su pulpa es blanca y dulce posee vitaminas como el hierro, calcio y abundantes propiedades antioxidantes.

**Almíbar.**

Es una sustancia líquida que se obtiene durante la cocción de edulcorantes y agua, obteniendo una consistencia espesa.

**Mercado.**

Es aquel espacio físico o virtual donde se permite desarrollar el intercambio de productos o servicios entre las dos partes, compradores y vendedores.

**Singapur.**

Es un país perteneciente al continente asiático, actualmente está conformado por sesenta y tres islas, es considerado un país sobresaliente en el comercio internacional y posee el segundo puerto que más mueve mercancías en el mundo.

**1.8. DISEÑO METODOLÓGICO.****1.8.1. Modelo de la investigación.**

En el siguiente plan de negocios se utilizará la herramienta de investigación o método bibliográfico.

El modelo de investigación de este proyecto es de tipo descriptivo, método bibliográfico o método virtual, uno de los más conocidos y utilizados por los investigadores, este método da la

pauta para que se desarrolle otros métodos de investigación, este plan se basará en la teoría y argumentos de otros investigadores, para crear un criterio propio y desarrollar el proyecto.

### **1.8.2. Métodos de la investigación.**

**Método Analítico.-** Este método se implementará para descomponer cada uno de los temas en sus distintivos y obtener un criterio personal durante todo el desarrollo del plan de negocios, se analizará cada variable con el fin de descifrar al máximo cada uno de los temas a desarrollar.

**El método histórico-comparativo.-** Servirá como pauta para el descubrimiento de los indicadores del mercado meta, conociendo la evolución de la demanda, esquema económico y legal del sector a ingresar. De igual forma se analizará el desarrollo de la industria productora de Pitahaya para medir la capacidad de aprovisionamiento del negocio a instaurar.

## **2. CAPÍTULO: PLAN ESTRATÉGICO.**

### **2.1. Objetivo del capítulo.**

Conocer a través de una planificación estratégica las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades, que se encuentran en el mercado meta.

### **2.2. Análisis Estratégico.**

#### **2.2.1. Análisis del macro entorno (País – Mercado).**

En este tópico se definirán las características del mercado, aspectos socioeconómicos (sociales y culturales), demografía y geografía, aspectos políticos y legales del mercado de Singapur, para así identificar las posibles variables que nos permitan evaluar el mercado.

#### **2.2.2. Microambiente del negocio.**

El mercado Meta al que está dirigido este plan es el país de Singapur, ubicado en el continente Asiático, su territorio se divide en cinco consejos de desarrollo comunitario. Su capital es la ciudad de Singapur, por lo que Singapur se considera una ciudad-estado. Está situado al sur del Estado de Johor en la península de Malasia y al norte de las islas Riau de Indonesia, separada de estas por el estrecho de Singapur, Con 697 km<sup>2</sup>, es el país más pequeño del Sudeste Asiático. Su territorio ha crecido constantemente con tierras ganadas al mar. (universal, 2016) (Ver en Anexos, Gráfico 2)

### **2.2.2.1. Factores sociales y culturales.**

La sociedad de Singapur o considerada también la ciudad de los leones, son característicos de poseer una de las virtudes más relevantes como es la paciencia, ya que consideran que es una de las cosas más importantes para la convivencia pacífica entre todas las personas.

Singapur posee una diversidad cultural a causa de que su población es muy variada, se manifiesta que los chinos constituyen gran parte de la población, seguidos por los malayos, los indios y personas provenientes de países occidentales. (SingaporeAO, 2016)

Todos los habitantes de Singapur hablan el idioma oficial inglés como lengua general, pero cada cultura mantiene su lengua nativa, se habla el malayo, mandarín, y tamil.

La variedad de idiomas no es lo único que se ha diversificado, sino también las religiones. Los chinos son fieles seguidores del Budismo, Taoismo, Shenismo, o son cristianos católicos, por otra parte los malayos son musulmanes, y los indios son hinduistas, entre otras religiones respetadas por todos los habitantes, cualquiera sea su religión, cada religión mantiene su espacio, todo Singapur está repleto de templos a los cuales se asiste manteniendo el respeto, en algunos templos se deben asistir bien vestidos y sin escotes, mientras que en otros se deben sacar los zapatos antes de entrar al mismo. A pesar de existir diferentes etnias y culturas los habitantes de Singapur se sienten singapurenses y esto es lo que hace un estado sólido. (SingaporeAO, 2016)

Este país cuenta también con lugares turísticos como los jardines botánicos de Singapur, un lugar que permite relajarse en un ambiente de naturaleza dentro de la ciudad y la reserva natural de Bukit Timah denominada también la jungla de cemento, considerada el pulmón de la ciudad por ser la única selva tropical que queda en la isla.

Cabe recalcar también que sus largas calles son también un centro de atención para los turistas, ya que se encuentran desde puestos tradicionales hasta magníficos rascacielos. En esta ciudad también se encuentra muchos teatros y museos, en la que cada año se celebra el festival de las artes con su fusión entre las culturas orientales y occidentales y todo tipo de artes desde el arte moderno hasta el contemporáneo.

Singapur es considerada la capital gastronómica de Asia, ya que la gran variedad que ofrecen los restaurantes gracias a su diversidad de etnias es impresionante, se pueden encontrar platos de la comida china, malaya, indonesia, japonesa, coreana y tailandesa, y hasta comida occidental como la comida italiana o francesa. (Universia, 2015)

#### **2.2.2.2. Factores demográficos.**

La República de Singapur llamada también el pequeño gigante del sureste asiático, está ubicada en Malasia con la que limita al norte, e Indonesia al sur. Está constituida por 64 islas incluida su isla principal llamada Singapur o Palau Ujong.

Singapur tiene un población estimada de 5´610.000 habitantes, con un incremento del 1.4% del 2015. Dentro de su población total, 3´408.000 son ciudadanos singapurenses y el resto extranjeros. De los 2´202.000 extranjeros, 524.000 son residentes y el resto de los extranjeros con diversos permisos de trabajo. (exteriores, 2016)

**Tabla nº 1. Perfil Demográfico de Singapur.**


---

**PERFIL DEMOGRÁFICO DE SINGAPUR**

Densidad poblacional	7,797 hab/km <sup>2</sup>
Población (2016)	5'607.000 hab.
Población Femenina	2'840.506 (50,66%)
Población Masculina	2'766.494 (49,34%)
Tasa de alfabetización en mayores de 15 años	98,6% de los hombres y 95,2 % de las mujeres. Porcentaje de población con educación secundaria o superior (2016): 52,8%.
Crecimiento poblacional (2016)	1.14%
Tasa de fertilidad	1.24 hijos por mujer
Tasa de natalidad	9.7 por 1000 habitantes
Tasa de mortalidad	4.8 por 1000 habitantes
Renta per cápita	52.090 \$ USA (nº 17 más alto a nivel mundial)

---

**Fuente:** Dept. Statistics Singapore/Banco Mundial, exteriores.gob.es.

**Elaborado por:** Autor del proyecto.

**Tabla nº 2: Población por Edades de Singapur.**

<b>Fecha</b>	<b>Población</b>	<b>0-14 años</b>	<b>15-45 años</b>	<b>46-63 años</b>	<b>64 años en adelante</b>
2016	5'607.000	856.749,60 (15,28%)	2'843.309,70 (50,71%)	1'217.840,40 (21,72%)	689.100,30 (12,29%)
2015	5'535.000	860.139 (15,54%)	2'820.082,50 (50,95%)	1'208.209,50 (21,83%)	646.488 (11,68%)
2014	5'470.000	868.636 (15,88%)	2'797.905 (51,15%)	1'199.024 (21,92%)	604.435 (11,05%)
2013	5'339.000	866.519,70 (16,23%)	2'739.974,80 (51,32%)	1'174.047,20 (21,99%)	557.925,50 (10,45%)
2012	5'312.000	881.206,80 (16,59%)	2'733.555,20 (51,46%)	1'171.296 (22,05%)	525.888 (9,90%)

Fuente: Datosmacro - información de Singapur.

Elaborado por: Autor del proyecto.

### **2.2.2.3. Condiciones Económicas.**

Singapur a pesar de ser un país pequeño, es reconocido mundialmente por ser una economía dinámica, y de constante crecimiento, llegando a ser parte de los cuatro tigres asiáticos, conformados por Hong Kong, Taiwán, Corea del sur y Singapur.

La economía de Singapur es estable, pues es un país con poca corrupción política, razón por la cual es muy bien visto por inversionistas que quieren formar su empresa en este país.

Su moneda es el dólar singapurense. (Revista, 2016).

Tipo de cambio del dólar de Singapur con el dólar estadounidense es de SGD/USD = 1.36160 dólar estadounidense por cada dólar de Singapur.

USD/SGD = 0.73443 dólar singapurense por cada dólar Americano. (Themoney, 2017)

**Tabla n° 3: Perfil Económico de Singapur.**

<b>PERFIL ECONÓMICO</b>	
Moneda	Dólar de Singapur
PIB	SGD 308.10
PIB per cápita	SGD 82.800
PIB por sectores	Agricultura: 0%
	Industria: 25%
	Servicios: 75%
Tasa de desempleo	2%
Tasa de inflación	1%

Fuente: (Fichasingapur, 2015).  
Elaborado por: Autor del proyecto.

#### **2.2.2.4. Auditoría de la competencia.**

Como competidores tenemos a los principales países productores exportadores de pitahaya que son Vietnam, Malasia, Colombia, Taiwán, Tailandia.

Se estima como competidor de este proyecto al país de Vietnam, principal país productor y exportador de pitahaya a Singapur, con exportaciones de 5.565ton. (82%) de las importaciones de Singapur, les siguen Malasia con 1.181ton. (18%), Ecuador 20ton (0.29%), Colombia 14ton. (0.21%), Tailandia 3ton. (0.04%), y Taiwán 2ton. (0.03%). (Proecuador, 2013)

**Tabla N° 4. Proveedores de Pitahaya a Singapur.**

<b>PROVEEDORES</b>	<b>IMPORTACIONES (TNE) 2012</b>
Vietnam	5,565
Malasia	1,181
Ecuador	20
Colombia	14
Taiwán	2
Tailandia	3
<b>Total</b>	<b>6,785</b>

Fuente: PROEC\_ppm2013\_pitahaya\_singapur.  
Elaborado por: autor del proyecto.

#### **2.2.2.5. Factores políticos y legales.**

Singapur se ha basado en ser una república basada en una democracia parlamentaria.

Su representante legal es el presidente del estado, que es escogido en elecciones legislativas, y su papel es ceremonial. La asamblea constituyente es unicameral en Singapur. (Santander, 2017)

“El factor político de Singapur es estable, con un sólo partido gobernante que ha fomentado el crecimiento económico y político del estado, además de no contar con partidos opositores, ventajas que ha permitido al estado mantener un enfoque exclusivamente a las relaciones internacionales, firmando tratados y acuerdos tanto como comerciales y políticos”. (Zuñiga, 2016)

#### **2.2.2.6. Tecnología.**

Singapur también se ha caracterizado por ser uno de los países líderes en avances tecnológicos, como los países de Estados Unidos, Suecia y Hong Kong. Se ha posicionado también en el puesto número tres con mejor índice de innovación mundial en el año 2012, puesto que lo ha seguido manteniendo hasta la actualidad.

“Es considerado el estado más competitivo en cuanto a tecnología, innovación y comunicación se refiere. Existen escuelas de tecnologías avanzadas, llamadas las escuelas del futuro, educan a su talento humano para crear tecnología desde temprana edad, es por esto que Singapur es considerado el país más inteligente del mundo”. (Baquia, 2012).

### **2.3. Micro ambiente externo (Singapur- Pulau Ujong).**

La isla de Pulau Ujong, cuenta con uno de los más grandes territorios de todo el país, es por esto que es considerada la capital de Singapur. (Ver en Anexos, Gráfico 3)

Es la más importante de todas las islas que componen Singapur, tanto por superficie y población, su nombre real aparece como Pulau Ujong que literalmente significa “fin de la isla”, pero sus habitantes la bautizaron con el nombre de Singapur como punto de llegada para llegar desde otros países. (Ver en Anexos, Gráfico 4)

Esta Isla está ubicada por el estrecho de Malaca, y su superficie es de 697 m<sup>2</sup> (wikipedia, 2017)

### **2.4. Microambiente Interno (Ecuador).**

En este segmento se procederá a analizar las variables del negocio, se tomará en consideración el lugar estratégico del negocio, así como también el ámbito político, económico y legal en el que se desempeñará.

#### **2.4.1. Factor político del Ecuador.**

La ubicación geográfica de Ecuador es sobre la línea ecuatorial en la parte noroeste de América del Sur, limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú y al oeste con el océano Pacífico. Cuenta con una extensión territorial de 256.370 km<sup>2</sup>, sumándole a ello el archipiélago de Galápagos, su superficie total es de 283.560 km<sup>2</sup>. (Ver en Anexo, Gráfico 5)

La capital de Ecuador es Quito, y a su vez es sede del Gobierno. En esta se sitúa una importante proporción de la actividad turística y comercial del país que, junto a Guayaquil, componen los dos grandes centros económicos del país. (blogsEcuador, 2014)

Ecuador es un Estado con poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial. El Presidente ejerce la Función Ejecutiva, es el Jefe de Estado y de Gobierno. Su período de gobierno es de cuatro años, y sólo puede ser reelegido una vez, la función Legislativa es ejercida por la Asamblea Nacional misma que se compone de 15 Asambleístas a nivel nacional. (Ecuador G. c., 2016)

#### **2.4.2. Factor económico.**

La economía ecuatoriana se caracteriza por mostrar un crecimiento moderado durante los últimos períodos, su despunte en el comercio internacional ha tenido grandes escenarios y sectores, los cuales le han dado un sitio de gran magnitud en lo que respecta a las operaciones de intercambio internacional de bienes.

Por otro lado, si bien es cierto que el país ha ingresado en una etapa de recesión económica, la cual se ha podido sostener y se prevé superar en un corto plazo. Es aun así considerado como un territorio adecuado para el desarrollo de negocios con una perspectiva de retornos en el mediano plazo.

Por otro lado a pesar de los diversos obstáculos técnicos y restricciones arancelarias que dificultan en cierto límite las operaciones internacionales, cuentan con un tiempo determinado de aplicabilidad, hasta que la economía local empiece su recuperación; de hecho, el país busca modificar su eje dinámico de desarrollo, diversificando su matriz productiva y energética, y paralelamente avanzar en una mayor inserción internacional, mediante la suscripción de acuerdos comerciales con importantes socios, uno de ellos el que ha sido firmado recientemente con la Unión Europea. (Sosa, 2017)

En la tabla a continuación se podrán analizar los indicadores económicos del país en base a los cuales se puede tener un criterio de la situación actual:

**Tabla nº 5. Perfil Económico del Ecuador.**


---

<b>PERFIL ECONÓMICO</b>	
Moneda	Dólar Americano
PIB (2015)	USD 69,969
PIB per cápita (2015)	USD 4,298
PIB por sectores	Agricultura: 9,5%
	Industria: 36%
	Servicios: 54,5%
Tasa de desempleo (2015)	5,4%
Tasa de inflación (2015)	0,90%

---

**Fuente:** (PROECUADOR, 2015, pág. 5);  
(Banco Central del Ecuador, s.f.); (El Universo, 2015)

**Elaborado por:** el autor del proyecto

Ecuador frente a Singapur posee una balanza negativa en el año 2015, debido al índice de importaciones de productos no petroleros, que Ecuador mantiene con Singapur, aunque existen años en que la balanza resulta positiva a causa de las exportaciones de productos de la agricultura, Singapur es el que más se beneficia con las exportaciones hacia nuestro país. (Ver en Anexo, Gráfico 6)

### **2.4.3. Factor sociocultural.**

De acuerdo a los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) la población total de Ecuador se proyectó en aproximadamente 16,5 millones de habitantes para el 2016, con una densidad poblacional de 55,6 h/km<sup>2</sup>. El 75% esta población se encuentra localizada en zonas urbanas, mientras que el resto está en el área rural.

Con respecto a la estructura estaría, según el último Censo de Población (2010), el 93% de la población es menor a los 64 años; el 32 % son niños y jóvenes menores a 14 años, mientras que el 27% corresponde a individuos de entre 15 y 29 años.

La composición étnica del Ecuador es de mayoría mestiza, con un 65%, los indígenas representan el 25% de la población, los blancos el 7% y los afro-descendientes el 3%.

En lo concerniente a las creencias, cabe indicar que en el país existe libertad de culto, predominando la religión católica en un 85%. Por ser considerado un país pluricultural, se encuentran diversas lenguas y dialectos, siendo reconocidos como idiomas oficiales el español, con un 94% de la población que lo practica, y el quechua. Sin embargo existen otros dialectos e idiomas, como el shuar, tsáfiqui, utilizados por los pueblos originarios y reconocidos por la Constitución de la República. (Ecuador g. c., 2016)

#### **2.4.4. Factor Tecnológico e industrial.**

El desarrollo industrial y tecnológico aun presenta un crecimiento reducido para el país, donde las principales actividades productivas son: el petróleo, la producción de banano, rosas y flores, camarón, cacao, café, pesca blanca, aceites y grasas, entre otras. Todas ellas tienen como destino fundamental la exportación.

Sin embargo en lo que respecta al desarrollo tecnológico, para el año 2016 el país se ubicó en el puesto número 46 en innovación tecnológica en América Latina, esto según el Reporte Global de Tecnologías de la Información del Foro Económico Mundial. Para lo cual se consideró la velocidad en el desarrollo de la industria, su impacto en los sistemas de producción, administración y gobierno. (News, 2016)

## **2.5. Análisis de la industria.**

### **2.5.1. Antecedentes generales y evolución de la industria.**

La industria está ligada con la agricultura, pesca, ganadería y demás recursos naturales que posee un determinado territorio o país. Estos recursos naturales sufren una transformación, para obtener un producto deseado, este conjunto de procesos y escenarios de transformación se denomina industrial.

La agroindustria en el Ecuador es uno de los sectores más importantes para su desarrollo, debido a que genera fuentes de empleo y dinamiza la economía del país gracias a sus productos elaborados, los cuales son comercializados de forma internacional.

Las conservas de frutas son una fuente importante dentro de la agroindustria Ecuatoriana, ya que esta es la que más sobresale reconociendo a los productos de buena calidad que se han dado a conocer de forma nacional e internacional, esto gracias a que Ecuador es productos de las mejores materias primas agrícolas. (Flasco, 2015)

### **2.5.2. Industrialización de la fruta.**

En el mercado se encuentran productos elaborados a base de frutas frescas, no solo se las adquiere en su estado natural, sino que se han sometido a varios procesos de transformación con el fin de agregarle valor y obtener variedad de artículos a partir de la misma fruta tales como:

Pulpa (congelado), Mermelada, Confituras, Fruta deshidratada, Aceites, Esencias, Pasta, puré, Conservas.

## 2.6. Análisis estructural del Sector Industrial, 5 fuerzas de Porter.

Las 5 fuerzas de Porter es un esquema donde el autor se refiere esencialmente a dos variables, la primera de ellas a los factores que se vinculan con el sector económico, entre estos los competidores y la segunda variable resalta el poder de negociación que se tiene en las dos vías, tanto con los proveedores como con los clientes. (Dvoskin, 2004)

- **Poder de negociación de los proveedores.-** Los proveedores de la fruta pitahaya tienen un mercado preestablecido, por lo que el poder en este caso sí lo tendrían ellos, lo que se debe analizar son las estrategias, para que exista un balance en el poder de las negociaciones y poder escoger fieles proveedores, con materia prima de calidad y bajo costo.
- **Poder de negociación de los compradores.-** La pitahaya en almíbar es un producto conocido en el mercado internacional, es por esto que se analizará el precio de mercado y se determinará en un punto de equilibrio que permita un resultado ganar-ganar.
- **Nuevos competidores.-** Se considera como posibles competidores al país Colombia, que produce el mismo tipo de frutas, de la misma calidad y sabor y a su vez exporta a Singapur.
- **Productos sustitutos.-** Entre los productos sustitutos que puede tener la pitahaya en almíbar, son aquellas conservas en almíbar de otras frutas como el durazno, fresas, manzana, entre otros.
- **Rivalidad entre competidores.-** Se identifica como principales países competidores a Vietnam y Malasia con el mayor número de exportaciones de pitahaya a Singapur.

### **2.6.1. Análisis FODA**

#### **Análisis interno.**

##### **Fortalezas.**

- Requerimiento de Recurso Humano fácil de contratar.
- Bajo costos en la implementación de marketing
- Precio del producto asequible para toda clase de personas
- La fruta posee un alto porcentaje de vitaminas, nutrientes y hierro lo que es beneficiosa para el estreñimiento y otros usos medicinales.
- Diversidad y abundancia de cosecha de materia prima.

##### **Debilidades.**

- Producto nuevo para los consumidores.
- Producto sustitutos y marcas más reconocidos en el mercado.
- Marca nueva no conocida por el mercado de Singapur.

#### **Análisis externo.**

##### **Oportunidades.**

- Producto altamente demandado en el mercado meta.
- Tendencia de consumo de productos derivados de frutas.
- Fácil ingreso al mercado con arancel 0.

**Amenazas.**

- Diversidad de productos de la competencia.
- Competidores potenciales en el ámbito de producción y exportación.
- Créditos limitados e intereses altos por parte de entidades bancarias.

**2.6.2. Planteamiento Estratégico.**

La empresa Exporfrut S.A contará con la siguiente misión y visión de la empresa.

**2.6.2.1. Misión.**

Producir y comercializar un producto de alta calidad a precios justos y satisfacer las necesidades de nuestros clientes o consumidores.

**2.6.2.2. Visión.**

En un corto plazo, ser reconocida por los consumidores, como una empresa líder que proporciona productos que satisfacen sus aspiraciones de bienestar y nutrición.

**2.6.3. Objetivos Estratégicos.****2.6.3.1. Financiero.**

- Establecer un punto de equilibrio entre costos, gastos y precio de los productos.
- Conocer el plan financiero de la empresa, de tal forma que se puedan establecer estrategias para minimizar costos.

**2.6.3.2. No financieros.**

- Producir la mejor calidad del producto.
- Ser amigable con el medio ambiente.
- Ser líderes en innovación de productos y servicios.

## **2.6.4. Estrategias.**

### **2.6.4.1. Cartera de productos.**

El plan de negocios está encaminado a producir y exportar un solo producto, la pitahaya en almíbar, en frasco de vidrio.

### **2.6.4.2. Matriz BCG: estrellas, vacas lecheras, dilemas (interrogantes), perros (huesos).**

#### **Estrella.**

En este primer segmento se ubican negocios/productos con un gran crecimiento en el mercado y con una alta participación de estos mismos productos en él. Se debe prestar especial atención a las inversiones en este tipo de productos/negocios, debido al alto crecimiento de los mismos en el mercado. (educadictos, 2016)

#### **Vaca.**

Son productos/negocios privilegiados ya que se sitúan en industrias maduras siendo líderes. La fidelidad adquirida de los clientes hace que se reduzca la necesidad de inversión en marketing. (educadictos, 2016)

#### **Interrogante.**

En él se engloban productos/negocios con baja participación en los mercados pero que cuentan con buenas expectativas, al tener estas altas tasas de crecimiento, o sea, buenas expectativas. (educadictos, 2016)

**Perro.**

En este segmento existe poca participación en el mercado, el cual posee además bajas tasa de crecimiento. Son mercados maduros y en decaimiento. No suele ser recomendable invertir en este tipo de producto/servicio pues no suelen resultar rentables. (educadictos, 2016)

“**Exotical**” es un producto de una fruta original como lo es la pitahaya, acompañado del dulce sabor del almíbar, y se encuentra en el cuadrante de estrella, por ser un producto bastante demandado en el mercado.

### **3. CAPÍTULO: PLAN COMERCIAL.**

#### **3.1. OBJETIVOS DEL CAPÍTULO.**

Preparar un plan comercial para identificar la demanda y proyecciones de consumo, e implementar métodos de distribución, logísticos y promoción del producto.

#### **3.2. ANÁLISIS DEL MERCADO DE REFERENCIA.**

##### **3.2.1. Tipo y estructura de mercado.**

El mercado de Singapur es un mercado con grandes oportunidades para el sector agroalimentario, su pequeño tamaño y su escasa agricultura, hace que sea un país dependiente del comercio internacional para poder conseguir sus alimentos.

Los consumidores de Singapur son muy exigentes, en cuanto a calidad y atención al cliente se refiere, ellos gozan de buen poder adquisitivo y tienen en cuenta la calidad y marca de un producto antes de preferirlo, son muy arriesgados en probar nuevos productos, pero primero toman en cuenta la calidad del mismo.

Los singapurenses se inclinan más por productos internacionales, y su cultura culinaria hace que sean clientes muy exigentes al momento de escoger un producto siendo los productos gourmet un producto de crecimiento y expansión. (ICEX, 2016)

##### **3.2.2. Identificación y análisis de segmentos de mercado objetivos.**

###### **3.2.2.1. Mercado objetivo.**

La pitahaya en almíbar va destinada a personas de entre 15 a 45 años edad perfecta para que el producto pueda ser consumido, aunque es un producto que posee vitaminas como el hierro y la vitamina C, es diurética y un producto elaborado con azúcar, por lo que no es recomendable el consumo excesivo a partir de los 46 años ni antes de los 14 años de edad.

### **3.2.2.2. Consumidores:**

La pitahaya en almíbar es un producto de precio justo en el mercado, su precio es accesible para todo tipo de clases sociales, es también un producto fácil de llevar y de servirse en cualquier lugar.

### **3.2.3. Identificación y análisis de la competencia directa.**

Los competidores directos de este plan de negocios son las empresas ecuatorianas, SBG Cía. Ltda. y MM&COMPANY EXPORTADORES S.A empresas dedicadas a las exportaciones de frutas tropicales entre ellas la pitahaya y sus derivados, las cuales ya han establecido su marca en el mercado en Singapur.

La fruta que estas empresas exportan son cosechadas dentro del Ecuador, las cuales poseen la misma calidad y sabor del resto de países exportadores, cabe recalcar que la pitahaya ecuatoriana tiene gran acogida en los mercados internacionales por su calidad y sabor, esto se debe a que el clima en el Ecuador ayuda a la producción de esta fruta.

Nuestra ventaja competitiva en este plan de negocios es que se va a comercializar la fruta con un valor agregado, el cual también es consumido en el país de destino, Singapur. (Proecuador, 2016)

### **3.2.4. Factores críticos de éxito y ventajas competitivas a desarrollar.**

En el mercado existen un sin número de productos con altos niveles de glucosa y azúcar, sin tener en cuenta la salud del consumidor, a diferencia de otros productos almibarados, la pitahaya en almíbar es un producto medio en azúcar y con mayor porcentaje de fruta, para de esta forma obtener un producto de calidad, siendo la pitahaya una fruta rica en fibra, antioxidantes y nutrientes esenciales que el ser humano necesita.

Por otro lado se puede mencionar que la pitahaya en almíbar EXOTICAL, tiene un precio menor al de la competencia, ya que se produce en un país donde la fruta tiene abundancia de cosecha utilizando productos naturales que no maltratan el ambiente.

### **3.2.5. Dimensionamiento de la Oferta Actual y Potencial.**

En el 2016 Singapur muestra importaciones de 5.234 toneladas y exportaciones 1299 toneladas de partida arancelaria 20.06.00 que representa las frutas en conserva y entre ellas la pitahaya en almíbar, Singapur no posee producción nacional por lo que las exportaciones son resultado de importaciones destinadas a las reexportaciones. (trademap, 2017)

En cuanto al sector de comercio exterior, Singapur es uno de los principales centros comerciales del mundo, y por esta razón el grueso de sus exportaciones está constituida por reexportaciones, por lo general las exportaciones con arancel 20.06 son importaciones destinadas a la reexportación por lo que se sustenta que aún sin haber producción nacional puede existir una cantidad considerable de exportaciones del mismo arancel.

**Tabla N° 6 .Oferta de Singapur en Toneladas.**

Año	Producción Nacional	Importaciones	Exportaciones	CNA EN TONELADAS
<b>2012</b>	0	5998	1835	4.163
<b>2013</b>	0	6249	2115	4.134
<b>2014</b>	0	5555	1824	3.731
<b>2015</b>	0	5753	1825	3.928
<b>2016</b>	0	5234	1299	3.935

**Fuente:** (Trademap, 2017)

**Elaboración:** Autor del proyecto.

Con los datos obtenidos se realiza una proyección lineal de los siguientes años para calcular la oferta estimada. La fórmula que se desea obtener es:

$$Y (\text{CNA}) = a + b X$$

Donde:

**a** = El promedio del CNA en los años previos.

**b** = La variación promedio entre cada año.

**X** = Es el valor independiente que el investigador indica.

**Y** = Es el valor dependiente que se obtiene como resultado de la aplicación de la fórmula, éstos indicarán las ofertas potenciales.

Para realizar los cálculos respectivos se hará una tabla donde se colocarán los valores del Consumo Nacional Aparente (CNA) de cada año, los valores independientes (valor de X), se multiplica los valores del CNA con los valores de X y por último se obtendrá los valores que resultarán de haber elevado al cuadrado el valor de X, para así encontrar los valores antes mencionados.

**Tabla N°7 Proyección de la Oferta.**

<b>Año</b>	<b>X</b>	<b>Consumo Nacional Aparente</b>	<b>X.Y</b>	<b>X<sup>2</sup></b>
<b>2012</b>	-2	4.163	-8326	4
<b>2013</b>	-1	4.134	-4134	1
<b>2014</b>	0	3.731	0	0
<b>2015</b>	1	3.928	3928	1
<b>2016</b>	2	3.935	7870	4
<b>TOTAL</b>		<b>19.891</b>	<b>662</b>	<b>10,00</b>

*Elaboración: Autor del proyecto.*

Con estos datos se puede encontrar el valor de **a** dividiendo la sumatoria del CNA para el número de datos que se tiene, es decir para 5. Para el caso de encontrar el valor de **b** se obtiene dividiendo la sumatoria de **X.Y** para la sumatoria de **X<sup>2</sup>**. Los resultados son los siguientes:

$$a = 3.978,20$$

$$b = 66,20$$

Con estos datos se tiene la fórmula para estimar los valores futuros de la oferta:

$$Y = 3.978,20 + 66,20X$$

Siguiendo la secuencia de los valores de **X**, se indica lo siguiente:

**Tabla 8. Oferta Futura.**

<b>Año</b>	<b>X</b>	<b>Consumo Nacional Aparente</b>
<b>2017</b>	3	4.176,80
<b>2018</b>	4	4.243
<b>2019</b>	5	4.309,20
<b>2020</b>	6	4.375,40
<b>2021</b>	7	4.441,60

*Elaboración: Autor del proyecto.*

### 3.2.6. Dimensiones de la Demanda Actual y Potencial.

La demanda se obtiene de la multiplicación de la población por el consumo per cápita de cada habitante por año.

La población a la cual va dirigido este plan de negocio está establecida a personas de 15 a 45 años, es decir el 50.71% de la población de Singapur en el 2016, con un consumo per cápita de 60 kg cada año, a continuación se muestra una tabla de la demanda de conservas de fruta de los últimos 5 años.

**Tabla N°9. Demanda de Singapur en Toneladas.**

AÑO	POBLACION ( 15-45 años)	CONSUMO PER CAPITA KG	DEMANDA KG	DEMANDA TON.
2012	2'848.311	60 kg	170'898.600	170.898,6
2013	2'807.204	60 kg	168'432.240	168.432,24
2014	2'761.588	60 kg	165'695.280	165.695,28
2015	2'706.464	60 kg	162'387.840	162.387,84
2016	2'843.309	60 kg	170'598.582	170.598,58

*Elaboración: Autor del proyecto.*

**Tabla N°10. Demanda Proyectada en Toneladas.**

AÑO	POBLACION ( 15-45 años)	CONSUMO PER CAPITA KG	DEMANDA KG	DEMANDA TON.
2017	2'870.320	60 kg	172'219200	172.219,20
2018	2'897.588	60 kg	173'855280	173.885,28
2019	2'925.115	60 kg	175'506.900	175.506,90
2020	2'952.904	60 kg	177'174.240	177.174,24
2021	2'890.956	60 kg	173'457.360	173.457,36

### 3.2.7. Demanda Insatisfecha.

Con los datos obtenidos se estima que la demanda insatisfecha es la siguiente:

**Tabla N°. 11 Demanda Insatisfecha de Singapur en Toneladas.**

Año	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
<b>2012</b>	170.898,6	4.163	166.735,60
<b>2013</b>	168.432,24	4.134	164.298,24
<b>2014</b>	165.695,28	3.731	161.964,28
<b>2015</b>	162.387,84	3.928	158.459,84
<b>2016</b>	170.598,58	3.935	166.663,58

*Elaboración: Autor del proyecto.*

#### 3.2.7.1. Proyección de la demanda Insatisfecha.

**Tabla N°12. Proyección de la Demanda Insatisfecha en Toneladas.**

Año	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
<b>2017</b>	172.219,20	4.176,80	168.042,40
<b>2018</b>	173.885,28	4.243,00	169.642,28
<b>2019</b>	175.506,90	4.309,20	171.197,70
<b>2020</b>	177.174,24	4.375,40	172.798,84
<b>2021</b>	173.457,36	4.441,60	169.015,76

*Elaboración: Autor del proyecto.*

### 3.2.8. Demanda que atenderá el proyecto.

Exporfrut S.A exportará 129.600 unidades de pitahaya en almíbar, representando 120 toneladas del producto, siendo 0.072% la demanda insatisfecha que atenderá el proyecto.

### **3.3. Plan de Comercial.**

#### **3.3.1. Objetivos del plan comercial.**

- Establecer una estrategia de marca que identifique y describa al producto.
- Establecer el precio del producto, e incentivar a la venta de la pitahaya en almíbar mediante estrategias de marketing.
- Determinar el método o forma de pago internacional.

#### **3.3.2. Mix de Marketing.**

##### **3.3.2.1. Auditoria y estrategia de producto.**

- Conserva de fruta Natural.
- Presentación fácil de servir.
- Presentación fácil de llevar.
- Exquisito sabor Natural.

##### **3.3.2.1.1. Adaptación o modificación requerida.**

La materia prima ya descrita anteriormente, es la fruta Pitahaya, la cual será sometida a un proceso para así obtener la conserva en almíbar de pitahaya.

El proceso de transformación lleva el respectivo control de calidad de todos los ingredientes, y la estricta envasado y sellado del producto.

El envase será de vidrio correctamente diseñado para almacenar el gramaje justo para un producto de calidad.

El contenido del producto será de 500gramos presentación tomada en consideración según los gustos y preferencias del mercado de Singapur.

### 3.3.2.1.2. Atributos y beneficios del producto.

Para la fabricación de la conserva EXOTICAL utilizaremos el fruto pitahaya en su naturalidad.

#### **Beneficios del producto.**

- Producto natural.
- Producto orgánico, ya que su fruto es cultivado orgánicamente.
- Esta conserva natural facilita la absorción de otras vitaminas y minerales que son buenas para la piel.
- Se utiliza para platos gourmet.

### 3.3.2.1.3. Componentes centrales del producto.

**Tabla N°.13 Información Nutricional de la Pitahaya en Almíbar.**

INFORMACION NUTRICIONAL	
<b>Tamaño por porción : 30.0g</b>	
<b>Porciones por envase: 17.0 aprox.</b>	
<b>Cantidad por porción</b>	
Energía <b>168 kj</b>	<b>40.0 Cal.</b>
Energía de grasa <b>0kj</b>	<b>0.0 Cal</b>
	<b>Valor</b>
<b>Diario</b>	
Grasa Total <b>0g</b>	0%
Grasa Saturada <b>0g</b>	0%
Colesterol <b>0mg</b>	0%
Sodio <b>190.0mg</b>	8%
Carbohidratos totales <b>10.0g</b>	3%
<b>Azucares 10.0 g</b>	
Proteínas	0%
Vitaminas A	0%
Vitamina C	0%
Calcio	6%
Hierro	0%

**Elaborado:** Autor del proyecto.

#### **3.3.2.1.4. Componente de envase.**

El recipiente que se utilizara será el frasco de vidrio, con tapa rosca, este recipiente permitirá que el producto este visible al consumidor, y de esta manera pueda causar un impacto visual para que por curiosidad del espectador sea consumido.

El envase de vidrio permitirá además que el producto se conserve de mejor forma, evitando así el uso excesivo de preservantes.

La conserva de Pitahaya EXOTICAL mantendrá una sola presentación, y un mismo gramaje (500gr), el mismo que será fácil de llevar y servir.

El envase medirá aproximadamente 80mm de diámetro de ancho y largo y 150mm de alto. (Ver en Anexos, Gráfico 7 )

#### **Cantidades por presentación de 500gr.**

Cantidad por caja: 12 unidades.

#### **3.3.2.1.5. Estrategia de marca.**

La Marca se ha escogido acorde a las costumbres, idiomas y requisitos del mercado de Singapur. (Ver en Anexos, Gráfico 8)

**Marca:** *EXOTICAL*.

**Slogan:** *con Vitaminas y Minerales.*

### **3.3.2.2. Auditoría y estrategia de precio.**

Para determinar el precio de la pitahaya en almíbar se tomarán en cuenta todos los costos fijos y variables que se presentan en el proyecto, considerando en cuenta un margen de utilidad del 20% por cada producto.

#### **3.3.2.2.1. Términos de Venta (INCOTERM).**

El incoterm a utilizarse será el CIF (Costo, Seguro y Flete).

Se acordó entre ambas partes utilizar este incoterm, ya que beneficiará en responsabilidades, tanto a exportador como importador, dejando en claro lo siguiente:

La empresa Exporfrut S.A realizará la entrega y el despacho de exportación del producto EXOTICAL (pitahaya en almíbar) en el puerto de embarque de Contecon (Guayaquil-Ecuador). Del mismo modo, contratará el transporte principal y seguro hasta el puerto de Singapur.

La empresa importadora (Distribuidora Fairprice), realizará el despacho aduanero a la importación, asumiendo el riesgo de pérdida y daño de la mercancía desde el lugar de entrega.

Fairprice Co-operative Ltd. fue fundada por el movimiento obrero en 1973. FairPrice es el primer supermercado con más aceptación de los consumidores, ha crecido hasta convertirse en el minorista más grande de Singapur, con una red de más de 270 puntos de venta, y tiene una Participación del mercado 9% de otros supermercados. (PROECUADOR, 2106)

### 3.3.2.2.2. Partida arancelaria.

**Tabla N°.14 Partida Arancelaria de las Frutas en Conserva.**

<b>PARTIDA ARANCELARIA DE LA PIATAHAYA</b>	
<b>SECCION IV</b>	Productos de las industrias alimentarias; Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre, tabaco y sucedáneos del tabaco, elaborados.
<b>Capitulo</b>	20- Preparaciones de hortalizas, frutos y otros frutos o demás partes de plantas.
<b>Partida</b>	2006.00- Hortalizas, frutas u otros frutos y sus cortezas y demás partes de plantas, confitados con azúcar, (almibarados, glaseados o escarchados).

Fuente: (Aduanet, 2017)  
Elaborado por: Autor del proyecto.

### 3.3.2.2.3. Impacto del tipo de cambio en la fijación del precio.

La negociación se llevará en dólares americanos, la misma que beneficie a dualidades (exportador e importador)

**Tipo de Cambio de Moneda:** En Dólar de Singapur, el tipo de cambio es 1.39 dólares de Singapur por cada dólar americano.

### 3.3.2.2.4. Métodos de cobro/pago internacional.

El método de pago internacional que podemos establecer en una negociación internacional es el pago por medio de Carta de Crédito, que constituye uno de los documentos más seguros y beneficiarios para ambas partes, tanto como para el exportador como para el importador. (Santander, 2017)

### **3.3.2.3. Auditoría y Estrategia de Distribución.**

#### **3.3.2.3.1. Modo de transporte.**

El modo de transporte que se utilizará para la exportación de la mercancía es el medio de transporte marítimo, dándole ventajas y desventajas.

Una de las ventajas que tiene este medio de transporte que es el costo es mucho más económico que otro tipo de transporte internacional, y la desventaja es el mayor tiempo de viaje que lleva la mercancía al país de destino.

#### **3.3.2.3.2. Puerto/aeropuerto de origen y destino.**

##### **Puerto de origen.**

El puerto donde se va embarcar la mercadería es el Puerto de Guayaquil.

El Puerto Marítimo de Guayaquil ubicado en la ciudad del mismo nombre del puerto es está localizado en la costa occidental de América del Sur, en un brazo del mar, el Estero Salado.

Es la principal entrada marítima del Ecuador un país equidistante entre los dos extremos occidentales del continente americano, Guayaquil, su principal puerto comercial, está ubicado dentro del golfo del mismo nombre; siendo éste el más importante punto geográfico de la costa oeste de Sudamérica. (Andes, 2016)

##### **Puerto de destino: Puerto de Singapur.**

El puerto de Singapur, pertenece como su propio nombre indica a la república de Singapur, está situado al sur del estado de Johor en la península de Malasia y al norte de las islas Riau de Indonesia.

Conformado por instalaciones colectivas y terminales marítimas que llevan a cabo funciones de gestión del comercio. (blogsmundo, 2016)

Es el segundo puerto más grande del mundo, habiendo sobrepasado los 30 millones de Teus anualmente, tiene varias terminales las cuales son: Tanjon Pagar, Keppel, Pasir panjong, Jurong y Sembawang, el puerto recibe un promedio de 40.000 buques al año. (Ver en Anexos, Gráfico 9)

#### **3.3.2.3.3. Tipos de regulaciones de marcas y etiquetas del destino.**

Singapur es muy estricto en la identificación de los productos que oferta, es por estos que se basa en las normas que se dan a continuación:

El idioma permitido en el embalaje y etiquetado es el idioma Ingles.

Las unidades de medidas autorizadas son las unidades métricas de medidas y peso

Las normas relativas al etiquetado son:

- Nombre y dirección del vendedor o fabricante.
- Cantidad neta siguiendo las Normas métricas de peso y medidas.
- País de origen.
- Los paquetes de comida descrita como "enriquecida", "fortificada", "vitaminada" deben indicar la cantidad de vitaminas o minerales añadidos por unida métrica.
- Los materiales de etiquetado/empaquetamiento no deben tener ninguna relación con enfermedades/condiciones como lo indica la ley de Medicamentos (Publicidad y Venta).

(santander, 2016)

#### **3.3.2.3.4. Requisitos de empaque y embalaje.**

Los servicios de aduana son estrictos con la calidad del empaquetado y el etiquetado, que deben ajustarse a las normas internacionales.

El idioma permitido en el embalaje es el inglés y el marcado de origen “hecho en” es obligatorio al importar comida, licores, medicamentos y pinturas.

Las unidades de medidas autorizadas son unidades métricas de mediadas y peso. (Santander, 2016)

#### **3.3.2.3.4.1 Tipo de embalaje requerido.**

Para la exportación utilizaremos cajas de cartón corrugado con separadores, con las siguientes medidas: (ver en Anexos, Gráfico 10)

**Tabla N° 15. Medidas del Cartón.**

<b>Medidas del Cartón</b>	
<b>Alto:</b>	150 mm
<b>Ancho:</b>	240 mm
<b>Largo:</b>	320 mm

*Elaboración: Autor del proyecto.*

#### **3.3.2.3.5. Tipo de contenedor o medio de transporte.**

El medio de transporte empleado para la exportación de la conserva de pitahaya será vía marítima, debido a que el empaque ayuda a la conservación del producto no tenemos problemas con la fecha de caducidad del mismo. Se utilizará contenedores Dry Estándar de 20 pies.

Se estibaran 900 cajas de 12 unidades de 500 gramos en cada contenedor, aproximadamente 10.800 unidades de pitahayas en almíbar.

**Tabla N° 16. Medidas del Contenedor.**

PESO	VACIO	<b>2.250 kg</b>
	<b>PESO MAXIMO</b>	28.240 kg
MEDIDAS	<b>EXTERNO</b>	<b>INTERNO</b>
LARGO	6.058 mm	5.900 mm
ANCHO	2.458 mm	2.345 mm
ALTO	2.591 mm	2.400 mm
VOLUMEN	33,30 m <sup>3</sup>	

Fuente: (Slideshare, 2011)  
Elaborado: Autor del proyecto.

Para la estiva respectiva del contenedor se utilizaran palet con las siguientes medidas (Ver en Anexos, Gráfico 11)

**Tabla N° 17. Medidas de Palet.**

<b>Alto</b>	1.45 Centímetros
<b>Ancho</b>	96 centímetros
<b>Largo</b>	118 centímetros

*Elaboración: Autor del proyecto.*

### 3.3.2.3.6. Documentación requerida.

Las normas aduaneras de Singapur tienen como requisitos generales para el ingreso para todas las mercancías:

- Factura comercial.
- Documento de transporte.
- Lista de carga.
- Declaración del valor en aduana.
- Seguro de transporte.
- Documento Único Administrativo.

### **3.3.2.3.7. Exigencias de seguro.**

Se contratará un seguro para transportar el producto desde la empresa hasta el puerto de Guayaquil.

Los requisitos a exigir son:

- Llenar formulario de cliente.
- Copia de la Escritura de Constitución y de sus reformas, (Si existen).
- Copia certificada del nombramiento del Representante Legal o Apoderado.
- Nómina de accionistas o socios, otorgada por el órgano de control o registro competente.
- Certificados de cumplimiento de obligaciones otorgado por el órgano de control competente, de ser aplicable (SRI, IESS, Superintendencias, etc.,)
- Estados financieros, mínimo un año atrás.
- Copia de recibo de cualquier servicio básico.
- Documentos de la persona que firma autorizada de la empresa.
- Copia de documento de identificación del cónyuge o conviviente del representante legal o apoderado.
- Una vez cumplidos todos los requisitos y aprobados se podrá ser cliente de la compañía de seguros y se podrá contratar una póliza de seguros.
- La movilización deberá ser solo en horas solares.

La compañía de seguros cuenta con el servicio de candado satelital, apoyo y reacción en ruta.

### **3.3.2.3.8. Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios.**

Dentro de los requisitos sanitarios y fitosanitarios tenemos nuevos aditivos y ampliación del uso de los ya existentes; revisión de los límites de contaminantes; revisión de las prescripciones aplicables a la importación de productos alimenticios; normas sobre productos alimenticios nuevas y revisadas; prescripciones nuevas y revisadas sobre etiquetado alimentario.

La regla 14 2) del Reglamento de productos alimenticios permitía anteriormente el uso de la expresión "sin marca" para la declaración del permiso de importación si el producto alimenticio elaborado carecía de nombre comercial en el momento de importación. Tras la introducción de las modificaciones, la expresión "sin marca" ya no está permitida. El nombre comercial del producto alimenticio elaborado deberá declararse en el permiso de importación.

Si el producto carece de nombre comercial al importarse, en el permiso de importación deberá declararse el nombre del fabricante del producto o el nombre comercial previsto para el producto.

La finalidad de esta medida es el rastreo del origen del producto.

### **3.3.2.3.9. Tipos de requisitos normas legales, calidad y buenas práctica.**

Todos los productos alimentos que ingresan a Singapur están regidas por la Agroalimentaria y vegetal AVA, la misma que regula todas las normas que debe cumplir un producto para que pueda ingresar al mercado, dentro de las certificaciones con más importancias son:

- Certificado de APCC (Análisis de peligro y puntos de control críticos)
- Certificado que confirme la calidad “orgánica” del producto.
- Demás certificaciones de calidad

Singapur es un país bastante exigente en cuanto a calidad y presta mucha atención al nivel de pesticidas utilizado en las frutas.

#### **3.3.2.3.10. Cadena de distribución**

La cadena de distribución comienza con el proveedor de la materia prima, perteneciente a Santo Domingo de los Tsachilas, luego la materia prima es receptada en la empresa Exporfrut S.A que se dedica a darle el valor agregado para convertirla en pitahaya en almíbar, luego el producto terminado es empacado y transportado hasta el puerto de Guayaquil CONTECOM, para que pueda llegar hasta el puerto de Singapur lugar donde se comercializará el producto mediante el distribuidor Fair Price, el mismo que hará llegar el producto al consumidor final.

Para la distribución del producto en el mercado de destino, tenemos a la distribuidora Fair Price, aquella que comercialice y distribuya la conserva de Pitahaya en los diferentes puntos de venta de Singapur y sus alrededores. (Ver en anexos, Gráfico 12)

Se acordará con el distribuidor que el nombre de supermercados Fair Price, vaya escrito en la etiqueta como alianza estratégica entre la empresa fabricante Exporfrut S.A y el distribuidor Fair Price.

#### **3.3.2.3.11. Canal de distribución específico.**

El canal de distribución específico al cual se regirá la empresa Exporfrut S.A será mediante los servicios de la distribuidora FAIR PRICE una de las principales Distribuidoras de Frutas en Singapur que garantizan un amplio surtido que los consumidores requieren.

#### **3.3.2.3.12. Proveedores de servicios al comercio exterior requeridos.**

Para el buen funcionamiento de la empresa se contará con los siguientes proveedores de servicios:

1.- Se contratarán los servicios de un Agente Afianzado de Aduanas.

2.- Para trasladar el producto a Singapur utilizaremos la Agencia Naviera Maersk para que se encargue de todos los trámites de arribo del buque.

3.- Por cualquier percance se contratará un Seguro para el traslado del producto desde la empresa al puerto de Guayaquil.

#### **3.3.2.3.13. Operativa de comercio exterior: (tramitología importación/exportación).**

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que deberá ir acompañada de una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los principales datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante,
- Descripción de mercancía por ítem de factura,
- Datos del consignatario,
- Destino de la carga,
- Cantidades,
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite). (Proecuador, 2016)

#### **3.3.2.3.14. Modelos de comercio electrónico.**

La empresa Exporfrut S.A empleará los siguientes modelos de comercio electrónico y son:

##### **Business to Business:**

Por medio de este método podremos tener mejor relación con nuestro distribuidor, traspasaremos información, se enviarán facturas, notas de pedidos, etc.

#### **3.3.2.4. Auditoría y Estrategia de Promoción.**

##### **3.3.2.4.1. Posicionamiento.**

Este plan de Negocios tiene como finalidad posicionarse en el mercado de Singapur, Un país pequeño con exigencias grandes, es por esto que se implementaran estrategias tanto internas como externas, y se analizara la matriz FODA, para poder aprovechar las oportunidades que en el mercado se presenten.

##### **3.3.2.4.2. Eslogan.**

Exporfrut S.A tiene como slogan principal con *Vitaminas y Minerales* el mismo que da a conocer que el producto contiene aportes nutricionales, que beneficia a la salud de las personas que lo consuman.

#### **3.3.2.4.3. Estrategia de mix de publicidad.**

Para lograr nuestro objetivo de abarcar el mercado de Singapur, nuestra empresa contratará los servicios de un asesor local experto en diseños de publicidad, propagandas, diseño de etiquetas, etc.

La Agencia de publicidad KONCEPT será la encargada de todos los procedimientos que se lleven a cabo para realizar los diseños de publicidad.

Se ha escogido esta agencia por ser una de las pioneras en el área de publicidad internacional, además su trabajo es garantizado, por lo que muchas empresas de exportación la prefieren.

#### **3.3.2.4.4. Estrategia de medios interactivos (Internet).**

El internet se utilizará en una diversidad de formas, se utilizaran redes sociales para promocionar el producto y posicionarlo en la mente del consumidor, seguido de este se implementará una página web para la empresa, y de esta forma hacer conocer al cliente que la empresa es reconocida y trabaja bajo las condiciones y exigencias del país.

El internet hoy en día es el motor que mueve el mundo y los negocios, es por ello que contaremos con una página web, donde se podrá encontrar información acerca de nosotros, de nuestros productos, siempre brindando el mejor servicio y profesionalismo.

#### **3.3.2.4.5. Participación en ferias comerciales internacionales.**

Al momento de exportar es importante darnos a conocer, tanto a nivel nacional como internacional. Para promocionar nuestro producto participaremos en:

- Fruit Logística en Berlín.
- Asia Fruit Logística en Hong Kong.
- PMA fresh Summit en Atlanta – Estados Unidos.

De esta manera conoceremos nuevos clientes y abriremos nuevas oportunidades. (fruitlogistica, 2016)

## CAPÍTULO 4: PLAN TÉCNICO-ORGANIZACIONAL

### 4.1. OBJETIVO DEL CAPITULO.

Elaborar el plan técnico organizacional, que muestre la tecnología e insumos necesarios, de tal forma que maximice los recursos y minimice costos, y obtener un producto de alta calidad.

### 4.2. PLAN TÉCNICO.

#### 4.2.1. Capacidad de producción.

La empresa Exporfrut S.A se encargará de la producción y exportación de la pitahaya en almíbar al mercado de Singapur.

Singapur es el mayor importador de pitahayas, sus pobladores la consideran una fruta con mucho valor nutricional y es consumida por todas las culturas que Singapur posee.

Las exportaciones de Exporfrut S.A se harán cada dos meses es decir, seis veces al año y su producción diaria será de 45 cajas (540 unidades de pitahaya en almíbar diarias).

Las unidades producidas para cada exportación serán de 21.600 unidades en presentación de 500 gramos. 1800 cajas en cada exportación.

**Tabla N° 18. Estimación de la Producción de Pitahaya en Almíbar.**

<b>Producción</b>	<b>Materia prima KG</b>	<b>U frascos de 500 gr</b>	<b>Cajas de 12 U</b>	<b>KG Totales de producto</b>
<b>Diario</b>	90	540	45	<b>2.700</b>
<b>Semanal</b>	450	2700	225	<b>1.353</b>
<b>Mensual</b>	1.800	10800	900	<b>5.400</b>
<b>Anual</b>	<b>2340</b>	<b>14040</b>	<b>1170</b>	<b>9.453</b>

*Elaboración: Autor del proyecto.*

#### **4.2.2. Plan de producción.**

La empresa Exporfrut S.A laborará 8 horas diarias, aunque es probable que el horario del proceso productivo se extienda por ser una empresa de exportación y producción masiva, cabe recalcar que las horas extras que se laboren serán remuneradas como indica la ley.

Los empleados serán capacitados constantemente, en la labor de producción y funcionamiento de las maquinarias, para que se pueda obtener un producto de calidad exigida por el mercado meta.

##### **4.2.2.1. Localización.**

La empresa Exporfrut S.A estará ubicada en la ciudad de Guayaquil, km, via Daule 12, se ha escogido esta ciudad para minimizar los costos de transporte de la planta hasta el puerto de salida CONTECOM. (Ver Anexos, Gráfico 13)

##### **4.2.2.2. Proceso productivo/operacional.**

El proceso productivo comienza con la recepción y selección de la fruta Pitahaya, escogiendo las frutas de mejor calidad, para someterlas al lavado, pelado y troceado, así como también la recepción de los envases que son sometidos a un proceso de esterilización para que estén totalmente limpios y libre de toxinas, la fruta es envasada en el frasco de vidrio de 500 gramos, tapa rosca, a continuación se envasa el almíbar para dar por terminado el envasado, y someter al producto a un proceso de esterilización para eliminar cualquier sustancia que dañe el mismo, luego son etiquetados y finalmente embalados para almacenarlos hasta que sea el momento de despacho. (Ver en Anexos, Gráfico 14)

#### 4.2.2.3. Instalaciones de la empresa (Exporfrut S.A).

Las instalaciones de Exporfrut S.A están distribuidas de una forma cómoda y eficaz, cuenta con un área de producción en el que está dividida por segmentos según el proceso de la transformación de la pitahaya en almíbar, cuenta también con el área de almacenaje la misma que está justo a la entrada de la empresa para recepción de la materia prima y el área administrativa en donde se realiza toda la documentación necesaria para la logística del producto, cabe recalcar que cuenta con un área de reuniones. (Ver en Anexos, Gráfico 15)

#### 4.2.3. Plan de abastecimiento.

##### 4.2.3.1. Materia primas.

El plan de abastecimiento contará con los proveedores principales que son:

**Tabla N 19. Abastecimiento de Materia Prima Directa.**

PROVEEDORES	DIRECCIÓN	CANTIDAD ANUAL	CANTIDAD EXPORTACION	POR PRECIOS
<b>Fruta Pitahaya</b>	Morona Santiago	21.600 kilogramos	3600 kilogramos	1,50 c/kilogramo
<b>Endulzantes</b>	Guayaquil	1500 Kilogramos	250,00 kilogramos	0,60 c/kilogramo
<b>Total</b>				

*Elaboración: Autor del proyecto.*

#### 4.2.3.2. Insumos.

Los insumos a requerir son:

**Tabla N. 20 Abastecimiento de Insumos.**

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precios total
<b>Etiqueta y sellos</b>	129.600	0.10	\$13.309,49
<b>Frasco vidrio 500gr</b>	129.600	0.18	\$ 23.957,08
<b>Cartón</b>	10.800	0.22	\$ 2.440,07
<b>Total</b>			\$ 39.706,64

*Fuente:* (ICCEcuador, 2107)

*Elaboración:* Autor del proyecto.

#### 4.2.3.3. Mano de obra.

La empresa contará con mano de obra calificada para el debido proceso que se llevarán con las maquinarias.

**Tabla N 21. Personal de Trabajo.**

Descripción	Cantidad
<b>Mano de obra</b>	4
<b>Personal administrativo</b>	5
<b>Guardia</b>	1
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>

*Elaboración:* Autor del proyecto.

#### **4.2.3.4. Tecnología de producción.**

**Máquina de lavado de la fruta.-** Este equipamiento es esencial para obtener los frutos desinfectados y limpios para el proceso, el equipo es de acero inoxidable, con mínimo tres piletas, apoyado sobre una estructura metálica para realizar todo el proceso de lavado y desinfectado completamente, está diseñada para soportar peso de hasta 40 a 50kg de frutas por ciclo, y sus dimensiones son: 2.25/2.40 metros de largo para que pueda atender las necesidades de este proyecto.

#### **Definición**

Nuestra lavadora multifuncional Ref. 10064 adopta un sistema avanzado UV/03 para tratamiento y desinfección del agua limpia eliminando en forma efectiva bacterias y residuos de pesticidas. Con un sistema agregado de filtrado de agua con filtro activo de carbón que permite reciclar el agua ahorrando hasta un 80% de la misma. (Ver en Anexos, Gráfico 16)

#### **Características del equipo:**

- Medidas de la máquina (cm): 205 x 90 x 135 cm
- Peso: 250 kg
- Capacidad de producción: de 600 a 800 kg por hora
- Presión de agua: 1,6 mpa
- Grado de prueba de agua: IPX1
- Alimentación: 220VAC
- Poder de la bomba de aire: 1,5 Kw
- Poder de la bomba de ciclo: 1,5 Kw
- Poder de la correa: 0,18 Kw
- Consumo de aire: 110 L/h
- Consumo de agua: 530 L

**Máquina de pelado y cortadora de frutas.-** La máquina de pelado hará el proceso de blanqueamiento de la fruta, es decir sacará la castrara por completo, mientras que la cortadora hará los trazos de la fruta en rodajas, estos equipos son esenciales para la preparación y presentación visual del producto. (Ver en Anexos, Gráfico 17)

Máquina peladora de fruta, pelado, ranura de color, boca de descarga de tres, control de computadora, etc.

El grosor de la cáscara es ajustable, puede encontrar pedúnculo automáticamente, buscando fruta alta, tamaño de fruto, limpio, indicando el método de falla y eliminación.

### **Característica**

- **Capacidad**

1200 piezas / hora

- **Diámetro de la fruta**

40--100mm

- **Altura de la fruta**

40--120 mm

- **Espesor de peeling**

0.5--3mm

- **Volumen de tanque de agua**

30L

- **Poder**

0.6kw (sin incluir el compresor de aire)

- **Peso**

260kg

- **Dimensión**

1750 \* 750 \* 1450 m

**Máquina esterilización de envases.-** Es una máquina con túnel de vapor, diseñada exclusivamente para la esterilización. Esta máquina se utilizará para la esterilización de los envases de vidrio, conjuntamente para la esterilización del producto terminado, este proceso dura entre 30 a 35 minutos en los frascos de 500 ml. Este proceso aportará a un sellado seguro, consiguiendo así conservación y durabilidad de la pitahaya en almíbar. (Ver en Anexos, Gráfico 18)

**Característica:**

Esterilizador autoclave para la industria alimentaria esterilización.

1) spray autoclave esterilizador:

Tipo: lado aerosol, rociador superior

Alta Presión de esterilización de vacío.

2) ducha Rotary autoclave esterilizador:

Aerosol rotatorio

Esterilizador autoclave está especialmente diseñado para esterilizar alimentos en bolsas y flexible.

Recipientes de plástico tales como POP latas, botellas de plástico, botellas de vidrio y calefacción.

Bolsas. Ducha spray autoclave esterilizador aerosoles alta presión agua caliente para el embalaje, Alimentos por toberas situadas en el procesamiento tanque.

### 3) inmersión en agua caliente esterilizador autoclave:

Emersión agua retortas son especialmente diseñado para esterilizar alimentos en bolsas y plástico flexible.

Se verificará que todas las bolsas se colocan en el flujo de agua para dar mucha mejor uniformidad de distribución de la temperatura y la transferencia de calor.

**Envasadora.-** El sistema de envase adiciona la fruta a cada envase conjuntamente con el almíbar, la máquina posee un sistema de llenado volumétrico, lo cual hace que el proceso sea muy exacto y no se produzcan derrames. Ver en Anexos, Gráfico 19)

#### **Características:**

Encorchadora con funcionamiento a pedal, distribución tapones automática con tolva y levantamiento neumático de la botella. Mordazas en acero templado rectificado y deslizante en bronce.

- Panel eléctrico de gestión de la máquina y protecciones conformes a las normas CE, predispuesto con toma para bomba.
- Posibilidad de taponar botellas de 0.37 a 2 litros.
- Alimentación eléctrica y neumática.
- Producción: 700 botellas / hora aprox.

Tamaño tapón (diámetro x altura): de 24 x 30 a 30 x 50 mm.

**Máquina mezcladora para elaboración del almíbar.-** Maquina especializada para mezclar todos los ingredientes necesarios para la producción del almíbar. Esta máquina homogenizará todos los ingredientes hasta conseguir el producto deseado. Ver en Anexos, Gráfico 20)

#### **Características Técnicas y Generales**

- Construidos íntegramente en acero inoxidable.
- Sistema de tapa de práctico y rápido cierre con sistema patentado.
- Burlete de goma silicona apto para altas temperaturas.
- Calefaccionado por resistencias eléctricas o quemador de gas.
- Control de presión - temperatura automático.
- Válvulas para limpieza.
- Válvulas de Seguridad.
- Manómetro para control de presión de cámara.
- Termostato de seguridad para evitar excesos de temperatura.

**Máquina selladora de envase.-** El objetivo de esta máquina es sellar definitivamente el envase para someter el producto a esterilización. Ver en Anexos, Gráfico 21)

#### **Característica:**

El sellado por inducción es una solución innovadora, cuyo material permite la estanqueidad del envase protegiendo, por ejemplo, de la humedad u olores agresivos exteriores. Las láminas pueden ser de fácil apertura o bien de alta resistencia, debiendo ser perforadas. También se pueden imprimir.

**Balanza Eléctrica digital.-** Máquina usada especialmente para las operaciones de medición de rendimiento y de las materias primas en todo el proceso, así como el pesaje del producto final. Para este plan de negocios se necesitará una balanza que soporte desde hasta 800 kg a 1000kg. Ver en Anexos, Gráfico 22)

### Características

Indicador liquidador con funciones: acumulación de productos pesados y NO pesados, función cambio, 11 memorias, luz de respaldó verde, tara y cero.

Batería con autonomía de 100 horas.

Plataforma en tubo, cubierta en acero inoxidable 201 repujado, pedestal en tubo.

#### 4.2.4. Plan Organizacional.

##### 4.2.4.1. Datos generales de la empresa.

**Tabla N. 22 Datos Generales de la Empresa.**

<b>RAZÓN SOCIAL.</b>	<b>Exporfrut S.A</b>
<b>NOMBRE</b>	<i>Exporfrut S.A</i>
<b>COMERCIAL.</b>	
<b>TIPO DE EMPRESA.</b>	Sociedad Anónima.
<b>RUC.</b>	000000000000
<b>ACTIVIDAD.</b>	Exportación de “PITAHAYA EN ALMIBAR”.
<b>TELÉFONOS.</b>	2863-789 / 2581-284
<b>PÁGINA WEB.</b>	<a href="http://www.exporfrutsa.com">www.exporfrutsa.com</a>

*Elaboración: Autor del proyecto.*

#### **4.2.4.2. Proceso de toma de decisiones.**

La toma de decisiones de la empresa Exporfrut S.A serán representadas por el Gerente General previamente contratado, las decisiones serán tomadas conjuntamente con la Junta Directiva y será el Gerente quien haga gestionar las decisiones tomadas, mediante la designación de las responsabilidades en los diferentes departamentos de la empresa.

#### **4.2.4.3 Estructura organizacional: organigrama de Exporfrut S.A.**

El organigrama de la empresa se detalla de forma vertical, siendo la junta de accionistas el primer rango, el gerente el que dirige y toma las decisiones, la secretaria la cual sirve de apoyo al gerente y a los departamentos de Comercio Exterior, Finanzas y producción los cuales cumplen con el máximo de las gestiones del área de administración. (Ver en Anexos, Gráfico 23)

#### **4.2.4.4 Distribución de funciones y responsabilidades.**

##### **Gerente General.**

- Elegido por la junta de accionistas.
- Es el encargado/a de designar las actividades necesarias para que la empresa cumpla sus objetivos.
- Realizará evaluaciones periódicas hacia los colaboradores de los diferentes departamentos.
- Planeará y gestionará conjuntamente con el personal las estrategias propuestas ya sea a corto o largo plazo.

##### **Secretaria/Recepcionista**

- Realizará las actividades encomendada por sus superiores.
- Recepción y despacho de documentos y llamadas telefónicas.
- Proveer la atención e información requerida por los clientes.

**Departamento Administrativo Financiero.**

- Encargados/as de optimizar los recursos de la empresa en cuanto al sistema económico.
- Evaluar continuamente los precios de los proveedores.
- Evaluar con frecuencia las condiciones de producción y ventas de la empresa, para conocer el margen de utilidad generado en los periodos de tiempo establecidos.
- Realizar informes trimestrales sobre la situación económica de la empresa.

**Departamento de Comercio Exterior.**

- Realizar las Negociación Internacional.
- Realizar toda la documentación que requiere la negociación internacional.
- Seguimiento, control y gestión de todo el proceso de exportación.
- Deberá conocer la situación actual del mercado internacional y principalmente el país de destino.

**Departamento de Producción.**

- Supervisar que la materia prima e insumos sean de buena calidad y se presenten en el mejor estado para su transformación.
- Controlará y supervisará que el proceso de producción sea óptimo.
- Control de Calidad del producto.
- Conocer la capacidad de producción de la planta.

#### 4.2.4.5 Requerimientos de activos para áreas administrativas.

**Tabla N°23. Terreno e Instalaciones.**

	<b>Terreno e instalaciones</b>	<b>Medida</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
<b>400</b>	Terreno	M2	\$ 50,00	\$ 20.000,00
<b>100</b>	Galpón	M2	\$ 150,00	\$ 15.000,00
<b>200</b>	Edificio	M2	\$ 300,00	\$ 60.000,00
	<b>TOTAL</b>			<b>\$ 95.000,00</b>

*Elaboración: Autor del proyecto.*

**Tabla N° 24. Muebles de Oficina.**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V.U.</b>	<b>V. total.</b>
Mesa de juntas	1	\$200,00	\$200,00
Sillas	20	\$40,00	\$800,00
Sillones Administrativos	5	\$150,00	\$750,00
Escritorios administrativos	5	\$250,00	\$1250,00
Archivadores	5	\$120,00	\$600,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$3600,00</b>

*Elaboración: Autor del proyecto.*

**Tabla N° 25. Equipos de oficina.**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V.U.</b>	<b>V. Total</b>
Teléfonos	4	\$30,00	\$120,00
Aires acondicionados	3	\$1200,00	\$3.600,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$3.720,00</b>

*Elaboración: Autor del proyecto.*

**Tabla N°26. Equipos de computación.**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V.U.</b>	<b>V. Total</b>
Computadoras de escritorio	3	\$700,00	\$2.100,00
Laptops	2	\$1200,00	\$2.400,00
Impresoras multifunciones	2	\$400,00	\$800,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$5.300,00</b>

*Elaboración: Autor del proyecto.*

**Tabla N°27 Maquinarias.**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>Total</b>
Máquina de lavado de fruta	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Máquina para pelar y trazar	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00
Máquina para Esterilización	\$13.000,00	\$13.000,00
Envasadora	\$ 5.700,00	\$ 5.700,00
Máquina mezcladora	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Balanza industrial	\$ 150,00	\$ 300,00
Máquina selladora de envase	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00
Termómetro industrial	\$ 40,00	\$ 80,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$36.580,00</b>

*Fuente: (Maquiprocesos, 2017)*

*Elaboración: Autor del proyecto.*

#### 4.2.4.5.1 Requerimientos de Suministros de Oficina para áreas administrativas.

Los suministros de oficina serán proveídos por la Papelería e imprenta Zeret- Guayaquil, cada año.

**Tabla N° 28. Suministros de Oficina.**

<b>GASTOS BASICOS</b>				
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>Extintores</b>	1	UNIDAD	40,00	40,00
<b>Dispensador de Agua</b>	1	UNIDAD	120,00	120,00
<b>Varios</b>			50,00	50,00
<b>TOTAL</b>				<b>210,00</b>

*Elaboración: Autor del proyecto.*

#### 4.2.4.6. Requerimiento de personal para áreas administrativas.

**Tabla N° 29. Personal Administrativo.**

<b>PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>	
Gerente General	1
Secretaria	1
Jefe Administrativo Financiero	1
Jefe Comercio Exterior	1
Jefe de Producción	1
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>

*Elaboración: Autor del proyecto.*

#### **4.2.4.7. Marco legal relacionado a la operación de la empresa.**

La empresa será constituida como sociedad anónima, para esto se seguirán los siguientes pasos:

1.- Tener la estructura legal de la empresa, se conformará con un mínimo de 2 socios y un máximo de 15.

2.- Reservar el nombre escogido. Este trámite se realiza en el balcón de servicios de la Superintendencia de Compañías y demora aproximadamente 30 minutos. En este organismo se revisará que no haya ninguna compañía con el mismo nombre.

3.- Elaborar los estatutos que son validados, a través de una minuta respaldada por un abogado y cuyo tiempo de elaboración es de tres horas.

4.- Abrir una cuenta de integración de capital en cualquier banco del país, con \$800,00 dólares para compañía anónima; una carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno, copias de cédula y papeleta de votación de cada socio.

5.- Elevar a Escritura Pública en una Notaría, donde se llevarán los documentos obtenidos anteriormente.

6.- La aprobación del estatuto. Para esto se debe presentar la Escritura Pública a la Superintendencia de Compañías en donde se la revisará y aprobará mediante una resolución.

7.- El organismo de control deberá entregar cuatro copias de la resolución y un extracto para publicarlo en un diario de circulación nacional.

8.- Los permisos municipales son imprescindibles para funcionar, por lo que se deberá pagar la patente municipal.

9.- Luego de todos estos trámites se podrá realizar la Junta General de Accionistas, esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa.

10.- Finalmente, la superintendencia de Compañías entregará los documentos para abrir el Registro Único de Contribuyentes (RUC) de la empresa.

11.- Como último paso deberá inscribirse el nombramiento del administrador de la empresa, designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación, lo que debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.

#### 4.2.5. Plan de Implementación.

**Tabla N°30. Plan de Implementación Exporfrut S.A.**

Actividades	Periodo 2017 – 2018											
	Nov	Dic	Ene	febr	Mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	Oct
Constitución de la empresa	■	■										
Infraestructura		■	■									
Activos administrativos				■	■	■	■					
Insumos de producción							■	■				
Contratación de personal								■	■			
Capacitación del personal										■		
Inauguración de la empresa											■	■

*Elaboración: Autor de la tesis*

Exporfrut S.A. iniciará con sus funciones laborales en el mes de octubre del 2018.

#### **4.2.5.1. Puesta en Marcha.**

Una vez aprobado el proyecto se dará inicio a las actividades de la empresa.

Al ejecutar el proyecto pueden existir riesgos que afecten directamente a la empresa como:

- ✓ Ingresos menores a los previstos.
- ✓ Una alza de precio inesperada en nuestro proveedor principal.
- ✓ Falta de interés del consumidor por el producto.
- ✓ Competidores fuertes.

Una vez identificados los posibles riesgos que se presentan en la ejecución del proyecto se pasaran a elaborar los debidos planes de contingencia, esto ayudara a tener una mejor opción para la toma de decisiones a tomar respecto a las posibles variaciones de factores antes mencionados.

#### **4.2.5.2. Plan de Salida.**

La empresa ha diseñado varias alternativas como plan de salida, de esta manera se podrá rescatar algo en el caso que esta quiebre, como:

- ✓ Modificar la presentación del producto.
- ✓ Asociarnos con la competencia.
- ✓ Venta total de la compañía.

## 5. CAPITULO: PLAN FINANCIERO.

### 5.1. Objetivo del capítulo.

Desarrollar un plan financiero que establezca el tipo de financiamiento y la rentabilidad que proyectará el negocio al término de su tiempo establecido.

### 5.2. Horizonte de tiempo del plan financiero (5 años).

El tiempo horizonte para este plan de negocios es por el lapso de 5 años.

### 5.3. Plan de inversión.

#### 5.3.1. Inversiones en activos fijos.

La empresa Exporfrut S.A va a requerir de los siguientes activos fijos.

**Tabla N°31. Activos Fijos.**

DESCRIPCIÓN	V. TOTAL
Edificio	95.000,00
Maquinarias	36.580,00
Muebles y Enseres	3.600,00
Equipos de Oficina	3.720,00
Equipos de Computación	5.300,00
<b>TOTAL</b>	<b>144.200,00</b>

*Elaboración: Autor del proyecto.*

### 5.3.2. Inversiones en Activos Diferidos e Intangibles.

**Tabla N°32. Activos Diferidos.**

<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>		
Gastos de Constitución	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Patentes y Permisos	\$ 800,00	\$ 800,00
<b>TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES</b>		<b>\$ 2.000,00</b>

*Elaboración: Autor del proyecto.*

### 5.3.3. Inversiones en capital de operaciones.

La inversión en capital de trabajo será por la suma de \$ 31.940,01 resultado que se obtiene de la suma de todos los costos incurridos en el proceso de producción, como los costos directos e indirectos y la mano de obra directa e indirecta, estos factores arrojan una suma de \$191.640,05 al año, este valor es dividido para los 12 meses del año, obteniendo un resultado de \$15.970,00 valor que es multiplicado para los 2 meses de producción por cada exportación y así obtenemos el capital de trabajo.

### 5.3.4. Depreciación de activos fijos y diferidos.

A continuación se muestra el siguiente cuadro de depreciación de los activos fijos de Exporfrut S.A.

**Tabla N°33. Depreciación de Activos.**

DESCRIPCION	VALOR	Valor residual	AÑOS DE DEPRECIACION	2017	2018	2019	2020	2021	valor de desecho
<b>Edificio</b>	\$ 95.000,00	\$ 19.000,00	10	\$ 7.600,00	\$ 7.600,00	\$ 7.600,00	\$ 7.600,00	\$ 7.600,00	\$ 57.000,00
<b>Maquinarias</b>	\$ 36.580,00	\$ 7.316,00	10	\$ 2.926,40	\$ 2.926,40	\$ 2.926,40	\$ 2.926,40	\$ 2.926,40	\$ 21.948,00
<b>Equipos de oficina</b>	\$ 3.720,00	\$ 744,00	5	\$ 595,20	\$ 595,20	\$ 595,20	\$ 595,20	\$ 595,20	\$ 3.720,00
<b>Muebles y enseres</b>	\$ 3.600,00	\$ 720,00	5	\$ 576,00	\$ 576,00	\$ 576,00	\$ 576,00	\$ 576,00	\$ 3.600,00
<b>Equipos de computación</b>	\$ 5.300,00	\$ 1.060,00	3	\$ 1.413,33	\$ 1.413,33	\$ 1.413,33			\$ 1.060,00
<b>TOTAL</b>	\$ 144.200,00			\$ 13.110,93	\$ 13.110,93	\$ 13.110,93	\$ 11.697,60	\$ 11.697,60	\$ 87.328,00

*Elaboración: Autor del proyecto.5.4*

#### 5.4. Plan de Financiamiento.

El total de inversión de la empresa, entre los activos fijos, el capital de inversión y de los activos diferidos son los mostrados en la siguiente tabla.

**Tabla N°34 Total de Activos.**

<b>CANT.</b>	<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNIT.</b>	<b>COST. TOTAL</b>	<b>TOTALES</b>
	<b>ACTIVOS FIJOS</b>				
	<b>TERRENO E INSTALACIONES</b>				\$ 95.000,00
400	Terreno	M2	\$ 50,00	\$ 20.000,00	
100	Galpón	M2	\$ 150,00	\$ 15.000,00	
200	Edificio	M2	\$ 300,00	\$ 60.000,00	
	<b>MAQUINARIAS</b>				\$ 36.580,00
1	Máquina de lavado de fruta	U	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	
1	Máquina para pelar y trazar	U	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	
1	Máquina para esterilización	U	\$ 13.000,00	\$ 13.000,00	
1	Envasadora	U	\$ 5.700,00	\$ 5.700,00	
1	Máquina mezcladora	U	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	
2	termómetro industrial	U	\$ 40,00	\$ 80,00	
1	máquina selladora de envase	U	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	
2	Balanza industrial	U	\$ 150,00	\$ 300,00	
	<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>				\$ 3.720,00
3	Aire acondicionado	U	\$ 1.200,00	\$ 3.600,00	
4	Teléfono	U	\$ 30,00	\$ 120,00	
	<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				\$ 3.600,00
5	Escritorios administrativo	U	\$ 250,00	\$ 1.250,00	
20	Sillas	U	\$ 40,00	\$ 800,00	
5	Sillones	U	\$ 150,00	\$ 750,00	
1	mesa de junta	U	\$ 200,00	\$ 200,00	
5	Archivadores	U	\$ 120,00	\$ 600,00	
	<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>				\$ 5.300,00
3	Computadora de escritorio	U	\$ 700,00	\$ 2.100,00	
2	Impresoras multiuso	U	\$ 400,00	\$ 800,00	
2	Laptops	U	\$ 1.200,00	\$ 2.400,00	
	<b>SUMINISTRO DE OFICINA</b>				\$ 210,00
1	Extintores	U	\$ 40,00	\$ 40,00	
1	dispensador de agua	U	\$ 120,00	\$ 120,00	
1	Varios	U	\$ 50,00	\$ 50,00	
	<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>				\$ 144.410,00
	<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>				
	Gastos de constitución		\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	
	patentes y permisos		\$ 800,00	\$ 800,00	
	<b>TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES</b>				\$ 2.000,00

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	\$ 31.940,01
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	<b>\$ 178.350,01</b>

*Elaboración: Autor del proyecto.*

#### 5.4.1. Estrategia de financiamiento.

El plan de financiamiento será de 25% aportado por los socios y el restante a través de un préstamo a la Corporación Financiera Nacional representando este un 75%.

**Tabla N°35 Plan de Financiamiento.**

<b>ESTRUCTURA DE CAPITAL</b>		
<b>CAPITAL PROPIO</b>	<b>(%)</b>	<b>MONTO</b>
<b>ACCIONISTAS</b>	25,00%	\$ 44.587,50
<b>PRESTAMO BANCARIO</b>	75,00%	\$ 133.762,51
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 178.350,01</b>

*Elaboración: Autor del proyecto.*

#### 5.4.2. Tabla de amortización (de parte financiada con crédito).

A continuación se muestra como serán desglosados los pagos del crédito a la Corporación Financiera Nacional:

Monto a financiar	133.762,51
Plazo (cuotas)	20
Gracia (años)	0
Tasa anual	12,00%
Periodo de pago (días)	90

*Elaboración: Autor del proyecto.*

**Tabla N°36. Amortización.**

<b>Periodo</b>	<b>Deuda</b>	<b>Interés</b>	<b>Capital</b>	<b>Pago</b>
<b>1</b>	\$ 133.762,51	(\$ 8.025,75)	(\$ 965,19)	<b>(\$ 8.990,94)</b>
<b>2</b>	\$ 132.797,32	(\$ 7.967,84)	(\$ 1.023,10)	<b>(\$ 8.990,94)</b>
<b>3</b>	\$ 131.774,21	(\$ 7.906,45)	(\$ 1.084,49)	<b>(\$ 8.990,94)</b>
<b>4</b>	\$ 130.689,72	(\$ 7.841,38)	(\$ 1.149,56)	<b>(\$ 8.990,94)</b>
<b>5</b>	\$ 129.540,17	(\$ 7.772,41)	(\$ 1.218,53)	<b>(\$ 8.990,94)</b>
<b>6</b>	\$ 128.321,63	(\$ 7.699,30)	(\$ 1.291,64)	<b>(\$ 8.990,94)</b>
<b>7</b>	\$ 127.029,99	(\$ 7.621,80)	(\$ 1.369,14)	<b>(\$ 8.990,94)</b>
<b>8</b>	\$ 125.660,85	(\$ 7.539,65)	(\$ 1.451,29)	<b>(\$ 8.990,94)</b>
<b>9</b>	\$ 124.209,56	(\$ 7.452,57)	(\$ 1.538,37)	<b>(\$ 8.990,94)</b>
<b>10</b>	\$ 122.671,19	(\$ 7.360,27)	(\$ 1.630,67)	<b>(\$ 8.990,94)</b>
<b>11</b>	\$ 121.040,52	(\$ 7.262,43)	(\$ 1.728,51)	<b>(\$ 8.990,94)</b>
<b>12</b>	\$ 119.312,01	(\$ 7.158,72)	(\$ 1.832,22)	<b>(\$ 8.990,94)</b>
<b>13</b>	\$ 117.479,79	(\$ 7.048,79)	(\$ 1.942,15)	<b>(\$ 8.990,94)</b>
<b>14</b>	\$ 115.537,63	(\$ 6.932,26)	(\$ 2.058,68)	<b>(\$ 8.990,94)</b>
<b>15</b>	\$ 113.478,95	(\$ 6.808,74)	(\$ 2.182,20)	<b>(\$ 8.990,94)</b>
<b>16</b>	\$ 111.296,75	(\$ 6.677,80)	(\$ 2.313,14)	<b>(\$ 8.990,94)</b>
<b>17</b>	\$ 108.983,61	(\$ 6.539,02)	(\$ 2.451,92)	<b>(\$ 8.990,94)</b>
<b>18</b>	\$ 106.531,68	(\$ 6.391,90)	(\$ 2.599,04)	<b>(\$ 8.990,94)</b>
<b>19</b>	\$ 103.932,64	(\$ 6.235,96)	(\$ 2.754,98)	<b>(\$ 8.990,94)</b>
<b>20</b>	\$ 101.177,66	(\$ 6.070,66)	(\$ 2.920,28)	<b>(\$ 8.990,94)</b>

*Elaboración: Autor del proyecto.*

El método que se utilizará para el cálculo de la amortización es el francés, el cual consiste en pagos fijos. El crédito se realizará a la Corporación Financiera Nacional, a un plazo de 5 años, la tasa de interés del 12% (CFN, 2017), los pagos se realizarán cada 90 días, por lo que se realizarán 20 pagos en 5 años.

#### **5.4.3. Tasa de descuento o Costo Promedio Ponderado de Capital.**

Para calcular el costo promedio ponderado de capital o también llamado WACC por sus siglas en inglés (Weighted Average Cost of Capital) se debe conocer el porcentaje de capital aportado por los accionistas ( $W_e$ ), el porcentaje de la deuda con terceros ( $W_d$ ), la Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR), la tasa de interés de la deuda con terceros ( $i$ ) y la tasa de impuesto fiscal ( $T_i$ ).

La TMAR del presente proyecto es calculada por la suma de la Tasa de Inflación del país, la prima Riesgo País y por la Prima Sin Riesgo, por lo que tendremos los valores a continuación.

**Tabla N°37. TMAR.**

Prima Riesgo País	5,83 %
Tasa sin Riesgo	4,17 %
Inflación Anual	1,12 %
<b>TMAR del Accionista</b>	<b>11,12%</b>

*Elaboración: Autor del proyecto.*

La Tasa de Impuesto Fiscal en el Ecuador es del 33,7%, ya que es la suma del 15% de la Participación de los Trabajadores y del 22% del Impuesto a la Renta.

Ya teniendo todos los valores, se procede a realizar el cálculo con la siguiente fórmula.

$$WACC = (W_e * TMAR) + (W_d * (1 - T_i) * i).$$

**Tabla N°38. WACC.**

WACC	
TMAR	11,12%
Ti	33,70%
We	25%
Wd	75%
I	12%
To = WACC	8,75%

*Elaboración: Autor del proyecto.*

## 5.5. Proyecciones de Ingresos Operacionales.

### 5.5.1. Proyección de las ventas (unidades).

Se espera tener un aumento del 3% cada año. En el primer año se exportaran unidades.

**Tabla N°39. Proyecciones de Ventas.**

PROYECCION DE VENTAS POR CAJAS DE 12 UNIDADES				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
10.800,00	11.124,00	11.457,72	11.801,45	12.155,50

*Elaboración: Autor del proyecto.*

### 5.5.2. Proyección de los Precios.

**Tabla N°40. Proyección de Precios.**

	1	2	3	4	5
<b>PRECIO POR CAJA DE 12 UNI.</b>	\$ 25,04	\$ 26,07	\$ 27,10	\$ 28,12	\$ 29,15
<b>PRECIO POR UNI.</b>	\$ 2,09	\$ 2,17	\$ 2,26	\$ 2,34	\$ 2,43

*Elaboración: Autor del proyecto.*

### 5.5.3. Proyección de los Ingresos.

Con una proyección anual del 3% de incremento, se detalla a continuación el crecimiento que tendría la empresa:

**Tabla N°41 Proyecciones de Ingresos.**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Caja	Caja	Caja	caja	Caja
Cantidad Vendida	10.800,00	11.124,00	11.457,72	11.801,45	12.155,50
Ingreso Anual	\$ 270.458,88	\$ 289.996,63	\$ 310.463,22	\$ 331.896,81	\$ 354.337,01

*Elaboración: Autor del proyecto.*

## 5.6. Proyecciones de costos y gastos operacionales.

### 5.6.1. Materia Prima Directa.

La materia prima directa e indirecta para la ejecución de este plan de negocios es la siguiente:

**Tabla N°42. Costos Directos de Producción.**

MATERIA PRIMA DIRECTA				AÑO 2017		
RECURSO	USO	MEDIDA	COSTO UNIT.	COSTO por Caja	COSTO por caja	COSTO ANUAL
<b>PITAHAYA</b>	1	KILOS	\$ 1,50	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 32.400,00
<b>ADITIVOS Y EDULZANTES</b>	1	U	\$ 0,60	\$ 1,20	\$ 1,20	\$ 12.960,00
<b>TOTAL</b>				\$ 4,20	\$ 4,20	\$ 45.360,00

*Elaboración: Autor del proyecto.*

**Tabla N. 43 Costos Indirectos de Producción.**

MATERIA PRIMA INDIRECTA				AÑO 2017		
RECURSO	USO	MEDIDA	COSTO UNIT.	COSTO Por caja.	COSTO por caja	COSTO ANUAL
<b>CARTON CORRUGADO</b>	1	U	\$ 0,22	\$ 0,22	\$ 0,23	\$ 2.440,07
<b>FRASCO DE 500 GRAMOS</b>	12	U	\$ 0,18	\$ 2,16	\$ 2,22	\$ 23.957,08
<b>SELLOS Y ETIQUETA</b>	12	U	\$ 0,10	\$ 1,20	\$ 1,23	\$ 13.309,49
<b>TOTAL</b>			\$ 0,50	\$ 3,58	\$ 3,68	\$ 39.706,64

*Elaboración: Autor del proyecto.*

### 5.6.2. Proyección de costos operacionales

**Tabla N. 44 Proyección de costos Indirectos.**

AÑOS	2017	2018	2019	2020	2021
COSTOS DIRECTOS	\$ 45.360,00	\$ 47.980,70	\$ 50.752,82	\$ 53.685,10	\$ 55.295,65
COSTOS INDIRECTOS	\$ 59.266,64	\$ 61.560,72	\$ 63.987,34	\$ 66.554,16	\$ 69.269,27
TOTA CD+ CI	\$ 104.626,64	\$ 109.541,42	\$ 114.740,16	\$ 120.239,25	\$ 126.056,07

*Elaboración: Autor del proyecto.*

### 5.6.2.1. Mano de obra directa.

Se contará con la siguiente mano de obra.

**Tabla N°45 Mano de Obra Directa.**

CANT.	MANO DE OBRA DIRECTA	SUELDO	12,15%	SMV	354	SUELDO	*	TOTAL	2,70%	
	<u>SALARIO</u>			<u>SUELDO /12</u>	<u>SMV /12</u>	<u>vacaciones</u>	8,33%	<u>MENSUAL</u>		
	<b>DESCRIPCION O CARGO</b>		<b>APORTE PAT</b>	<b>13</b>	<b>14</b>		<b>FDO RESERVA</b>		<b>2017</b>	
1	Director de producción	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 97,20	\$ 66,67	\$ 29,50	\$ 33,33	\$ 5,55	\$ 1.032,25	\$ 12.387,04
4	Operarios	\$ 400,00	\$ 1.600,00	\$ 194,40	\$ 33,33	\$ 29,50	\$ 66,67	\$ 11,11	\$ 1.935,01	\$ 23.220,08
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.400,00</b>	<b>\$ 291,60</b>	<b>\$ 100,00</b>	<b>\$ 59,00</b>	<b>\$ 100,00</b>	<b>\$ 16,66</b>	<b>\$ 2.967,26</b>	<b>\$ 35.607,12</b>	

*Elaboración: Autor del proyecto.*

**Tabla N°46. Mano de Obra Directa Proyectada.**

CANT.	MANO DE OBRA DIRECTA	SUELDO	2,70%	2,70%	2,70%	2,70%	
	<u>SALARIO</u>						
	<b>DESCRIPCION O CARGO</b>		<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	
1	Director de producción	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 12.721,08	\$ 13.064,12	\$ 13.416,42	\$ 13.778,21
4	Operarios	\$ 400,00	\$ 1.600,00	\$ 23.846,25	\$ 24.489,30	\$ 25.149,70	\$ 25.827,90
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.400,00</b>	<b>\$ 36.567,33</b>	<b>\$ 37.553,42</b>	<b>\$ 38.566,11</b>	<b>\$ 39.606,11</b>	

*Elaboración: Autor del proyecto.*

### 5.6.2.2. Gastos Indirectos de Fabricación.

A continuación se detallan los siguientes Gastos Indirectos de Fabricación.

**Tabla N°47 Gastos Indirectos de Fabricación.**

CIF	COSTO POR MES		2017
AGUA	\$ 150,00	\$	1.800,00
ENERGÍA ELÉCTRICA	\$ 500,00	\$	6.000,00
TÉLEFONO	\$ 60,00	\$	720,00
INTERNET	\$ 45,00	\$	540,00
GASTOS DE COURRIER	\$ 50,00	\$	600,00
PAPELERIA E INSUMOS OFICINA	\$ 25,00	\$	300,00
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	\$ 150,00	\$	1.800,00
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	\$ 600,00	\$	7.200,00
INSUMOS DE LIMPIEZA	\$ 50,00	\$	600,00
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 1.630,00</b>	<b>\$</b>	<b>19.560,00</b>

*Elaboración: Autor del proyecto.*

**Tabla N°48 Costos de Exportación.**

Detalle	Valor
Flete interno	800
THC	200
Certificado de origen	30
Porteo CONTECON	50
Antinarcóptico	250
Agente de aduanas	320
Envió DHL	100
Alquiler de contenedor	1200
Otros gastos	800
<b>TOTAL</b>	<b>3.750,00</b>

*Elaboración: Autor del proyecto.*

### 5.6.3. Proyección de gastos operacionales.

#### 5.6.3.1. Gastos administrativos.

La empresa Exporfrut S.A. contará con el siguiente personal:

**Tabla N°49. Gatos Operacionales.**

MANO DE OBRA INDIRECTA	SUELDO	12,15%	SMV	354	SUELDO *	TOTAL	TOTAL ANUAL		
DESCRIPCION O CARGO	SALARIO C/U	APORTE	SUELDO /12	SMV /12	Vacaciones	8,33% FDO RESERVA	MENSUAL		
		PAT	13	14					
<b>Gerente</b>	\$ 1.200,00	\$ 1.200,0	\$ 145,80	\$ 100,00	\$ 29,50	\$ 50,00	\$ 8,33	\$ 1.533,63	\$ 18.403,56
<b>Jefe de Exportaciones</b>	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 72,90	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 25,00	\$ 4,17	\$ 781,57	\$ 9.378,78
<b>Director Adm. Financiero</b>	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 72,90	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 25,00	\$ 4,17	\$ 781,57	\$ 9.378,78
<b>Secretaria/recepcionista</b>	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 29,50	\$ 16,67	\$ 2,78	\$ 530,88	\$ 6.370,52
<b>Guardia</b>	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 60,75	\$ 41,67	\$ 29,50	\$ 20,83	\$ 3,47	\$ 656,22	\$ 7.874,65
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 3.300,00</b>	<b>\$ 400,95</b>	<b>\$ 275,00</b>	<b>\$ 147,50</b>	<b>\$ 137,50</b>	<b>\$ 22,91</b>	<b>\$ 4.283,86</b>	<b>\$ 51.406,29</b>

*Elaboración: Autor del proyecto.*

### 5.6.3.2. Gastos de Marketing y Ventas.

Para dar a conocer nuestro producto realizaremos publicidad en periódicos, radio, revistas. Asimismo participaremos en ferias nacionales como internacionales a fin de expandirnos.

**Tabla N°50. Gastos de Publicidad.**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR UNIT</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
1	Publicidad redes sociales	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 960,00
1	Publicidad en exteriores	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
1	Apertura de página web	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
	<b>TOTAL</b>		<b>\$ 600,00</b>	<b>\$ 7.200,00</b>

*Elaboración: Autor del proyecto.*

Tabla N°51. Balance General.

Cuentas	Año Inicial	1	2	3	4	5
<b>Activos corrientes</b>						
<b>Ingreso</b>		\$ 270.458,88	\$ 289.996,63	\$ 310.463,22	\$ 331.896,81	\$ 354.337,01
Total activos corrientes		<b>\$ 270.458,88</b>	<b>\$ 289.996,63</b>	<b>\$ 310.463,22</b>	<b>\$ 331.896,81</b>	<b>\$ 354.337,01</b>
<b>Activos fijos</b>						
<b>Edificio</b>	\$ 95.000,00	\$ 87.400,00	\$ 79.800,00	\$ 72.200,00	\$ 64.600,00	\$ 57.000,00
<b>Maquinarias</b>	\$ 36.580,00	\$ 33.653,60	\$ 30.727,20	\$ 27.800,80	\$ 24.874,40	\$ 21.948,00
<b>Equipos de oficina</b>	\$ 3.720,00	\$ 2.976,00	\$ 2.971,00	\$ 2.375,80	\$ 1.780,60	\$ 1.185,40
<b>Muebles y enseres</b>	\$ 3.600,00	\$ 2.880,00	\$ 2.875,00	\$ 2.299,00	\$ 1.723,00	\$ 1.147,00
<b>Equipos de computación</b>	\$ 5.300,00	\$ 3.886,67	\$ 2.473,33	\$ 1.060,00		
Total activos fijos	<b>\$ 144.200,00</b>	<b>\$ 130.796,27</b>	<b>\$ 118.846,53</b>	<b>\$ 105.735,60</b>	<b>\$ 92.978,00</b>	<b>\$ 81.280,40</b>
<b>Activos diferidos</b>						
<b>Gastos de constitución</b>	\$ 1.200,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00
<b>Patente y permisos</b>	\$ 800,00	\$ 640,00	\$ 640,00	\$ 640,00	\$ 640,00	\$ 640,00
Total activos diferidos	<b>\$ 2.000,00</b>	<b>\$ 1.600,00</b>				
Total activos	<b>\$ 146.200,00</b>	<b>\$ 402.855,15</b>	<b>\$ 410.443,16</b>	<b>\$ 417.798,82</b>	<b>\$ 426.474,81</b>	<b>\$ 437.217,41</b>
<b>Pasivos</b>						
<b>Participación de los trabajadores</b>		\$ 7.061,61	\$ 9.069,33	\$ 11.207,92	\$ 13.491,85	\$ 15.938,64
<b>Impuestos por Pagar</b>		\$ 10.003,95	\$ 12.848,21	\$ 15.877,88	\$ 19.113,45	\$ 22.579,74
<b>Préstamo Bancario a Corto Plazo</b>	\$ 133.762,51	\$ 4.222,34	\$ 5.330,61	\$ 6.729,77	\$ 8.496,18	\$ 10.726,23
Total pasivos	<b>\$ 133.762,51</b>	<b>\$ 21.287,90</b>	<b>\$ 27.248,15</b>	<b>\$ 33.815,57</b>	<b>\$ 41.101,47</b>	<b>\$ 49.244,62</b>
<b>Patrimonio</b>						
<b>Capital suscrito</b>	\$ 44.587,50	\$ 44.587,50	\$ 44.587,50	\$ 44.587,50	\$ 44.587,50	\$ 44.587,50
<b>Utilidad retenida acumulada</b>		\$ 30.011,85	\$ 38.544,64	\$ 47.633,65	\$ 57.340,35	\$ 67.739,23
Total patrimonio	\$ 44.587,50	\$ 74.599,35	\$ 83.132,14	\$ 92.221,16	\$ 101.927,85	\$ 112.326,73
<b>Total pasivo + patrimonio</b>	<b>\$ 178.350,01</b>	<b>\$ 95.887,25</b>	<b>\$ 110.380,28</b>	<b>\$126.036,73</b>	<b>\$ 143.029,32</b>	<b>\$ 161.571,35</b>

*Elaboración: Autor del proyecto.*

### 5.7. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectados.

El estado de pérdidas y ganancias refleja los ingresos y egresos de la empresa.

**Tabla N° 52. Estado de Pérdidas y Ganancias.**

<b>Año</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Ingresos</b>					
<b>Ingreso por ventas</b>	\$270.458,88	\$289.996,63	\$310.463,22	\$331.896,81	\$354.337,01
	<b>\$ 270.458,88</b>	<b>\$289.996,63</b>	<b>\$310.463,22</b>	<b>\$331.896,81</b>	<b>\$354.337,01</b>
<b>Costos y gastos</b>					
<b>Costos directos</b>	\$ 45.360,00	\$ 47.980,70	\$ 50.752,82	\$ 53.685,10	\$ 56.786,79
<b>Mano de obra directa</b>	\$ 35.607,12	\$ 36.567,33	\$ 37.553,42	\$ 38.566,11	\$ 39.606,11
<b>Total costos directos</b>	<b>\$ 80.967,12</b>	<b>\$ 84.548,03</b>	<b>\$ 88.306,25</b>	<b>\$ 92.251,21</b>	<b>\$ 96.392,91</b>
<b>Mano de Obra Indirecta</b>	\$ 51.406,29	\$ 52.792,55	\$ 54.216,19	\$ 55.678,22	\$ 57.179,67
<b>Costos indirectos</b>	\$ 59.266,64	\$ 61.560,72	\$ 63.987,34	\$ 66.554,16	\$ 69.269,27
<b>Total costos indirectos</b>	<b>\$ 110.672,93</b>	<b>\$114.353,26</b>	<b>\$118.203,52</b>	<b>\$122.232,37</b>	<b>\$126.448,94</b>
<b>Total Costos del proyecto</b>	<b>\$ 191.640,05</b>	<b>\$198.901,29</b>	<b>\$206.509,77</b>	<b>\$214.483,58</b>	<b>\$222.841,85</b>
<b>Gasto Financiero (intereses)</b>	\$ 31.741,43	\$ 30.633,16	\$ 29.234,00	\$ 27.467,59	\$ 25.237,54
<b>Depreciación Activos</b>	\$ 13.110,93	\$ 13.110,93	\$ 13.110,93	\$ 11.697,60	\$ 11.697,60
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ 33.966,47</b>	<b>\$ 47.351,24</b>	<b>\$ 61.608,52</b>	<b>\$ 78.248,04</b>	<b>\$ 94.560,02</b>
<b>-15% Participación de trabajadores</b>	\$ 5.094,97	\$ 7.102,69	\$ 9.241,28	\$ 11.737,21	\$ 14.184,00
<b>UTILIDAD ANTES imp. Renta</b>	<b>\$ 28.871,50</b>	<b>\$ 40.248,55</b>	<b>\$ 52.367,24</b>	<b>\$ 66.510,84</b>	<b>\$ 80.376,02</b>
<b>22% Imp. Renta</b>	\$ 6.351,73	\$ 8.854,68	\$ 11.520,79	\$ 14.632,38	\$ 17.682,72
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 22.519,77</b>	<b>\$ 31.393,87</b>	<b>\$ 40.846,45</b>	<b>\$ 51.878,45</b>	<b>\$62.693,29</b>

*Elaboración: Autor del proyecto.*

### 5.7.1. Flujo de Caja del Proyecto.

**Tabla N°53. Flujo de caja proyectado.**

UTILIDAD NETA		\$ 22.519,77	\$ 31.393,87	\$ 40.846,45	\$ 51.878,45	\$ 62.693,29
Flujo						
Inversión de accionistas	\$ 44.587,50					
Pago Capital de Deuda	\$133.762,51	\$ 4.222,34	\$ 5.330,61	\$ 6.729,77	\$ 8.496,18	\$ 10.726,23
(+) Depreciación		\$ 13.110,93	\$13.110,93	\$13.110,93	\$ 11.697,60	\$ 11.697,60
Flujo Neto	<b>(\$ 178.350,01)</b>	\$ 39.853,05	\$ 49.835,41	\$ 60.687,15	\$ 72.072,23	\$ 85.117,12
Capital de Trabajo		\$ 31.940,01				
Valor de desecho						\$ 87.328,00
Flujo Neto	<b>(\$ 178.350,01)</b>	\$ 71.793,05	\$ 49.835,41	\$ 60.687,15	\$ 72.072,23	\$ 172.445,12

*Elaboración: Autor del proyecto.*

### 5.7.2. VAN y TIR.

Tanto el VAN (Valor Actual Neto) como la TIR (Tasa Interna de Retorno) son indicadores financieros que demuestran la factibilidad del proyecto de acuerdo a su resultado.

#### 5.5.2.1. VAN.

**Tabla N°54. Valor actual neto.**

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Flujo Total</b>	<b>(\$ 178.350,01)</b>	\$71.793,05	\$ 49.835,41	\$ 60.687,15	\$ 72.072,23	\$ 172.445,12
WACC	8,75%					
VAN	\$141.920,64					

*Elaboración: Autor del proyecto.*

### 5.7.2.2. TIR.

**Tabla N°55. Tasa Interna de Retorno.**

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Flujo Total</b>	<b>(\$ 178.350,01)</b>	\$71.793,05	\$ 49.835,41	\$ 60.687,15	\$ 72.072,23	\$ 172.445,12
<b>WACC</b>	8,75%					
<b>TIR</b>	31,43%					

*Elaboración: Autor del proyecto.*

### 5.8. Payback.

El payback indica el tiempo estimado que se recuperará la inversión inicial, de acuerdo a los flujos de cajas descontados.

Su cálculo es basada al cálculo del VAN, pero su flujo de caja descontado se acumula, al momento que pasa de ser negativo a positivo, es donde se recuperará la inversión.

**Tabla N°56. PAYBACK.**

PAYBACK	0	1	2	3	4	5
<b>Flujo total</b>	<b>(\$178.350,01)</b>	\$71.793,05	\$ 49.835,41	\$ 60.687,15	\$ 72.072,23	\$ 172.445,12
<b>Flujo descontado</b>	<b>(\$ 178.350,01)</b>	\$66018,42	\$42140,87	\$ 47189,45	\$ 51534,59	\$ 113387,32
<b>Flujo desc. Acumulado</b>	<b>(\$ 178.350,01)</b>	<b>(\$112331,59)</b>	<b>(\$70190,72)</b>	<b>(\$23001,27)</b>	\$ 28533,32	\$ 141920,64

*Elaboración: Autor del proyecto.*

De acuerdo a los resultados de la tabla N° 56, indica que se recuperará la inversión en el cuarto año de desarrollo del proyecto.

### 5.9. Punto de Equilibrio.

**Tabla N°57. Punto de Equilibrio.**

PUNTO DE EQUILIBRIO	
PE \$	\$ 154.254,03
PE Q	6.159,69

*Elaboración: Autor del proyecto.*

### **5.10. Análisis e interpretación de los resultados de la evaluación financiera.**

Al proyecto, para empezar a marchar, se debe invertir alrededor de \$ 178.350,01 USD los que serán usados para que la empresa se constituya físicamente (activos fijos), y legalmente (activos diferidos).

El financiamiento para proyecto será mediante la aportación de los socios en un 25% y el 75% mediante un crédito a la CFN a 5 años plazo y con interés del 12% anual.

El Costo promedio ponderado de capital, se lo puede llamar también como el costo de deuda del proyecto, es de 8,75%.

En lo que respecta a las ventas, se estima un crecimiento de las mismas de aproximadamente 3%.

De acuerdo a el estado de resultado y posteriormente los flujos de caja, se demuestra que se tiene ganancias, como resultado, el VAN es positivo (USD 141.920,64 por lo que indica que es rentable, esto se ve reflejado en la tasa interna de retorno, la misma que es del 31,43% superior al WACC que es del 8,75%.

Se calcula, por medio del payback, que se recuperará la inversión inicial en el transcurso del cuarto año.

Con los costos fijos calculados y, obtenido el costo variable unitario, además del precio de venta, se estima que la empresa debe vender al menos 6.159,69 unidades de pitahaya en almíbar, o tener ingresos por razón de ventas de USD 154.254,03 para no generar pérdida, a partir de la venta de una unidad adicional, se comenzará a tener ganancias.

## 6. CONCLUSIONES

El estudio del presente proyecto demostró la demanda insatisfecha que tiene el país del consumo de alimentos a base de frutas, entre ellas la pitahaya en almíbar en el país Singapur, la misma que es relativamente alta.

Se pudo analizar la situación económica, social y se tiene como deducción que las personas que consumen el producto por lo general son personas con ingresos medios o altos, ya que los principales lugares donde se expenden los productos son las grandes cadenas de supermercados que están dirigidos para este tipo de personas, cabe recalcar que Singapur tiene un poder adquisitivo bastante alto.

Singapur, al estar potencializándose como una País donde el consumo preferente es de frutas y verduras, es un mercado donde se puede posicionar el producto de forma rápida, siempre y cuando se realice publicidad y participar en ferias relacionadas al producto, brindando un mejor servicio al mercado objetivo.

Como se pudo evidenciar en el plan financiero, la rentabilidad del producto es muy buena que alcanza una tasa de retorno del 31,43% y un VAN de \$141.920,64 teniendo la recuperación del capital en el cuarto año.

## 7. RECOMENDACIONES

La pitahaya es una fruta saludable y amigable con el ambiente, y no es reconocida porque no tiene mucha promoción por las partes involucradas, estas pueden ser el gobierno, se recomienda hacer promociones para que esta fruta sea reconocida y pueda ser de gran ayuda a la economía del país, ya que cuenta con una producción abundante de la misma

Si bien es cierto que el gobierno del Ecuador está incentivando al cambio de la matriz productiva y que se el país cuenta con todas las facilidades para proveerse de los ingredientes para ponerle un valor agregado al producto que se va a exportar, el país está pasando por una recesión económica que no existe mucho dinero para préstamos en el futuro inmediato.

Recomendara al gobierno que en conjunto con las entidades financieras otorguen préstamos financieros con bajos intereses para desarrollo industrial de alimentos procesado ya que es un factor de desarrollo económico.

Este proyecto puede ayudar, no sólo a las comercializadoras-importadoras de productos derivados de frutas, también a las empresas nacionales que la producen a encontrar un nicho de mercado que puede no estar siendo bien atendido.

## 8. BIBLIOGRAFIA

Instituto Nacional de Tecnología Industrial. (2012). *Envases y embalajes* . San Martín, Argentina: INTI.

Alibaba. (2016). Obtenido de [https://www.alibaba.com/product-detail/Mango-peeler-pomelo-fruit-peeling-machine\\_60440947184.html](https://www.alibaba.com/product-detail/Mango-peeler-pomelo-fruit-peeling-machine_60440947184.html)

Álvarez, P., & Espín, S. (2007). *Estudio de factibilidad para la comercialización internacional de los concentrados y/o mermelada de arazá, a los Estados Unidos*. Quito, Ecuador: Escuela Politécnica Nacional.

Andes. (2016). Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/econom%C3%ADa/6751.html>

Banco Central del Ecuador. (s.f.). *contenido.bce.fin.ec*. Obtenido de Inflación en Ecuador: <https://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>

Baquia. (2012). tecnología de singapur. <https://www.baquia.com/emprendedores/singapur-lider-tecnologico-mundial>.

BBG. (2016). Obtenido de [https://www.google.com.ec/search?q=balanza+digital+semiindustrial&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjrvTP4\\_zWAhUI1CYKHbSxA10Q\\_AUICigB&biw=1366&bih=662#imgrc=if0iMqLiG2wTgM:](https://www.google.com.ec/search?q=balanza+digital+semiindustrial&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjrvTP4_zWAhUI1CYKHbSxA10Q_AUICigB&biw=1366&bih=662#imgrc=if0iMqLiG2wTgM:)

blogsEcuador. (2014). Obtenido de <http://geografiadelecuador2014.blogspot.com/>

blogsmundo. (2016). Obtenido de <http://ingenieriaporelmundo.blogspot.com/2014/10/puerto-de-singapur.html>

Consortio Dominicano de Competitividad Turística. (2013). *Manual para la elaboración de Plan de Negocios para empresas Eco turísticas*. Santo Domingo, República Dominicana: Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional.

Diario La Hora. (10 de Noviembre de 2012). *Cultivo del arazá en nuestro país*. Obtenido de [http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101420826/-1/Cultivo\\_del\\_araz%C3%A1\\_en\\_nuestro\\_pa%C3%ADs.html](http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101420826/-1/Cultivo_del_araz%C3%A1_en_nuestro_pa%C3%ADs.html)

Dvoskin, R. (2004). Fundamentos de Marketing, Teoría y Experiencia. En R. Dvoskin, *Fundamentos de Marketing, Teoría y Experiencia* (págs. 190-191). Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.

Ecuador, F. (2016). Obtenido de <http://ecuador-fotos.blogspot.com/2010/10/provincia-y-capitales-del-ecuador.html>

Ecuador, g. c. (2016). Obtenido de Guía Comercial Ecuador

Ecuador, G. c. (2016). Obtenido de Guía comercial Ecuador

educadictos. (2016). Obtenido de <http://www.educadictos.com/la-matriz-bcg/>

El Universo. (14 de Diciembre de 2015). *www.eluniverso.com*. Obtenido de Desempleo en Ecuador aumentó de 4,2% a 5,4%, según la OIT: <http://www.eluniverso.com/noticias/2016/12/14/nota/5954008/desempleo-ecuador-aumento-42-54-segun-oit>

exteriores. (2016). Obtenido de [http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/SINGAPUR\\_FICHA%20PAIS.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/SINGAPUR_FICHA%20PAIS.pdf)

- FAO . (2000). *Arazá: Cultivo y utilización* . Caracas, Venezuela: Ministerio de Cooperación Técnica del Reino de los Países Bajos.
- Fichasingapur. (2015). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/11/Ficha-T%C3%A9cnica-Singapur-Noviembre-2015.pdf>
- Flacso. (2015). Obtenido de <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/f3aum4sgz8ls6rsximf6khej5eeefz.pdf>
- fruitlogistica. (2016). Obtenido de <http://www.fruitlogistica.de/es/>
- García, N., López, J., & Salazar, R. (2012). *Proyecto de valoración financiera de la elaboración y comercialización de la pulpa de arazá para la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil, Ecuador: Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- Gómez, A. (24 de Agosto de 2015). *Conozca algunos datos del arazá*. Obtenido de <http://www.elcampesino.co/conozca-algunos-datos-del-araza/>
- González, C. (2011). *Análisis de mercado para el plan de exportación de pulpa de arazá producida y procesada en Ecuador para el mercado de Munich-Alemania*. Quito, Ecuador: Universidad de las Américas.
- Guevara, A. (2015). *Elaboración de pulpas, zumos, néctares, deshidratados, osmodeshidratados y fruta confitada*. Lima, Perú: Universidad Nacional Agraria La Molina.
- Henández, M., & Barrera, J. (2004). *Bases técnicas para el aprovechamiento agroindustrial de especies nativas de la Amazonía*. Bogotá, Colombia: Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas.

High-speed. (2016). Obtenido de

<https://www.google.com.ec/search?q=envasadora+semiindustrial+de+almibar+frascos+de+vidrio&tbm=isch&tbs=rimg:CchrOSWOUduVIjgfNiOCDFLrMOzYOu7QMmYMZ3pocJdJv7ayML8zEHxtHfT5aEiTKjjTv4-bAuDCIkQSSAHMaWPNcSoSCR82I4IMUuswEaTbmWfnHnbDKhIJ7Ng67tAyZgwRqnGdjH-XEWwqEgl>

ICEX. (2016). Obtenido de <http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/que-es-icex/sala-de-prensa/sala-prensa/4742845.html>

Imarca. (2016). Obtenido de

[https://www.google.com.ec/search?q=MAQUINA+DE+LAVADO+DE+FRUTAS+SEMIINDUSTRIAL&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwje543x1fzWAhUIeSYKHxo2D40Q\\_AUICigB&biw=1366&bih=662#imgdii=DdFmIcF4O5SQHM:&imgrc=WVqUc\\_uDKBQfvM:](https://www.google.com.ec/search?q=MAQUINA+DE+LAVADO+DE+FRUTAS+SEMIINDUSTRIAL&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwje543x1fzWAhUIeSYKHxo2D40Q_AUICigB&biw=1366&bih=662#imgdii=DdFmIcF4O5SQHM:&imgrc=WVqUc_uDKBQfvM:)

Imarca. (2016.). Obtenido de

[https://www.google.com.ec/search?biw=1366&bih=662&tbm=isch&sa=1&q=maquina+semiindustrialestilizadora+de+envases+Imarca&oq=maquina+semiindustrialestilizadora+de+envases+Imarca&gs\\_l=psy-ab.3...61165.63722.0.64117.14.12.0.0.0.0.276.2032.0j2j7.9.0....0...1.1.](https://www.google.com.ec/search?biw=1366&bih=662&tbm=isch&sa=1&q=maquina+semiindustrialestilizadora+de+envases+Imarca&oq=maquina+semiindustrialestilizadora+de+envases+Imarca&gs_l=psy-ab.3...61165.63722.0.64117.14.12.0.0.0.0.276.2032.0j2j7.9.0....0...1.1.)

Instituto Ecuatoriano de de Normalización . (2008). *Jugos, pulpas, concentrados, néctares, bebidas de frutas y vegetales. Requisitos* . Quito, Ecuador: INEN.

MAZDEN. (2016). Obtenido de

<https://www.google.com.ec/search?biw=1366&bih=662&tbm=isch&sa=1&q=maquina+semiindustrial+para+fabricar+almibar&oq=maquina+semiindustrial+para+fabricar>



Proecuator. (2016). Obtenido de PROEC \_AS2016\_PITAHAYA. PDF

Proecuator. (2016). Obtenido de [www.proecuator.gob.ec](http://www.proecuator.gob.ec)

Proecuator. (2016). Obtenido de [http://www.proecuator.gob.ec/pubs/proec\\_fc2016\\_singapur/](http://www.proecuator.gob.ec/pubs/proec_fc2016_singapur/)

PROECUADOR. (2016). Obtenido de [http://www.proecuator.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROEC\\_PPM2013\\_PITAHAYA\\_SINGAPUR\\_I.pdf](http://www.proecuator.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROEC_PPM2013_PITAHAYA_SINGAPUR_I.pdf)

PROMÉXICO. (2015). *Decídete a exportar: Guía básica*. México DF, México: Instituto Nacional del Emprendedor.

PUCE. (2016). Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11587/Trabajo%20de%20Titulaci%C3%B3n.pdf?sequence=1>

Puentes, M., & Otálvaro, M. (2013). *El arazá en Colombia: Características, producción y potencial exportador*. Bogotá, Colombia: Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario.

Revista. (2016). Obtenido de Revista digital le pequeño gigante Asiático

santander. (2016). Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/singapur/empaques-y-nomas>

Santander. (2016). Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/singapur/empaques-y-nomas>

Santander. (2017). Obtenido de [santander. \(2017\). Obtenido de https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/global/guia-comercio-exterior-medios-de-pago](https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/global/guia-comercio-exterior-medios-de-pago).

Santander. (2017). *Singapur, politica y economia*. Manta :  
<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/singapur/politica-y-economia>.

SingaporeAO. (2016). Obtenido de <https://sites.google.com/site/singaporeao/home>

SL. (2016). Obtenido de  
[https://www.google.com.ec/search?biw=1366&bih=662&tbm=isch&sa=1&q=maquina+selladora+de+envases+de+vidrio&oq=maquina+selladora+de+envases+d&gs\\_l=psy-ab..12.18.3640](https://www.google.com.ec/search?biw=1366&bih=662&tbm=isch&sa=1&q=maquina+selladora+de+envases+de+vidrio&oq=maquina+selladora+de+envases+d&gs_l=psy-ab..12.18.3640).

Solostocks. (2016). Obtenido de <http://www.solostocks.com.co/venta-productos/maquinaria-ensado/otra-maquinaria-ensado/monobloque-para-llenado-y-tapado-tapon-corcho-y-rosca-324161>

Sosa, C. A. (2017). Obtenido de <http://www.elcomercio.com/opinion/2017-dependera-comercio-exterior.html>

TELEGRAFO. (2017). Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/10/lapitahaya-un-icone-de-desarrollo-de-palora-infografia>

Themoney. (2017). Obtenido de <https://themoneyconverter.com/ES/USD/SGD.aspx>

trademap. (2017). Obtenido de  
[http://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=3|702|||081190||6|1|1|2|1|2|2|1](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|702|||081190||6|1|1|2|1|2|2|1)

universal, C. (2016). *singapu*. Obtenido de  
<https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja>

&uact=8&ved=0ahUKEwjBt4fFw4XXAhXDRyYKHTcNC2cQFgg3MAM&url=http  
s%3A%2F%2Fculturauniversal.net%2F2017%2F04%2Fconoce-singapur-unos-de-  
los-paises-con-mas-desarrollo-actualmente%2F&usg=AO

Universia. (2015). Obtenido de <http://www.universia.es/estudiar-extranjero/singapur/vivir/cultura-tradiciones/1699>

Wikipedia. (2015). Obtenido de [https://www.google.com.ec/search?q=isla+de+singapur+Pulau+Ujong&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjfpo605pzUAhXBRyYKHeR0B\\_oQ\\_AUIBigB&biw=1366&bih=662#tbn=isch&q=pulau+ujong+singapore+island&imgcr=TDy51URLHGasxM](https://www.google.com.ec/search?q=isla+de+singapur+Pulau+Ujong&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjfpo605pzUAhXBRyYKHeR0B_oQ_AUIBigB&biw=1366&bih=662#tbn=isch&q=pulau+ujong+singapore+island&imgcr=TDy51URLHGasxM):

wikipedia. (2017). Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Pulau\\_Ujong](https://es.wikipedia.org/wiki/Pulau_Ujong)

Wikipedia. (2015). Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Pulau\\_Ujong#/media/File:CIA\\_World\\_Factbook\\_map\\_of\\_Singapore\\_\(English\).gif](https://es.wikipedia.org/wiki/Pulau_Ujong#/media/File:CIA_World_Factbook_map_of_Singapore_(English).gif)

*www.tetrapak.com*. (2017). Obtenido de Tetra Brik: <http://www.tetrapak.com/ec/packaging/tetra-brik>

Zuñiga, G. (2016). *Situacion politica de Singapur*. Singapur: <http://www.comercioexterior.ub.edu/correccion/05-06/singapur2006/10.situacionpolitica.htm>.

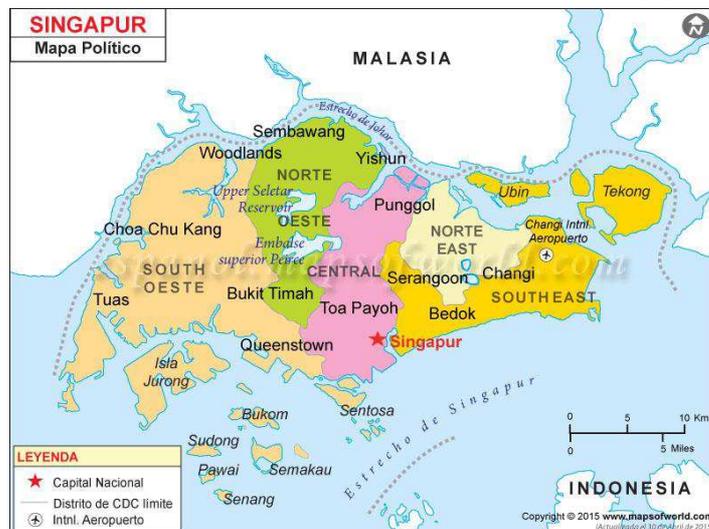
## 9. ANEXOS: Documentación de Apoyo

**Gráfico N° 1: Árbol de Pitahaya.**



**Fuente:** (pitahaya, 2011).  
Elaborado por: Autor del proyecto.

**Gráfico N° 2: Mapa Político de Singapur.**



**Fuente:** (Mundo, 2015).  
Elaborado por: Autor del proyecto

**Gráfico n° 3: Mapa de Isla Singapur, Pulau Ujong.**



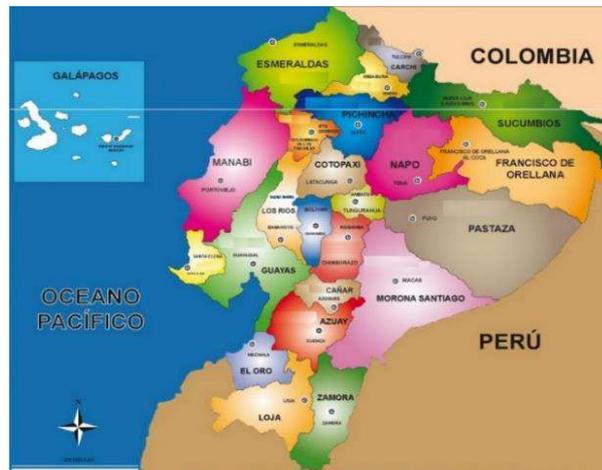
***Fuente:*** (Wikipedia, 2015).  
Elaborado por: Autor del proyecto.

**Gráfico N°4. Isla de Pulau Ujong- Singapur.**



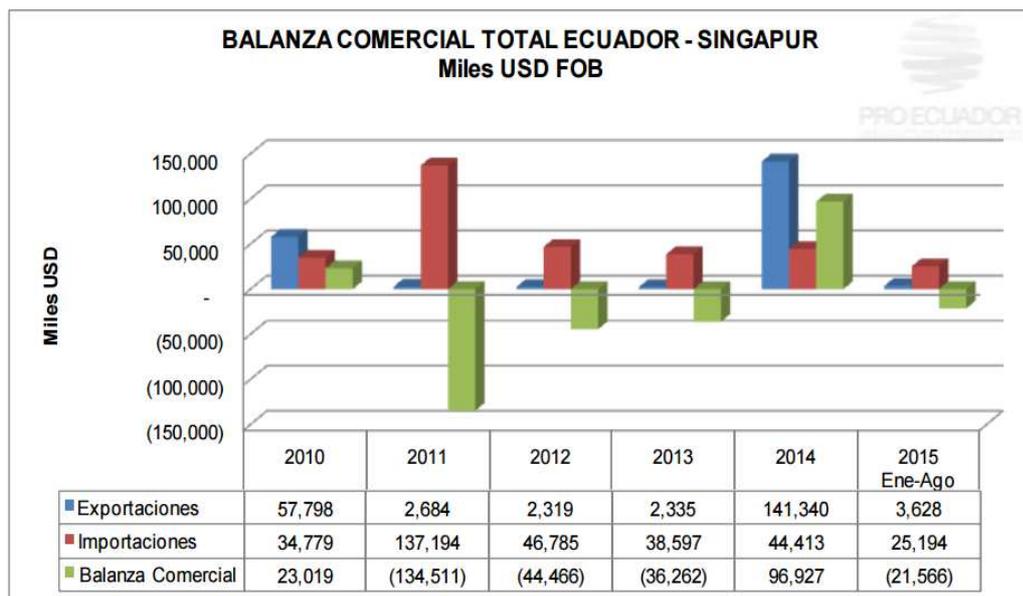
**Fuente:** (Wikipedia, 2015)  
Elaborado por: Autor del proyecto.

**Gráfico n° 5: Mapa Político de Ecuador.**



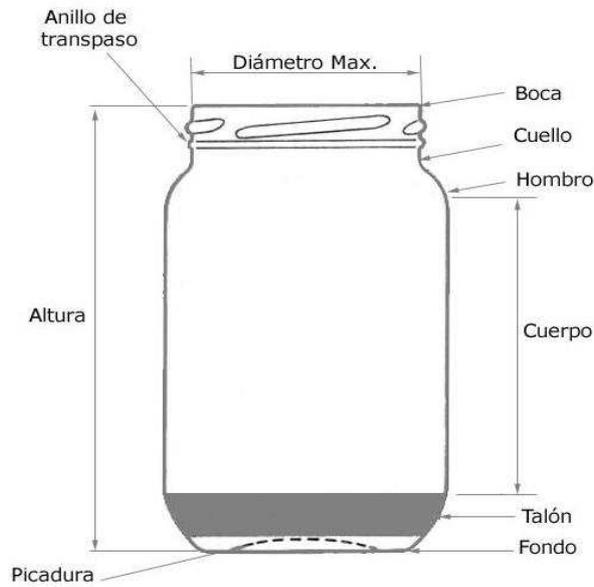
*Fuente:* (Ecuador, 2016).  
Elaborado por: Autor del proyecto.

**Gráfico N° 6. Balanza comercial Ecuador- Singapur.**



*Fuente:* (PROECUADOR, 2015).  
Elaborado por: Autor del proyecto.

**Gráfico N°. 7 Envase de la Pitahaya en Almíbar.**



**Gráfico N° 8: ETIQUETA.**



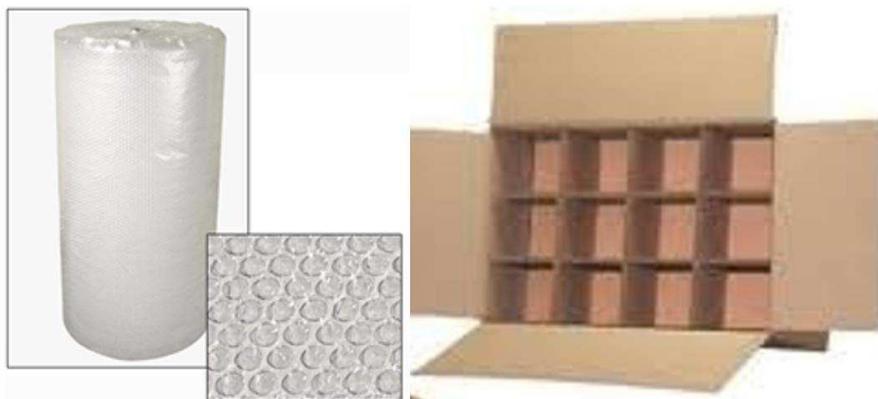
Elaborado por: Autor del proyecto.

**Gráfico N°. 9 Puerto de Singapur.**



Elaborado por: Autor del proyecto.

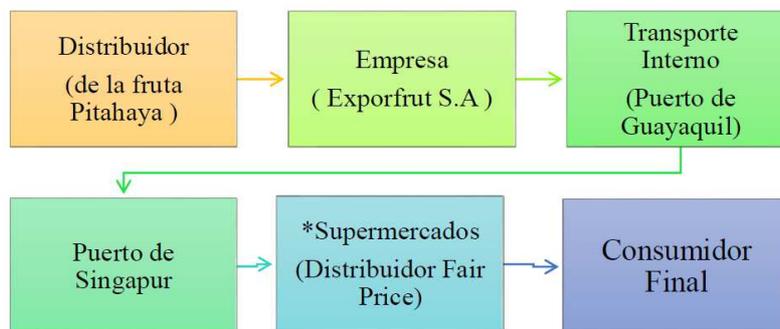
**Gráfico N°. 10 Tipo de Embalaje del Producto.**



Elaborado por: Autor de proyecto.

**Gráfico N°. 11 Tipo de palet.**

Fuente: **Fuente:** (Romaiz, 2017)  
Elaborado: Autor del proyecto

**Gráfico N°12 Cadena de Distribución.**

Elaborado por: autor del proyecto.

**Gráfico N°13 Ubicación de la Empresa.**



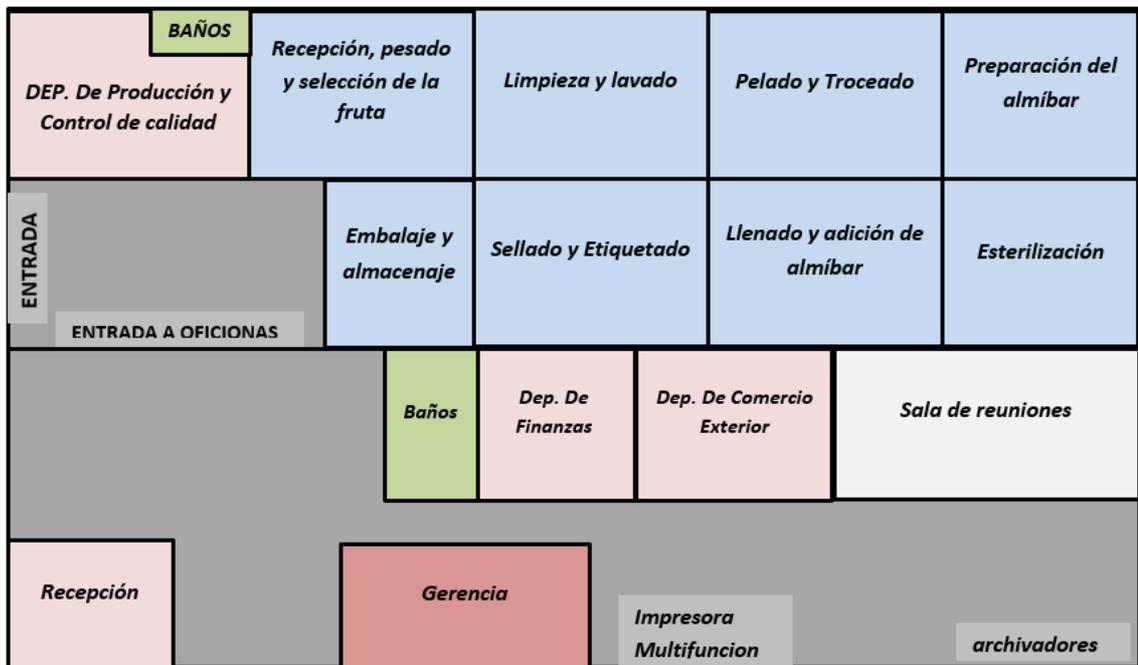
Fuente: Google maps.  
Elaborado por: autor del proyecto.

**Gráfico N° 14. Proceso de producción.**



Elaborado por: autor del proyecto.

Gráfico N° 15: Instalaciones de Exporfrut S.A.



*Elaborado por: Autor del proyecto.*

Gráfico N°16. Máquina de Lavar Frutas.



**Fuente:** (Imarca, 2016)

*Elaborado por: autor del proyecto*

**Gráfico N°17. Máquina de Pelado y Cortado**



**Fuente:** (Alibaba, 2016)  
*Elaborado por: autor del proyecto*

**Gráfico N°18: Máquina esterilización de envases de vidrio.**



**Fuete:** (directyindustry, 2017)  
*Elaborado por: autor del proyecto*

**Gráfico N°19. Máquina Envasadora**



**Fuente:** (Solostocks, 2016)  
*Elaborado por: autor del proyecto*

**Gráfico N°20. Máquina para elaboración de almíbar**



**Fuente:** (MAZDEN, 2016)  
*Elaborado por: autor del proyecto*

**Gráfico N°21 Máquina selladora de envases de vidrio.**



**Fuente:** (SL, 2016)

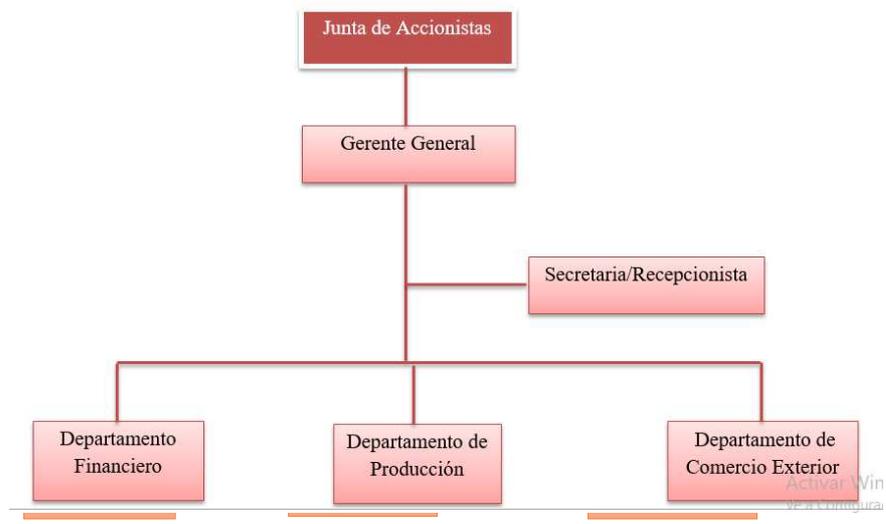
*Elaborado por:* autor del proyecto

**Gráfico N°22 Balanza semi-industrial.**



**Fuente:** (BBG, 2016)

*Elaborado por:* autor del proyecto.

**Gráfico N°23: Organigrama de la empresa.**

*Elaborado por: autor del proyecto.*