



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MAESTRÍA EN AGRONEGOCIOS SOSTENIBLES

TESIS DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

MAGÍSTER EN AGRONEGOCIOS SOSTENIBLES

PROYECTO:

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

AUTORES:

GAIBOR ESTUPIÑAN VICTOR ANTONIO

VILLACIS VARGAS JOHN KEVIN

DIRECTOR:

Ms. MARIA EUGENIA CASTILLO

GUAYAQUIL – ECUADOR

Agosto - 2025

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

RECONOCIMIENTOS

A todos aquellos, que el camino de la vida interactuamos, ya sea por la gracia de Dios de juntarnos como familia y que yo los pueda llamar “mamá, papá y hermano”, o por la simple coincidencia de encontrarnos y que yo lo pueda llamar “amor”.

A ellos que me han impulsado a ser mejor y a ir más allá de lo que creía posible: gracias por ser la fuerza motriz que me impulsa a seguir adelante.

Este proyecto es para ustedes, y espero que sea un testimonio de nuestro respeto, amor, admiración y gratitud eterna.

GAIBOR ESTUPIÑAN VICTOR ANTONIO

VILLACIS VARGAS JOHN KEVIN

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

AGRADECIMIENTOS

Me gustaría expresar mi profundo agradecimiento a todos aquellos que desempeñaron un papel importante en la implementación de este proyecto:

A la Ms. María Eugenia Castillo por su visión y apoyo desde el inicio de esta iniciativa., agradecer a nuestros potenciales clientes y proveedores por su interés y disposición para establecer relaciones comerciales de mutuo beneficio.

A mi compañero de equipo, cuyo compromiso, dedicación y talento juegan un papel clave en la consecución de los objetivos de este trabajo, a quienes han aportado ideas, sugerencias y críticas constructivas para mejorar este plan de negocio.

La participación y el apoyo de todos los miembros de la comunidad local son fundamentales para el éxito de este proyecto.

GAIBOR ESTUPIÑAN VICTOR ANTONIO

VILLACIS VARGAS JOHN KEVIN

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ACTA DE GRADUACIÓN No. ESPAE-POST-1505

APELLIDOS Y NOMBRES	VILLACIS VARGAS JOHN KEVIN
IDENTIFICACIÓN	1207142447
PROGRAMA DE POSTGRADO	Maestría en Agronegocios Sostenibles
NIVEL DE FORMACIÓN	Maestría Profesional
CÓDIGO CES	1021-750413F01-S-0901
TÍTULO A OTORGAR	Magíster en Agronegocios Sostenibles
TÍTULO DEL TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN	PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA EXPORTADORA DE PITAHAYA EN LA ZONA DE LOS RÍOS HACIA ESTADOS UNIDOS.
FECHA DEL ACTA DE GRADO	2025-10-07
MODALIDAD ESTUDIOS	SEMIPRESENCIAL
LUGAR DONDE REALIZÓ SUS ESTUDIOS	GUAYAQUIL
PROMEDIO DE LA CALIFICACIÓN DEL TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN	(9,30) NUEVE CON TREINTA CENTÉSIMAS

En la ciudad de Guayaquil a los siete días del mes de Octubre del año dos mil veinticinco a las 09:47 horas, con sujeción a lo contemplado en el Reglamento de Graduación de la ESPOL, se reúne el Tribunal de Sustentación conformado por: CASTILLO ORTIZ MARÍA EUGENIA, Director del trabajo de Titulación y VILLA COX RAMON ALFONSO, Vocal; para calificar la presentación del trabajo final de graduación "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA EXPORTADORA DE PITAHAYA EN LA ZONA DE LOS RÍOS HACIA ESTADOS UNIDOS.", presentado por el estudiante VILLACIS VARGAS JOHN KEVIN.

La calificación obtenida en función del contenido y la sustentación del trabajo final es de: 9,30/10,00, NUEVE CON TREINTA CENTÉSIMAS sobre diez.

Para dejar constancia de lo actuado, suscriben la presente acta los señores miembros del Tribunal de Sustentación y el estudiante.



Escuela Superior Politécnica del Litoral
MARIA EUGENIA
CASTILLO ORTIZ
Validar documento con FirmatEC

CASTILLO ORTIZ MARIA EUGENIA
DIRECTOR



Escuela Superior Politécnica del Litoral
RAMON ALFONSO VILLA
COX
Validar documento con FirmatEC

VILLA COX RAMON ALFONSO
EVALUADOR / PRIMER VOCAL



John Kevin Villacis
Vargas
Time Stamping
Security Data

VILLACIS VARGAS JOHN KEVIN
ESTUDIANTE

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ACTA DE GRADUACIÓN No. ESPAE-POST-1504

APELLIDOS Y NOMBRES	GAIBOR ESTUPIÑAN VICTOR ANTONIO
IDENTIFICACIÓN	0928952696
PROGRAMA DE POSTGRADO	Maestría en Agronegocios Sostenibles
NIVEL DE FORMACIÓN	Maestría Profesional
CÓDIGO CES	1021-750413F01-S-0901
TÍTULO A OTORGAR	Magister en Agronegocios Sostenibles
TÍTULO DEL TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN	PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA EXPORTADORA DE PITAHAYA EN LA ZONA DE LOS RÍOS HACIA ESTADOS UNIDOS.
FECHA DEL ACTA DE GRADO	2025-10-07
MODALIDAD ESTUDIOS	SEMIPRESENCIAL
LUGAR DONDE REALIZÓ SUS ESTUDIOS	GUAYAQUIL
PROMEDIO DE LA CALIFICACIÓN DEL TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN	(9,30) NUEVE CON TREINTA CENTÉSIMAS

En la ciudad de Guayaquil a los siete días del mes de Octubre del año dos mil veinticinco a las 09:46 horas, con sujeción a lo contemplado en el Reglamento de Graduación de la ESPOL, se reúne el Tribunal de Sustentación conformado por: CASTILLO ORTIZ MARIA EUGENIA, Director del trabajo de Titulación y VILLA COX RAMON ALFONSO, Vocal; para calificar la presentación del trabajo final de graduación "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA EXPORTADORA DE PITAHAYA EN LA ZONA DE LOS RÍOS HACIA ESTADOS UNIDOS.", presentado por el estudiante GAIBOR ESTUPIÑAN VICTOR ANTONIO.

La calificación obtenida en función del contenido y la sustentación del trabajo final es de: 9,30/10,00, NUEVE CON TREINTA CENTÉSIMAS sobre diez.

Para dejar constancia de lo actuado, suscriben la presente acta los señores miembros del Tribunal de Sustentación y el estudiante.



MARIA EUGENIA
CASTILLO ORTIZ

CASTILLO ORTIZ MARIA EUGENIA
DIRECTOR



RAMON ALFONSO VILLA
COX

VILLA COX RAMON ALFONSO
EVALUADOR / PRIMER VOCAL



VICTOR ANTONIO
GAIBOR ESTUPIÑAN

GAIBOR ESTUPIÑAN VICTOR ANTONIO
ESTUDIANTE

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Declaración Expresa

Nosotros **GAIBOR ESTUPIÑAN VICTOR ANTONIO, VILLACIS VARGAS JOHN KEVIN** acordamos y reconocemos que: La titularidad de los derechos patrimoniales de autor **GAIBOR ESTUPIÑAN VICTOR ANTONIO, VILLACIS VARGAS JOHN KEVIN** del proyecto de graduación corresponderá a los autores, sin perjuicio de lo cual la ESPOL recibe en este acto una licencia gratuita de plazo indefinido para el uso no comercial y comercial de la obra con facultad de sublicenciar, incluyendo la autorización para su divulgación, así como para la creación y uso de obras derivadas. En el caso de usos comerciales se respetará el porcentaje de participación en beneficios que corresponda a favor del autor o autores. El o los estudiantes deberán procurar en cualquier caso de cesión de sus derechos patrimoniales incluir una cláusula en la cesión que proteja la vigencia de la licencia aquí concedida a la ESPOL.

La titularidad total y exclusiva sobre los derechos patrimoniales de patente de invención, modelo de utilidad, diseño industrial, secreto industrial, secreto empresarial, derechos patrimoniales de autor sobre software o información no divulgada que corresponda o pueda corresponder respecto de cualquier investigación, desarrollo tecnológico o invención realizada por nosotros durante el desarrollo del proyecto de graduación, pertenecerán de forma total, exclusiva e indivisible a la ESPOL, sin perjuicio del porcentaje que me/nos corresponda de los beneficios económicos que la ESPOL reciba por la explotación de mi/nuestra innovación, de ser el caso.

En los casos donde la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI) de la ESPOL comunique a los autores que existe una innovación potencialmente patentable sobre los resultados del proyecto de graduación, no se realizará publicación o divulgación alguna, sin la autorización expresa y previa de la ESPOL.

Guayaquil, 16 de octubre del 2025.



**GAIBOR ESTUPIÑAN
VICTOR ANTONIO**



**VILLACIS VARGAS
JOHN KEVIN**

TABLA DE CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN	17
1.1	ANTECEDENTES.....	18
1.2	Objetivos del Proyecto o Plan de Negocios	21
1.2.1	Objetivo General	21
2	ANÁLISIS DEL ENTORNO Y COMPETENCIA	22
2.1	Factores Externos:.....	22
2.2	Análisis de la Industria con Modelo Porter	25
2.2.1	Amenaza de Nuevos Participantes:	26
2.2.2	Poder de Negociación de Clientes y Proveedores:	27
2.2.3	Amenazas de Productos Sustitutos.....	29
2.2.4	Rivalidad entre Competidores	30
2.3	Análisis F.O.D.A.	33
2.4	Análisis PESTLE	37
2.4.1	Factores Políticos.....	40
2.4.2	Factores Económicos	42
2.4.3	Factores Sociales	43
2.4.4	Factores Tecnológicos.....	44
2.4.5	Factores Legales	45
2.4.6	Factores Ecológicos	47
3	EXPLICACIÓN DEL PROYECTO.....	49
3.1	Descripción del Problema o Necesidad Para Resolver	49
3.2	Características del Producto.....	50
3.3	Propuesta de Valor para el Consumidor	52
3.4	Explicación del Modelo de Negocio	54
4	PLAN ESTRATÉGICO.....	58
4.1	Misión	58
4.2	Visión	58
4.3	Objetivos Estratégicos	59
4.3.1	Penetración de mercado:	60

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

4.3.2	Calidad y sostenibilidad:	60
4.3.3	Innovación y diversificación:	60
4.3.4	Crecimiento rentable:	60
4.3.5	Desarrollo de talento:	60
5	ANÁLISIS DEL MERCADO.....	62
5.1	Descripción del Mercado Potencial	62
5.2	Segmentación.....	64
5.3	Mercado Objetivo.....	71
5.4	Investigación de Mercado.....	72
5.5	Metodología de Investigación:	74
5.5.1	ENTREVISTA	74
5.1	Tipos de Clientes.....	79
5.2	Implementación del Mix de Marketing	80
5.3	Desarrollo de Producto.....	81
5.4	Diseño de la Cartera de Productos	82
5.5	Gestión de Canales de Distribución.....	83
5.6	Política de Establecimiento de Precios.....	85
5.7	Comunicación Integrada	86
6	ANÁLISIS TÉCNICO.....	88
6.1	Análisis Técnico y Especificaciones del Producto o Servicio	88
6.2	Licencias, Franquicias, Derechos, Patentes, Protección de Propiedad	
Intelectual	90	
6.3	Flujo de Producción.....	92
6.4	Diagrama de Flujo de COMPRA Y ALMACENAMIENTO	95
6.5	Materias Primas e Insumos	96
6.6	Reciclaje y Manejo de Desechos en Todas las Fases del Proceso Productivo ..	99
6.7	Maquinarias y Equipos Requeridos	102
6.8	Determinación del Tamaño de Planta y de Localización.....	106
6.9	Balance de Obras Físicas, Maquinarias, Equipos, Personal, Materias Primas e	
Insumos	107	

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

6.10	Capacidad total de almacenamiento en bodega	110
6.11	Transporte Interno.....	112
6.12	Oferta exportable	113
6.13	Compradores.....	113
6.14	Procesos de comercialización y exportación.....	114
6.15	Procesos y áreas de la empresa.....	114
6.16	Técnicas de Estimación de Costos Totales Unitarios de Productos y	
Servicios	115	
6.17	Determinación de Inversiones en Activos Fijos y en Capital de Trabajo ..	117
6.18	Cronograma Valorado de Inversiones en Planta de Producción:	
Construcción, Montaje y Operación		123
7	ASPECTOS ORGANIZACIONALES.....	134
7.1	Organigrama de la Empresa	134
7.2	Perfiles y Funciones de los Principales Cargos en la Empresa.....	134
7.3	Presupuesto de Gastos de Personal.....	143
7.4	Análisis Legal.....	145
7.4.1.	Legislación aplicable, tipo de empresa a constituir, permisos de	
funcionamiento, requisitos, etc.		145
8	ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO	164
8.1	Cálculo y Análisis del Punto de Equilibrio Financiero.....	164
8.2	Cálculo de Proyecciones de Ingresos y Egresos del Proyecto	167
8.3	Gastos Administrativos, de Ventas y Financieros:	170
8.4	Costos y gastos proyectados:	173
8.5	Proyección del Estado de resultados:	174
8.6	Cálculo de la Tasa de Descuento o Costo de Capital: CAPM y WACC	175
8.7	Tabla de Amortización del Financiamiento del Proyecto.....	177
8.8	Flujo de Caja del Proyecto sin Financiamiento	178
8.9	Flujo de Caja del Proyecto con Financiamiento	179
8.10	Métodos de Evaluación: VAN y TIR.....	180
8.11	Análisis de Sensibilidad	182

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

8.12	Resultados y Decisión Financiera.....	1
9	ANÁLISIS DE IMPACTOS DEL NEGOCIO.....	1
9.1	Identificación de los Impactos Ambientales y/o Sociales del Negocio.....	1
9.2	Medidas de Mitigación de Impactos a Implementar	4
9.3	Relación de los Impactos Ambientales y/o Sociales del Negocio con los ODS ...	8
10	ANÁLISIS DE RIESGOS.....	13
10.1	Matriz de Riesgos: Principales Variables de Riesgo, Internas y Externas... 	13
10.2	Análisis Cualitativo y Cuantitativo de los Riesgos	14
10.3	Acciones de Mitigación, Supervisión y Control de los Riesgos	16
11	CONCLUSIONES	22
12	RECOMENDACIONES.....	24
13	BIBLIOGRAFÍA	27
14	ANEXOS.....	29

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	Detalle del análisis F.O.D.A.	37
Tabla 2	Tendencias económicas, sociales, legales, ambientales y tecnológicas .	39
Tabla 3	Características de la Pitahaya.....	50
Tabla 4	Compradores de Fruta en Estados Unidos	71
Tabla 5	Mercado meta	73
Tabla 6	Perfiles de Importador:	73
Tabla 7	Estrategia comercial	74
Tabla 8	Decisiones de Alineación:.....	74
Tabla 9	Registro de participantes:.....	78
Tabla 10	Matriz de Supuestos:	78
Tabla 11	Matriz de Quotes:	79
Tabla 12	Semáforo de supuestos:.....	79
Tabla 13	Otras características de la Pitahaya Roja.....	89
Tabla 14	Procesos y Áreas	92
Tabla 15	Manejo de desechos:	99
Tabla 16	Maquinaria y equipos necesarios.....	102
Tabla 17	Muebles y enseres y equipos	103
Tabla 18	Equipos de Cómputo:	103
Tabla 19	Vehículos.....	104
Tabla 20	Detalle de instalación de enfriadores en el área de almacenaje.....	104
Tabla 21	Detalle de insumos:	104
Tabla 22	Detalle de gastos de Constitución	105
Tabla 23	Detalle de maquinaria y equipos por departamento.	107
Tabla 24	Balance de Personal necesario:.....	109
Tabla 25	Calculo capacidad de cajas de fruta para almacenaje en bodega	110
Tabla 26	Peso por camión de 3,5 toneladas	112
Tabla 27	Activos Fijos necesarios:.....	117
Tabla 28	Equipos de Computo	117
Tabla 29	Maquinaria y Equipos	118

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tabla 30	Equipos de Transporte	118
Tabla 31	Instalaciones	119
Tabla 32	Insumos.....	119
Tabla 33	Gastos de Constitución	119
Tabla 34	Balance de Personal de Administración y Marketing	120
Tabla 35	Costos Indirectos de Fábrica	121
Tabla 36	Diagrama de Gantt (flujo de Operaciones).....	123
Tabla 37	Inversión en Activos.....	124
Tabla 38	Depreciación de activos.....	125
Tabla 39	Depreciación de Obra Civil	125
Tabla 40	Depreciación de maquinaria y equipos.....	126
Tabla 41	Depreciación de Muebles y equipos.....	127
Tabla 42	Depreciación de equipos de computación	127
Tabla 43	Depreciación de Vehículo	127
Tabla 44	Amortización de Gastos de Constitución:.....	128
Tabla 45	Costos Iniciales	128
Tabla 46	Gastos del primer mes	129
Tabla 47	Flujo de Inversión:.....	129
Tabla 48	Estructura de financiamiento del Proyecto	130
Tabla 49	Financiamiento del Proyecto	132
Tabla 50	Tabla de amortización del préstamo	133
Tabla 51	Sueldos de Mano de Obra Directa.....	143
Tabla 52	Proyección de Sueldos de Mano de Obra Directa.....	144
Tabla 53	Sueldos Administrativos	144
Tabla 54	Proyección de Sueldos Administrativos y de Ventas.	145
Tabla 55	Calculo del Costo unitario	164
Tabla 56	Calculo del precio unitario	165
Tabla 57	Calculo de los Costos fijos.....	165
Tabla 58	Calculo del Punto de Equilibrio en unidades	166
Tabla 59	Ingresos del Proyecto en 5 años:.....	167

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tabla 60	Costo de la mercancía con Incoterms	168
Tabla 61	Matriz Incoterms	169
Tabla 62	Gastos de Administración.....	170
Tabla 63	Gastos de ventas.....	170
Tabla 64	Gastos financieros del proyecto	171
Tabla 65	Gastos Administrativos, de Ventas y Financieros Proyectados:.....	172
Tabla 66	Costos y Gastos	173
Tabla 67	Proyección de Pérdidas y ganancias	174
Tabla 68	Calculo del CAPM.....	175
Tabla 69	Calculo del WACC:	176
Tabla 70	Tabla de Amortización	177
Tabla 71	Flujo de Caja sin Financiamiento.....	178
Tabla 72	Cuadro de Flujo de Efectivo Proyectado.....	179
Tabla 73	Análisis del Van y Tir del Proyecto para 5 años:.....	180
Tabla 74	Análisis de sensibilidad	182
Tabla 75	Otros supuestos:	182
Tabla 76	Flujo base.....	183
Tabla 77	Escenarios:.....	183
Tabla 78	Tasa media de crecimiento:	184
Tabla 79	Estimación del precio de venta unitario:	185
Tabla 80	Proyección de Balance General	1
Tabla 81	Objetivos de Desarrollo Sostenible	8
Tabla 82	Matriz de riesgos internas y externas	13
Tabla 83	Matriz cuantitativa y cualitativa de riesgos.....	14
Tabla 84	Matriz de supervisión y control de riesgos:	16

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Factores externos.....	22
Figura 2. Gráfico de las cinco fuerzas de Porter.....	25
Figura 3. Exportaciones de Pitahaya	31
Figura 4. Análisis F.O.D.A.....	33
Figura 5. Entorno comercial de la Pitahaya	38
Figura 6. Modelo Canvas del Proyecto	54
Figura 7. Objetivos Estrategicos:.....	59
Figura 8. Analisis Trademap	63
Figura 9. Variable demográfica.....	69
Figura 10. Variable psicográfica.....	70
Figura 11. Mercado Objetivo.....	72
Figura 12. Marketing Mix:	80
Figura 13. Servicio de pesado	82
Figura 14. Modelo de Empaque.....	84
Figura 15. Logotipo de la Marca	86
Figura 16. Flujo de compra y almacenamiento	95
Figura 17. Modelo de la planta:.....	106
Figura 18. Recorrido bodega a Puerto Marítimo de Guayaquil.....	111
Figura 19. Organigrama Estructural de VICJOHN S.A.....	134
Figura 20. Precio de Pitahaya en Estados Unidos.....	167
Figura 21. Sensibilidad del Van según factores clave:.....	184
Figura 22. Impactos Ambientales	1
Figura 23. Medidas para mitigar impactos.....	4
Figura 24. Acciones de mitigación:	18

LISTA DE ABREVIATURAS

A

APHIS

(Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal), 11

C

CAPM

Modelo de Valoración de Activos Financieros) es un modelo financiero que estima la tasa de retorno esperada de una inversión en función de su riesgo y la rentabilidad del mercado., 11

F

FDA

(Administración de Alimentos y Medicamentos) es una agencia gubernamental de Estados Unidos que protege la salud pública al garantizar la seguridad y eficacia de alimentos, medicamentos (humanos y veterinarios), productos biológicos, cosméticos y dispositivos médicos. Su trabajo abarca la regulación de estos productos, la comunicación de sus beneficios y riesgos, y el avance de la innovación para hacerlos más efectivos, seguros y asequibles., 11

O

OTIF

On time in full, métrica de la cadena de suministro para medir el porcentaje de pedidos que se entregan a tiempo y en la cantidad correcta, 11

T

TIR

Tasa Interna de Retorno) es un indicador financiero que representa la rentabilidad potencial de una inversión en forma de porcentaje anual, 11

U

USDA

Departamento de Agricultura de los Estados Unidos), 11

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

V

VAN

Valor actual Neto, herramienta financiera que evalúa la rentabilidad de una inversión o proyecto, 11

W

WACC

Weighted Average Cost of Capital), o costo promedio ponderado de capital, es una métrica financiera que representa el costo promedio de la financiación de una empresa, considerando tanto la deuda como el capital propio, ponderados por su participación en la estructura financiera., 11

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente trabajo de investigación se analizó la viabilidad de crear una empresa exportadora de pitahaya en la ciudad de los Ríos en Ecuador y exportar este producto hacia los Estados Unidos. El objetivo es convertirse en el principal exportador de pitahaya de la región. La misión es comprar pitahaya roja fresca y exportarla desde la ciudad de Los Ríos hacia Florida en Estados Unidos, manteniendo altos estándares de calidad y sostenibilidad y promoviendo el crecimiento, desarrollo económico y social de la región, crear empleos y oportunidades de crecimiento para los productores locales de Pitahaya. La pitahaya que se pretende exportar es la pitahaya roja únicamente. Este producto se distingue por su frescura, sabor único y excelente calidad. Se trabajará en estrecha colaboración con los productores locales para garantizar prácticas agrícolas sostenibles y la máxima frescura de la fruta. Este proyecto se esfuerza por diferenciarse ofreciendo pitahaya fresca y de alta calidad, capitalizando la reputación de Los Ríos como productor de frutas tropicales de primera calidad. La estrategia de marketing pretende resaltar la frescura, calidad y sabor único de la pitahaya, y comunicamos nuestros valores de sostenibilidad y responsabilidad social. Para poder operar alquilaremos un local de almacenamiento ubicado estratégicamente en la región de Los Ríos donde se seleccionara y empacaran pitahayas rojas en cajas de 2,5 kilos, (9 unidades por caja) aproximadamente antes de ser enviadas a los Estados Unidos. El éxito se basará en una sólida base financiera y esperamos generar ingresos significativos a medida que expandamos nuestras operaciones y aumentemos nuestra presencia en el mercado de Estados Unidos. Se buscare financiamiento inicial para la compra de maquinaria y equipos tecnológicos, transporte y otras inversiones necesarias. Nos esforzamos por alcanzar la excelencia en todo lo que hacemos y estamos comprometidos a llevar nuestra fruta del dragón fresca y deliciosa exclusivamente a los importadores en Florida.

1 INTRODUCCIÓN

En el amplio mundo de la horticultura, pocas frutas despiertan tanto interés y curiosidad como la pitahaya o fruta del dragón. Gracias a su apariencia exótica, su delicioso sabor y sus propiedades saludables, la pitahaya atrae la atención de los consumidores de todo el mundo. Sin embargo, su cultivo es un arte delicado, que requiere condiciones climáticas especiales y cuidados especiales, lo que lo convierte en una auténtica joya de la naturaleza.

En ese contexto, la región de Los Ríos, en Ecuador, se está convirtiendo en un oasis para el cultivo de pitahaya de alta calidad. Los Ríos, con su clima subtropical y suelo fértil, proporcionan las condiciones ideales para el florecimiento de esta hermosa fruta. Los exuberantes campos de cactus verdes y los paisajes diversos albergan miles de frutas del dragón que producen frutas jugosas y fragantes. En los últimos años, la demanda de pitahaya ha aumentado significativamente en el mercado internacional, especialmente en Estados Unidos, donde los consumidores buscan opciones saludables y deliciosas para agregar a su dieta. Esta tendencia ha creado nuevas oportunidades para los productores de pitahaya de Los Ríos, quienes han comenzado a explorar el potencial de exportar sus productos al mercado estadounidense. Fue en ese contexto que nació la idea de constituir una empresa exportadora de pitahaya en la región de Los Ríos. El objetivo de la empresa es simple pero ambicioso: llevar la frescura y la calidad de la pitahaya local a los consumidores más exigentes de Florida Estados Unidos, incentivando el desarrollo social y económico en la región. En este trabajo se analizarán aspectos involucrados para exportar pitahaya desde la compra de la fruta como producto terminado hasta la estrategia de exportación y los beneficios potenciales para la empresa y las comunidades locales, analizaremos aspectos de este proyecto. También destacaremos las oportunidades y desafíos de los productores.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

1.1 ANTECEDENTES

La creciente demanda global destaca a la pitahaya (*Selenicereus undatus*), también conocida como "fruta del dragón", en el mercado de exportación. La popularidad de este producto se debe a que tiene un sabor atractivo, una apariencia exótica y beneficios para la salud, lo cual la hace una opción deseable para las personas que cuidan su alimentación. Su versatilidad culinaria, que va desde su consumo fresco hasta una variedad de productos procesados, ayuda a ampliar su potencial en el mercado. La pitahaya destaca en los estantes de los supermercados por su apariencia única y llamativa, captando la atención de los consumidores en busca de nuevas experiencias culinarias. La demanda de productos exóticos como la pitahaya está aumentando en un mundo cada vez más globalizado, lo que hace que sea un producto relevante y atractivo para la exportación. (Francisco, 2023)

Ecuador ha establecido su posición como un destacado productor y exportador de pitahaya, sobre todo en las zonas costeras como Los Ríos, Manabí y Guayas. En los últimos años, la producción y exportación de frutas ha aumentado constantemente debido a su sabor único y propiedades nutricionales apreciadas. El destino principal de las exportaciones ecuatorianas de pitahaya es Estados Unidos, seguido por países europeos como Alemania y Países Bajos, y también mercados emergentes en Asia como China y Japón. El crecimiento constante de la demanda internacional ha impulsado a los productores ecuatorianos a ampliar sus plantaciones y perfeccionar sus técnicas agrícolas. Se prevé que este aumento siga en el futuro, con proyecciones alentadoras para el mercado de la pitahaya en Ecuador, impulsadas por la demanda de productos exóticos y saludables a nivel mundial. (MAG[Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2023]).

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

En la región Costa de Ecuador se ubica la provincia de Los Ríos, destacándose por su diversidad de condiciones geográficas, climáticas y socioeconómicas que son propicias para el cultivo de pitahaya y otras cosechas.

La provincia de los Ríos está en una llanura costera, por la que fluyen ríos importantes como el Babahoyo y el Quevedo geográficamente. La agricultura se ve facilitada gracias a la topografía plana y el fácil acceso a fuentes de agua para regar los cultivos. (Gomez, 2018)

La provincia de los Ríos tiene una economía centrada en la agricultura y la ganadería, lo que la convierte en una región agrícola importante en Ecuador desde el punto de vista socioeconómico. La producción agrícola depende de la población rural, que tiene numerosas fincas y pequeñas explotaciones dedicadas a diferentes cultivos, como la pitahaya.

En los últimos años, la producción de pitahaya en Los Ríos ha crecido mucho por las condiciones climáticas favorables y el interés de los agricultores en diversificar sus cultivos. El clima cálido y húmedo de la región es perfecto para el cultivo de la pitahaya, ya que esta fruta prefiere temperaturas estables y suelos bien drenados. (Gomez & Martinez, La pitahaya: Un cultivo en auge en la provincia de Los Ríos, Ecuador., 2023)

El éxito en la producción de pitahaya en Los Ríos se debe también a la disponibilidad de tierras fértiles y agua de riego. Los agricultores han incorporado técnicas de cultivo modernas y están dedicando recursos a ampliar sus plantaciones de pitahaya para responder a la demanda creciente tanto en el ámbito nacional como en el internacional de esta fruta exótica y nutritiva. En síntesis, las condiciones geográficas, climáticas y socioeconómicas de Los Ríos favorecen el cultivo exitoso de la pitahaya y otras plantaciones.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

La demanda creciente de frutas exóticas y saludables ha llevado a un significativo crecimiento del mercado de la pitahaya en Estados Unidos. La distribución se hace a través de supermercados, tiendas orgánicas y canales en línea con la ayuda de importadores y distribuidores. Los proveedores internacionales, en particular de México y otros países latinoamericanos y asiáticos, son la fuente principal de competencia. El USDA y la FDA establecen regulaciones de importación para garantizar la calidad y seguridad del producto. Entender las oportunidades y desafíos en la exportación de pitahaya a Estados Unidos es fundamental para este análisis. (Proecuador, 2023)

El interés en frutas exóticas y saludables está creciendo en Estados Unidos, según las tendencias de consumo. La demanda de frutas como la pitahaya ha aumentado debido a que los consumidores estadounidenses buscan diversidad y alternativas saludables en su alimentación. Los exportadores de pitahaya tienen una oportunidad debido a la preferencia por productos frescos, orgánicos y sostenibles. La popularidad de frutas exóticas como la pitahaya aumentó por el interés en la cocina internacional y la influencia de las redes sociales, generando un mercado receptivo de estrategias de comercialización que resalten sus atributos únicos y beneficios para la salud. (Madr, 2024)

Ecuador Exotics muestra cómo es exitosa la exportación de pitahaya desde América Latina hacia Estados Unidos. La calidad consistente del producto, las relaciones sólidas con clientes y distribuidores, la diversificación de productos y servicios, junto con estrategias efectivas de marketing es responsables del éxito. A pesar de esto, se han encontrado con desafíos tales como regulaciones de importación y competencia.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

1.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO O PLAN DE NEGOCIOS

1.2.1 Objetivo General

Analizar la viabilidad para crear una empresa que adquiera pitahaya roja como producto terminado y exportar hacia Florida Estados Unidos.

1.2.1.1 Objetivos Específicos

1. Evaluar el mercado objetivo a través de la realización de un estudio de mercado.
2. Realizar un estudio técnico para el establecimiento de la planta y de toda la infraestructura de la misma.
3. Realizar un estudio de costos y análisis financiero para determinar la inversión requerida, los posibles ingresos y la rentabilidad del proyecto.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

2 ANÁLISIS DEL ENTORNO Y COMPETENCIA

“El análisis no debe ser natural sino relevante para el entorno empresarial, razón por la cual es tan importante analizar el estado actual de todo el entorno empresarial.” (Pedrós, 2012)

El análisis de las condiciones de exportación de pitahaya desde Los Ríos a Estados Unidos muestra perspectivas prometedoras debido al clima subtropical ideal y la creciente demanda de frutas exóticas y saludables en el mercado americano. A continuación, se destacan los factores a evaluar:

2.1 FACTORES EXTERNOS:

Figura 1. Factores externos



Elaboración: Los Autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Económicos: La política comercial entre el país exportador y Estados Unidos puede afectar los aranceles y las barreras comerciales. Los acuerdos de libre comercio podrían mejorar el acceso al mercado estadounidense, por tal motivo se analizará la situación económica en Ecuador y Estados Unidos, abarcando tasas de cambio, inflación y tendencias del mercado.

Políticos y legales: La Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) regula la seguridad de los alimentos importados. Esto incluye el control de residuos de pesticidas, contaminantes y aditivos alimentarios. La fruta del dragón debe cumplir con los estándares de seguridad alimentaria establecidos por la FDA. Por tal motivo hay que revisar las normativas gubernamentales sobre la exportación de productos agrícolas desde Ecuador hacia Estados Unidos, tales como aranceles, tratados de libre comercio y requisitos fitosanitarios.

Socioculturales: Tomar en cuenta las preferencias de los consumidores estadounidenses sobre frutas exóticas y saludables, además de las tendencias de consumo y estacionalidad.

Tecnológicos: Examinar las tecnologías agrícolas que se pueden utilizar para comprar la pitahaya en Los Ríos, también evaluar las herramientas para el seguimiento de la cadena de suministro y los sistemas de gestión empresarial.

Competencia:

Identificación de competidores directos e indirectos: Buscar otras compañías que exporten pitahaya en Ecuador y otros países, también proveedores de frutas exóticas y tropicales que puedan ser competencia indirecta.

Análisis de fortalezas y debilidades: Evaluar las fortalezas y debilidades de los competidores en cuanto a la calidad del producto, su capacidad de distribución, relaciones con clientes, precios y estrategias de marketing.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Evaluación de estrategias de competidores: Examinar las tácticas empleadas por los rivales para ingresar al mercado de Estados Unidos, tales como canales de distribución, posicionamiento de marca y políticas de precios.

Identificación de oportunidades y amenazas: Identificar las posibles oportunidades que surjan de las debilidades de los competidores o cambios en el entorno y evaluar las que representen competidores más establecidos o factores externos como cambios en la legislación o fluctuaciones en los precios.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

2.2 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA CON MODELO PORTER

El análisis de Porter se utiliza ampliamente en los negocios para identificar oportunidades y amenazas y desarrollar estrategias efectivas. “Se centra en cinco fuerzas clave que determinan la intensidad de la competencia y, por tanto, la rentabilidad del mercado” (Michaux, 2016)

Estas fuerzas incluyen la rivalidad entre competidores existentes, las amenazas de nuevos participantes, el poder de negociación de los compradores, el poder de negociación de los proveedores y las amenazas de productos o servicios alternativos.

Figura 2. Gráfico de las cinco fuerzas de Porter



Elaboración: Los autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

2.2.1 Amenaza de Nuevos Participantes:

Barreras de entrada: Si bien el mercado de exportación de pitahaya puede presentar oportunidades lucrativas, existen barreras de entrada que pueden disuadir a nuevos participantes. Estas barreras pueden incluir la necesidad de establecer relaciones con importadores y distribuidores en Estados Unidos, así como cumplir con las regulaciones de importación y los estándares de calidad exigidos por el mercado.

Costos iniciales: El establecimiento de una empresa exportadora de pitahaya requiere inversiones significativas en infraestructura, tecnología, logística y marketing. Los costos iniciales pueden ser prohibitivos para nuevos participantes, especialmente si no tienen acceso a capital suficiente o a financiamiento externo.

Experiencia y conocimientos del mercado: Los competidores establecidos en el mercado de exportación de pitahaya pueden tener una ventaja en términos de experiencia y conocimientos del mercado. Han establecido relaciones con importadores y distribuidores, comprenden las preferencias y tendencias del consumidor en Estados Unidos, y han perfeccionado sus procesos de producción y distribución a lo largo del tiempo.

Diferenciación y posicionamiento de marca: La diferenciación y el posicionamiento de marca son factores clave para competir en el mercado de exportación de pitahaya. Los competidores establecidos pueden tener marcas reconocidas y reputación entre los importadores y consumidores estadounidenses, lo que hace más difícil para nuevos participantes entrar y ganar cuota de mercado.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

2.2.2 Poder de Negociación de Clientes y Proveedores:

Según el modelo de las cinco fuerzas de Porter, el poder de negociación de clientes y proveedores es una parte importante del análisis de la industria. Se muestra a continuación una descripción:

Derechos de negociación de los clientes:

Los clientes en este contexto son compradores de pitahaya, como empresas grandes y distribuidores en el mercado estadounidense. Su poder de negociación se basa en su capacidad para influir en el precio, la calidad y otras condiciones de venta de la pitahaya. A continuación, se presentan algunos puntos clave sobre el poder de negociación de los clientes:

Opciones disponibles: si los clientes tienen muchas opciones de proveedores de pitahaya, su poder de negociación será mayor. Esto podría suceder si hay muchos otros exportadores de pitahaya compitiendo en el mercado.

Sensibilidad al precio. Si los compradores son muy sensibles a los precios y pueden encontrar fácilmente sustitutos más baratos, tendrán mayor poder de negociación. Sin embargo, si están dispuestos a pagar un precio más alto por la calidad y frescura de la pitahaya de Los Ríos, su poder de negociación puede disminuir.

Volumen de compra: Los clientes que compran grandes volúmenes pueden tener un mayor poder de negociación porque representan una parte importante de los ingresos de los exportadores de pitahaya. Por otro lado, los clientes que compran cantidades más pequeñas pueden tener menos influencia sobre las condiciones de venta.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Información y transparencia. Los clientes bien informados y con acceso a información sobre precios y calidad pueden lograr una posición negociadora más sólida. Esto puede aplicarse especialmente a clientes minoristas o distribuidores con acceso a datos de mercado. Por lo tanto, el poder de negociación de los clientes al exportar pitahaya de Los Ríos a Estados Unidos depende de factores como la disponibilidad de opciones, la sensibilidad de los precios, el volumen de compra y la información disponible.

Poder de negociación de los proveedores:

Proveedores en este contexto son aquellos que brindan insumos agrícolas, servicios logísticos y otros insumos necesarios para el cultivo, procesamiento y exportación de pitahaya de Los Ríos. Su poder de negociación se basa en su capacidad para influir en el costo y la disponibilidad de estos recursos y servicios. A continuación, se presentan algunos puntos clave con respecto al poder de negociación de los proveedores:

Disponibilidad de alternativas. Si hay muchos proveedores de materias primas y servicios en el mercado, los exportadores de pitahaya tienen más opciones y pueden obtener una posición negociadora más sólida. Sin embargo, si hay pocos proveedores o recursos y servicios especializados, los proveedores tienen mayor poder de negociación.

Coste relativo. Los costos de insumos y servicios en comparación con los ingresos provenientes de las exportaciones de pitahaya pueden afectar el poder de negociación de los proveedores. Si los costos son altos en relación con los ingresos, el proveedor puede tener una mayor influencia sobre las condiciones de venta.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Dependencia de proveedores. Si los exportadores de pitahaya dependen en gran medida de un proveedor en particular para obtener materias primas o servicios críticos, ese proveedor tendrá mayor poder de negociación. Por otro lado, si los exportadores tienen muchas opciones de proveedores, su poder de negociación será mayor.

Diferenciación de productos o servicios. Los proveedores que ofrecen productos o servicios únicos o de alta calidad pueden tener un mayor poder de negociación porque los exportadores de pitahaya pueden estar dispuestos a pagar precios más altos por ellos.

2.2.3 Amenazas de Productos Sustitutos

En los mercados de frutas tropicales y exóticas, la amenaza de sustitutos puede surgir del hecho de que otras frutas compiten por la atención y el consumo de los consumidores. En el caso de la pitahaya, los riesgos de los productos sustitutos pueden incluir:

Mango: El mango es una fruta tropical muy popular en muchos mercados internacionales, incluido Estados Unidos. Su dulzura y sabor exótico la convierten en un competidor directo de la pitahaya, especialmente en productos como jugos y batidos.

Piña: La piña es otra fruta tropical muy consumida en todo el mundo. Es conocido por su sabor fresco y versatilidad en muchas recetas. En algunos casos, los consumidores pueden elegir la piña en lugar de la pitahaya debido a su familiaridad y disponibilidad.

Kiwi: Aunque no es tan popular como el mango o la piña, el kiwi es otra fruta exótica que compite con la pitahaya en el mercado estadounidense. Con su textura suave y su sabor único, el kiwi se utiliza a menudo en ensaladas de frutas y postres, lo que constituye una alternativa atractiva a la pitahaya.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Granada: La granada es conocida por su rico sabor y beneficios para la salud, como su alto contenido de antioxidantes. Aunque son menos populares que otras frutas tropicales, las granadas pueden considerarse una alternativa a la pitahaya para los consumidores que buscan opciones diversas y saludables.

Maracuyá: el maracuyá es una fruta tropical con un sabor amargo distintivo que puede atraer a un grupo específico de consumidores. En algunos productos como batidos y jugos, el maracuyá puede competir directamente con la pitahaya en cuanto a la preferencia del consumidor.

2.2.4 Rivalidad entre Competidores

La competencia entre competidores en el mercado de exportación de pitahaya de Estados Unidos es evidente en muchos aspectos. Primero, la competencia de precios es feroz ya que las empresas intentan seguir siendo atractivas para los clientes estadounidenses sin afectar sus ganancias. Además, la lucha por una mayor participación de mercado impulsa estrategias agresivas de marketing y distribución, en las que las empresas compiten para atraer nuevos clientes y expandir su presencia en múltiples canales de ventas juntas. Además, la competencia no sólo proviene de otras empresas exportadoras de pitahaya sino también de productos alternativos como mango, piña, kiwi, etc. que aportan alternativas atractivas para los consumidores. En este entorno competitivo, las empresas deben diferenciarse a través de la calidad del producto, la eficiencia de la distribución y estrategias promocionales y publicitarias efectivas para mantener su ventaja y asegurar su posición en el mercado.

Competencia entre competidores:

Precio: La competencia de precios en el mercado de exportación de pitahaya a Estados Unidos puede ser muy feroz. Los competidores pueden estar dispuestos a recortar beneficios para

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

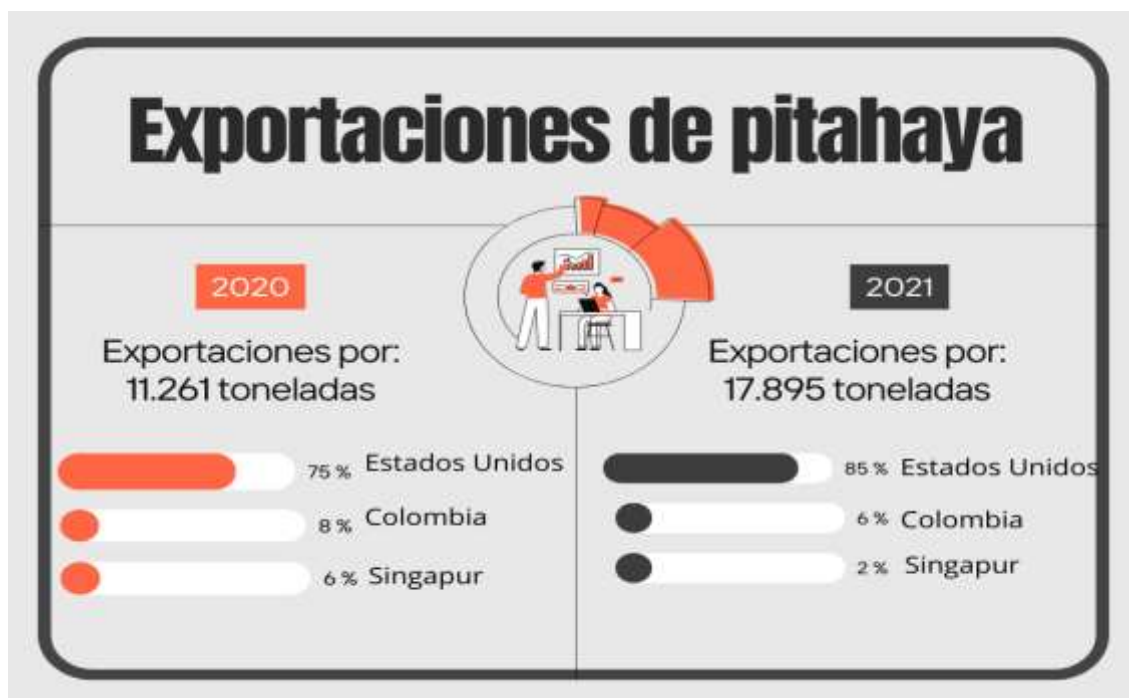
ganar cuota de mercado, lo que podría conducir a una guerra de precios. Esto podría afectar a los beneficios de todas las empresas implicadas y ejercer presión sobre los precios de venta.

Cuota de mercado. Los competidores en el mercado de la pitahaya están haciendo todo lo posible para aumentar la participación de mercado mediante estrategias de marketing agresivas, la ampliación de las redes de distribución e innovaciones de productos. La lucha por una mayor participación de mercado puede generar una competencia feroz y una fragmentación del mercado.

Productos directamente competitivos y productos sustitutos:

Competencia directa: Los competidores directos son otras empresas exportadoras de pitahaya, tanto de la región de Los Ríos como de otras regiones productoras. Estas empresas ofrecen productos similares y compiten en los mismos segmentos de mercado en Estados Unidos.

Figura 3. Exportaciones de Pitahaya



Fuente: Boletín Informativo (Agencia de regulación y control Fitosanitaria y Zoonosanitaria. 2021).

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Sustitutos: La competencia también proviene de otros alimentos tropicales y exóticos como mangos, piñas, kiwis y granadas, que pueden brindar alternativas atractivas para los consumidores que buscan variedad o aman los diferentes sabores y texturas.

Mecanismo de venta y distribución:

Canal de ventas. Los competidores pueden utilizar una variedad de canales de distribución, como supermercados, tiendas especializadas, mercados de agricultores y ventas en línea, para llegar a los consumidores en los Estados Unidos. La eficacia y el alcance de estos canales pueden variar entre los competidores, lo que puede afectar su capacidad para llegar a nuevos mercados y clientes.

Estrategia de promoción y publicidad:

Promoción de marca. Los competidores pueden implementar estrategias de marca para diferenciar sus productos y generar lealtad en los consumidores. Esto puede incluir campañas publicitarias en medios digitales, sociales y tradicionales, así como patrocinios de eventos y degustaciones en las tiendas.

Características y compromisos del producto:

Calidad del producto: Los competidores compiten por la calidad del producto, incluida la frescura, el sabor y la apariencia de la pitahaya. Aquellos que puedan ofrecer la más alta calidad pueden obtener una ventaja competitiva en el mercado.

Garantía y atención al cliente. Los competidores pueden ofrecer garantías de satisfacción del cliente y políticas de devolución para garantizar que los consumidores tengan confianza en sus

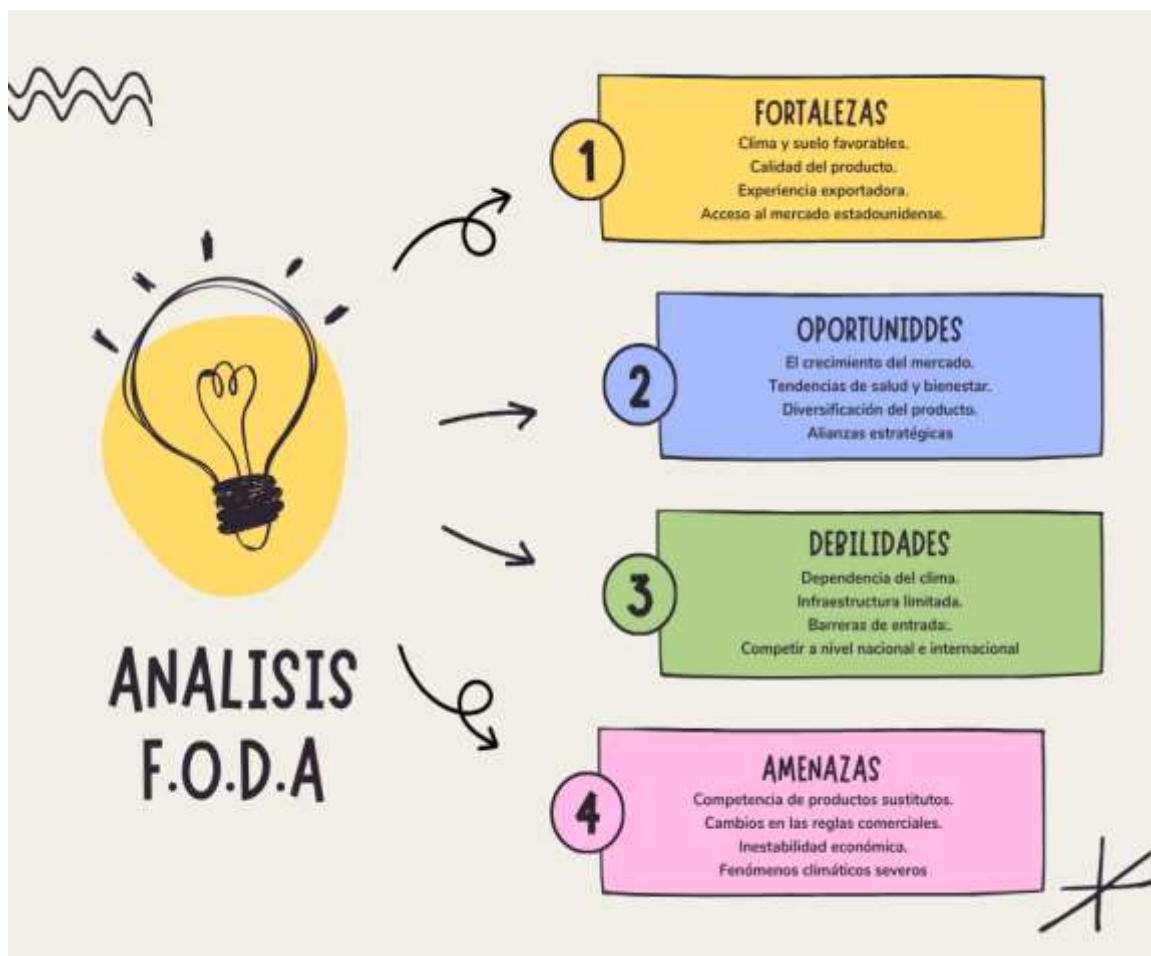
“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

productos. Un servicio al cliente excepcional también puede influir en la percepción de la marca y la lealtad del cliente.

2.3 ANÁLISIS F.O.D.A.

A continuación se presenta un resumen del análisis FODA.

Figura 4. Análisis F.O.D.A



Elaboración: Los autores

Aquí se muestra un análisis FODA (Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas) de la exportadora de pitahaya de la región de Los Ríos a Florida Estados Unidos:

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Fortalezas:

Clima y suelo favorables: La región de Los Ríos tiene un clima subtropical ideal y un suelo fértil adecuado para el cultivo de pitahaya de alta calidad.

Calidad del producto: Las Pitahayas de Los Ríos se caracterizan por su excepcional frescura, sabor y textura, lo que las hace altamente competitivas en el mercado internacional.

Experiencia exportadora: Existen empresas con experiencia exportando productos agrícolas en la región, aportando conocimiento y estableciendo relaciones en los mercados internacionales.

Acceso al mercado estadounidense. Estados Unidos es un mercado grande y lucrativo de frutas tropicales, y la fruta del dragón se está volviendo cada vez más popular entre los consumidores estadounidenses preocupados por la salud y la gastronomía.

Oportunidades:

El crecimiento del mercado. La demanda de frutas exóticas y saludables está creciendo en Estados Unidos, lo que crea oportunidades para atraer nuevos clientes y ampliar la presencia en el mercado.

Tendencias de salud y bienestar: la fruta del dragón es apreciada por sus propiedades nutricionales y beneficios para la salud, lo que le otorga una posición favorable en un mercado donde los consumidores buscan opciones de alimentos saludables.

Diversificación del producto. Además de pitahaya fresca, también existe oportunidad de desarrollar productos derivados como jugos, helados, productos de panadería y snacks, ampliando la oferta a diferentes segmentos del mercado.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Alianzas estratégicas. Establecer alianzas con importadores de frutas en Estados Unidos, exclusivamente en Florida puede ayudar a aumentar la distribución y el conocimiento de los productos de pitahaya de Los Ríos.

Debilidades:

Dependencia del clima: Los fenómenos meteorológicos adversos, como sequías o lluvias intensas, pueden afectar la producción y la calidad de la pitahaya, lo que puede afectar negativamente a la oferta y los ingresos.

Infraestructura limitada. La falta de infraestructura de transporte y almacenamiento en la región puede obstaculizar la distribución efectiva de pitahaya fresca a los mercados internacionales.

Barreras de entrada: Cumplir con los requisitos internacionales de calidad, seguridad alimentaria y certificación puede ser costoso y difícil para los productores de pitahaya en Los Ríos, lo que puede limitar la participación en los mercados internacionales.

Competir a nivel nacional e internacional. Además de la competencia nacional, hay otros productores internacionales de pitahaya que también buscan entrar en el mercado estadounidense, aumentando la competencia y ejerciendo presión sobre los precios.

Amenazas:

Competencia de productos sustitutos. Otras frutas tropicales como el mango, la piña y el kiwi podrían considerarse alternativas atractivas a la pitahaya, lo que podría afectar a la demanda y los precios.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Cambios en las reglas comerciales. Los cambios en las regulaciones del comercio internacional, los aranceles o las barreras no arancelarias podrían afectar el acceso al mercado estadounidense y dificultar la exportación de pitahaya desde Los Ríos.

Inestabilidad económica. La agitación económica tanto en Ecuador como en Estados Unidos podría afectar la demanda de bienes de lujo como la fruta del dragón, especialmente si los consumidores limitan el gasto en alimentos no esenciales.

Fenómenos climáticos severos: Los fenómenos meteorológicos como tormentas o heladas pueden causar daños a los sembríos de pitahayas y afectar la oferta y los precios en el mercado.

Este análisis FODA proporciona una descripción general de los factores internos y externos que pueden influir en el éxito de la empresa exportadora de pitahaya en Los Ríos, EE. UU. Y se pueden utilizar para desarrollar estrategias comerciales efectivas y reducción de riesgos.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tabla 1 *Detalle del análisis F.O.D.A.*

Categoría	Aspecto	Descripción
Fortalezas	Clima y suelo	Condiciones ideales para el cultivo.
	Calidad	Frescura, sabor y textura competitiva.
	Experiencia exportadora	Empresas con conocimiento del mercado.
	Acceso a EE.UU.	Mercado grande con demanda creciente.
Oportunidades	Crecimiento del mercado	Mayor demanda en EE.UU.
	Tendencias saludables	Beneficios nutricionales valorados.
	Diversificación	Posibilidad de productos derivados.
	Alianzas	Expansión mediante distribuidores.
Debilidades	Clima	Fenómenos adversos afectan la producción.
	Infraestructura	Limitaciones en transporte y almacenamiento.
	Barreras de entrada	Costos y regulaciones internacionales.
	Competencia	Otros productores presionan precios.
Amenazas	Sustitutos	Mango, piña y kiwi compiten.
	Regulaciones	Cambios comerciales pueden afectar exportación.
	Economía	Crisis puede reducir consumo.
	Clima extremo	Tormentas y heladas impactan producción.

Elaboración: Los autores

2.4 ANÁLISIS PESTLE

“Las estrategias, no deben surgir de la nada, deben responder al entorno del negocio, de ahí la importancia de realizar un estudio de la situación actual del entorno general de la sociedad” (Pedros, 2012)

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Factores políticos y marco legal:

Figura 5. Entorno comercial de la Pitahaya



Elaboración: Los Autores

Aspectos positivos:

Apoyo del gobierno: El gobierno ecuatoriano puede apoyar al sector agrícola, incluido el cultivo y la exportación de pitahaya, a través de incentivos fiscales, programas de desarrollo rural y políticas favorables de comercio exterior.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Acuerdos comerciales: La participación de Ecuador en acuerdos comerciales internacionales podría facilitar el acceso al mercado estadounidense al reducir las barreras aduaneras y simplificar los procedimientos aduaneros.

Aspectos negativos:

Normas de higiene. Cumplir con las regulaciones sanitarias y fitosanitarias durante la exportación puede resultar costoso y complicado, especialmente si hay cambios en las regulaciones o requisitos de importación en Estados Unidos.

Inestabilidad política. La inestabilidad política en Ecuador o Estados Unidos puede afectar el entorno empresarial y crear inestabilidad en las políticas comerciales y las relaciones internacionales.

Tabla 2 Tendencias económicas, sociales, legales, ambientales y tecnológicas

Factor	Descripción
Político	Relaciones comerciales entre Ecuador y EE.UU., acuerdos de exportación y regulaciones fitosanitarias.
Económico	Creciente demanda en EE.UU., costos de producción y exportación, tipo de cambio y posibles crisis económicas.
Social	Preferencia por alimentos saludables, crecimiento del consumo de frutas exóticas y tendencias de bienestar.
Tecnológico	Innovaciones en transporte y conservación, mejoras en técnicas agrícolas y certificaciones de calidad.
Legal	Normativas de seguridad alimentaria de EE.UU. (FDA, USDA), certificaciones necesarias y barreras arancelarias.
Ambiental	Impacto del cambio climático, sostenibilidad en el cultivo y regulaciones ecológicas en la producción y exportación.

Elaboración: Los autores

Aspectos positivos:

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tendencias en salud y felicidad. Las crecientes preocupaciones sobre la salud y la nutrición en los Estados Unidos están impulsando la demanda de frutas exóticas y saludables como la pitahaya.

Advertencia ambiental. Una mayor conciencia ambiental y el interés en métodos agrícolas sostenibles pueden alentar a los productores de pitahaya a adoptar un enfoque ecológico para cultivarlas.

Aspectos negativos:

Cambios climáticos. Los fenómenos climáticos extremos, como sequías o tormentas, pueden afectar la producción y la calidad de la pitahaya, lo que plantea riesgos para la oferta y los precios.

Tecnología competitiva. Los avances tecnológicos de los competidores en la producción de frutas importadas pueden aumentar la competencia y hacer más difícil diferenciar los productos de pitahaya.

Productos o tecnologías adicionales:

Tecnología de almacenamiento y transporte. Las innovaciones en tecnología de almacenamiento y transporte podrían mejorar la calidad y frescura de la pitahaya enviada a Estados Unidos, lo que podría mejorar la aceptación en el mercado.

2.4.1 Factores Políticos

Los factores políticos son factores del entorno externo que pueden afectar directamente a la empresa y sus actividades. En el contexto de una empresa que exporta pitahaya desde la región de Los Ríos a Estados Unidos, los factores políticos pueden incluir:

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Política comercial internacional: Los acuerdos comerciales entre Ecuador y Estados Unidos, así como cualquier cambio en las políticas de comercio exterior de ambos países, podrían tener un impacto significativo para facilitar que la pitahaya ecuatoriana llegue al mercado estadounidense. Los aranceles, las cuotas y las restricciones comerciales pueden afectar la competitividad de los productos de pitahaya en el mercado.

Regulaciones fitosanitarias: Las regulaciones gubernamentales relativas a la importación de fruta fresca, incluida la pitahaya, pueden tener un impacto directo en la capacidad de una empresa para exportar sus productos. Los cambios en las regulaciones fitosanitarias en Estados Unidos o Ecuador pueden afectar los requisitos de inspección, procesamiento y certificación de la pitahaya, lo que puede resultar en costos adicionales y procedimientos más complejos para la empresa.

Estabilidad política. La estabilidad política tanto en Ecuador como en Estados Unidos es importante para el entorno empresarial general. La inestabilidad política, los conflictos internos o las tensiones internacionales pueden provocar inestabilidad económica y afectar la confianza de los inversores y consumidores, lo que puede afectar negativamente las operaciones comerciales y las perspectivas de crecimiento de una empresa exportadora de pitahaya.

Apoyo gubernamental: Las políticas gubernamentales que promueven el desarrollo agrícola y la exportación pueden beneficiar a una empresa exportadora de pitahaya. Estos incluyen programas de subsidios, incentivos fiscales, apoyo financiero y técnico destinado a mejorar la productividad, la calidad y la competitividad de los productos agrícolas, que pueden contribuir al éxito a largo plazo de la empresa en el mercado internacional.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

2.4.2 Factores Económicos

Los factores económicos son factores del entorno externo que pueden afectar las actividades económicas y financieras de una empresa. En el contexto de una empresa exportadora de pitahaya desde la región de Los Ríos hacia Estados Unidos, los factores económicos relevantes incluyen:

Tipos de cambio: Las fluctuaciones en el tipo de cambio entre el dólar estadounidense y el dólar ecuatoriano pueden afectar los ingresos y gastos de una empresa exportadora. Un dólar más fuerte en relación con el ecuatoriano podría encarecer la pitahaya ecuatoriana para los compradores estadounidenses, reduciendo la demanda y las ganancias de las empresas.

Precios del petróleo: Ecuador es un país exportador de petróleo y los precios del petróleo pueden tener un impacto significativo en la economía general del país. Los cambios en los precios del petróleo pueden afectar variables como la inflación, los tipos de cambio y la disponibilidad de fondos gubernamentales para programas de apoyo a la agricultura y las exportaciones.

Demanda y precio. La situación económica en los Estados Unidos y la demanda de los consumidores de alimentos frescos e importados pueden afectar la demanda y los precios de la pitahaya ecuatoriana. Factores como el crecimiento del PIB, los niveles de empleo, la confianza de los consumidores y las tendencias del consumo pueden influir en la disposición de los consumidores estadounidenses a comprar pitahaya y el precio que están dispuestos a pagar por ella.

Costos de producción: Los costos de producción, incluidos los salarios, los insumos para mantenimiento de la fruta, el transporte y la energía, pueden afectar la rentabilidad de una empresa exportadora de pitahaya. Los cambios en los precios de las materias primas o los costos laborales

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

pueden afectar los márgenes de beneficio de una empresa y su capacidad para competir internacionalmente.

Acceso a financiación: La disponibilidad de financiación y las tasas de interés pueden afectar la capacidad de una empresa exportadora para invertir en infraestructura, tecnología y desarrollo productivo.

2.4.3 Factores Sociales

Los factores sociales son aspectos de la sociedad que pueden influir en las preferencias, el comportamiento y las necesidades de los consumidores. En el contexto de una empresa exportadora de pitahaya desde la región de Los Ríos hacia Estados Unidos, los factores sociales importantes son:

Tendencias en salud y felicidad. La creciente conciencia sobre la salud y el bienestar ha provocado un cambio en las preferencias de los consumidores hacia productos frescos y naturales. La fruta del dragón, con sus propiedades nutricionales y beneficios para la salud, puede considerarse una opción atractiva para los consumidores que buscan alimentos saludables y exóticos.

Cultura alimentaria: la cultura alimentaria en los Estados Unidos está influenciada por muchas influencias étnicas y regionales. La introducción de frutas tropicales y exóticas en la dieta estadounidense ha abierto la posibilidad de utilizar la fruta del dragón como ingrediente único en muchas recetas y platos.

Tendencias de estilo de vida y consumo. Los cambios en el estilo de vida, como las preferencias por alimentos precocinados y listos para comer, pueden afectar la demanda de

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

pitahaya. La conveniencia de la pitahaya como fruta lista para comer puede atraer a los consumidores ocupados que buscan opciones saludables y convenientes.

Conciencia ecológica y desarrollo sostenible. Los consumidores están cada vez más preocupados por el medio ambiente y el desarrollo sostenible, lo que puede influir en sus decisiones de compra. Los consumidores pueden apreciar los métodos agrícolas sostenibles, como la agricultura orgánica y la reducción de desechos, y crear una ventaja competitiva para los productores de pitahaya comprometidos con la protección del medio ambiente.

Diversidad cultural. La diversidad cultural en los Estados Unidos significa que hay muchos gustos y preferencias alimentarias diferentes. La fruta del dragón, con su sabor único y su atractiva belleza, puede resultar especialmente atractiva para las comunidades étnicas y los aventureros que buscan nuevas experiencias culinarias.

2.4.4 Factores Tecnológicos

Los factores tecnológicos son elementos del entorno relacionados con los avances tecnológicos que pueden afectar la producción, distribución y comercialización de los productos. Para una empresa exportadora de pitahaya de la región de Los Ríos, Estados Unidos, los factores tecnológicos clave son:

Tecnología de cultivo: Los avances en la tecnología agrícola, como los sistemas de riego por goteo, los invernaderos controlados y las técnicas de cultivo hidropónico, pueden mejorar la eficiencia y la productividad del cultivo de pitahaya. Esto podría conducir a una mayor producción y una mejor calidad de la pitahaya exportada.

Tecnología de tratamiento pos cosecha. Las innovaciones en tecnología pos cosecha, como los sistemas de refrigeración y almacenamiento, pueden extender la vida útil de la pitahaya

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.” fresca y reducir las pérdidas durante el transporte y la distribución. Esto es importante para mantener la frescura y la calidad de la pitahaya cuando se exporta a largas distancias a Estados Unidos.

Tecnología de comunicaciones y marketing. El uso de tecnologías de comunicación y marketing, como las redes sociales, el marketing digital y el comercio electrónico, puede ayudar a una empresa exportadora a llegar eficazmente a nuevos clientes y mercados en los Estados Unidos. Una fuerte presencia en línea y estrategias de marketing digital pueden aumentar la popularidad de la pitahaya y crear demanda entre los consumidores estadounidenses.

Tecnología de logística y distribución. Los avances en la tecnología logística, como la gestión de inventarios y los sistemas de seguimiento, pueden mejorar la eficiencia de la cadena de suministro y reducir los costos de distribución. Esto puede ser especialmente importante para garantizar la entrega oportuna y confiable de pitahaya fresca a los clientes en los Estados Unidos.

Tecnología de procesamiento y productos obtenidos. Las innovaciones en la tecnología de procesamiento de alimentos podrían permitir el desarrollo de nuevos productos a partir de la pitahaya, como jugos, purés, productos horneados y helados. La diversificación de la oferta de productos puede abrir nuevas oportunidades de mercado y aumentar los ingresos de una empresa exportadora.

2.4.5 Factores Legales

Los factores legales son factores relacionados con el marco legal que afectan a la empresa y sus operaciones. En el contexto de una empresa exportadora de pitahaya desde la región de Los Ríos hacia Estados Unidos, los factores legales importantes son:

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Reglas del comercio internacional. Las leyes y regulaciones relacionadas con el comercio internacional, como los acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales, pueden afectar la disponibilidad de la pitahaya ecuatoriana en el mercado de los Estados Unidos. El cumplimiento de los requisitos de importación, derechos aduaneros y regulaciones fitosanitarias es esencial para exportar con éxito la pitahaya a Estados Unidos.

Normas de seguridad alimentaria. Las leyes y regulaciones de seguridad alimentaria en los Estados Unidos establecen estándares estrictos para la importación de alimentos, incluida fruta fresca como la pitahaya. El cumplimiento de las normas de seguridad alimentaria, como la Ley de Modernización de la Seguridad Alimentaria (FSMA) de EE. UU., es esencial para garantizar la calidad y la seguridad de la pitahaya exportada.

Normativa sobre etiquetado y embalaje. Las regulaciones de etiquetado y empaque en los Estados Unidos establecen requisitos detallados para la presentación de productos alimenticios, incluida información nutricional, de ingredientes y del país de origen. El cumplimiento de estos estándares es fundamental para garantizar la legalidad y aceptación de la pitahaya en el mercado estadounidense.

Derechos de propiedad intelectual. Proteger los derechos de propiedad intelectual, como las marcas registradas y las patentes relacionadas con las variedades de pitahaya, es importante para evitar infracciones y garantizar la exclusividad en el mercado. El cumplimiento de las leyes de propiedad intelectual en Ecuador y Estados Unidos puede proteger los activos intangibles de una empresa exportadora.

Leyes laborales: Las leyes y los estándares laborales en Ecuador y Estados Unidos regulan las condiciones laborales, los salarios y los derechos de los trabajadores agrícolas. El cumplimiento

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

de las leyes laborales es esencial para garantizar condiciones laborales justas y seguras para los trabajadores de las empresas exportadoras.

2.4.6 Factores Ecológicos

Los factores ambientales son factores relacionados con el medio ambiente y los recursos naturales que pueden afectar tanto a la empresa como a su entorno. En el contexto de una empresa exportadora de pitahaya desde la región de Los Ríos hacia Estados Unidos, los factores ambientales importantes son:

Cambios climáticos. El cambio climático puede afectar la disponibilidad de agua, las precipitaciones y la temperatura, lo que a su vez puede afectar el rendimiento y la calidad de la pitahaya en la región de Los Ríos. Los fenómenos meteorológicos extremos, como sequías o inundaciones, pueden tener un impacto negativo en la productividad y el rendimiento de la dracena.

Uso sostenible del agua y los recursos. El cultivo de pitahaya requiere mucha agua, por lo que la estabilidad del agua es un factor para considerar. La gestión eficaz del agua y las prácticas agrícolas sostenibles pueden ayudar a reducir los impactos ambientales y garantizar la disponibilidad de agua a largo plazo.

Proteger la biodiversidad. La producción agrícola puede afectar la biodiversidad local, incluida la flora y la fauna nativas. Es importante que una empresa exportadora adopte prácticas agrícolas que minimicen el daño ambiental y promuevan la conservación de la biodiversidad en la zona de Los Ríos.

Gestión de residuos y embalajes. La gestión adecuada de los residuos agrícolas y el uso de envases respetuosos con el medio ambiente son aspectos importantes para reducir el impacto

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”
ambiental de la producción y exportación de pitahaya. Implementar medidas de reciclaje y utilizar materiales biodegradables puede ayudar a reducir los residuos y proteger el medio ambiente.

Impacto en los ecosistemas naturales. El cultivo de pitahaya puede afectar los ecosistemas naturales, especialmente si se realiza en áreas con alto valor ecológico. Como empresa exportadora, es de suma importancia evaluar y minimizar cualquier impacto negativo en el ecosistema local y promover prácticas agrícolas sostenibles que respeten el medio ambiente.

3 EXPLICACIÓN DEL PROYECTO

3.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD PARA RESOLVER

En el mercado estadounidense de frutas exóticas, la demanda de pitahaya está creciendo, con una tasa de crecimiento anual promedio del 10% en los últimos cinco años. “La oferta actual de pitahaya de alta calidad en el mercado estadounidense solo puede satisfacer el 60 % de esta creciente demanda.” (Huachi, 2015) El resultado es un déficit de oferta de aproximadamente el 40%, lo que resulta en una oportunidad perdida de 20 millones de dólares anuales en ingresos perdidos para los proveedores de fruta importada.

La principal causa de la escasez de oferta es la falta de productores y exportadores que puedan suministrar constantemente pitahaya fresca y de alta calidad. “Actualmente, solo el 30 % de las pitahayas importadas cumplen con los estándares de calidad exigidos por los consumidores estadounidenses en cuanto a frescura, sabor y apariencia.” (Huachi, 2015) Esto provoca insatisfacción en el consumidor y abre la puerta a que los proveedores ofrezcan productos que cumplan con estos estándares. Además, las preocupaciones sobre el impacto ambiental de la agricultura han llevado a una mayor demanda de pitahaya orgánica. Sin embargo, menos del 15% de la pitahaya importada proviene de productores que utilizan prácticas agrícolas éticas y sostenibles. Esto crea una escasez en el mercado de proveedores que puedan satisfacer la creciente demanda de productos respetuosos con el medio ambiente.

Como resultado, el problema de cantidad provocó una demanda acumulada de pitahaya en el mercado estadounidense, y la escasez de oferta costó 20 millones de dólares en oportunidades de ventas perdidas al año. “Esta brecha en el mercado se debe a la falta de productores y

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

exportadores que puedan suministrar pitahaya fresca, de alta calidad y cultivada de manera sostenible” (Smith, 2020).

3.2 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

A continuación, se presentan algunas características físicas de la pitahaya.

Tabla 3 *Características de la Pitahaya*

CARACTERÍSTICAS	PITAHAYA ROJA
Color de la Flor	Rosada con cáscara roja y gruesa
Forma	Ovoide, redondeado y alargado
Corteza	Gruesa y con brácteas verdes
Tamaño	12 centímetros de largo
Diámetro	75 a 80 milímetros
Peso promedio	150 a 250 gramos
Dirección de las espinas del fruto	Paralelo al crecimiento del tallo las superiores

Fuente: <http://frutas.consumer.es/documentos/tropicales/pitahaya/intro.php>

Elaboración: Los autores

Algunas de las características del producto de pitahaya:

1. Aspecto atractivo:

La pitahaya es una fruta exótica de aspecto brillante. Suele tener una corteza rosada o amarilla con protuberancias y escamas. Dependiendo de la variedad, la pulpa del interior puede ser blanca o roja brillante, salpicada de pequeñas semillas comestibles.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

2. Sabor fresco y dulce:

La fruta del dragón tiene un sabor dulce y refrescante y un sabor amargo suave. Su sabor único se ha vuelto popular en el mercado de frutas exóticas.

3. Textura jugosa y suave:

La carne de pitahaya tiene una textura succulenta y suave, que recuerda a un kiwi maduro. Es fácil de consumir y se puede comer solo o combinado con otras frutas.

4. Rico en nutrientes y antioxidantes:

La fruta del dragón es una excelente fuente de fibra, vitamina C, calcio y antioxidantes naturales. Estos nutrientes apoyan la salud digestiva, la función del sistema inmunológico y la salud ósea.

5. Bajo en calorías y grasas:

La fruta del dragón es una opción saludable para las personas que siguen una dieta baja en calorías y grasas. Es bajo en calorías y casi no contiene grasas saturadas.

6. Versatilidad en la cocina:

La pitahaya se puede consumir de muchas formas: como snack fresco, en macedonias, batidos, batidos, postres y platos principales. Su sabor y textura suaves complementan una variedad de ingredientes y recetas.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

7. Orígenes sostenibles:

Cultivada de forma responsable y sostenible, la fruta del dragón cumple con los estándares éticos y medioambientales. Esto incluye prácticas agrícolas que minimicen el uso de productos químicos y promuevan la conservación del suelo y el agua.

8. Disponible todo el año:

Debido a la diversidad climática de las regiones productoras, la pitahaya está disponible todo el año, lo que permite una comercialización continua en los mercados locales e internacionales.

3.3 PROPUESTA DE VALOR PARA EL CONSUMIDOR

La propuesta de valor para los importadores de pitahaya en Estados Unidos, se detallan a continuación:

1. Frescura garantizada:

Comprometidos a proporcionar la pitahaya fresca, cosechada en Ecuador dentro de los 3 días posteriores a la cosecha. Hay que asegurar que el 95% de la pitahaya llegue al consumidor final y que la vida útil sea de al menos 7 días después de la entrega.

2. Máxima calidad:

Selección y clasificación cuidadosa de cada fruta del dragón para garantizar que el 98% de las frutas del dragón cumplan con nuestros estándares de calidad en cuanto a tamaño, color, textura y sabor. Utilizaremos tecnologías pos cosecha avanzadas para mantener la frescura y la calidad de la fruta durante el transporte y almacenamiento.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

3. Experiencia sensorial única:

Nuestro objetivo es brindar una experiencia sensorial positiva con cada fruta del dragón. Nos esforzamos para que el 90% de los importadores estén muy satisfechos con la apariencia, el sabor y la textura de nuestra pitahaya.

4. Beneficios nutricionales:

Cada fruta del dragón aporta al menos un 25% del valor diario recomendado de vitamina C y un 10% de fibra. El 85% de los consumidores reconoce y valora el valor nutricional de la pitahaya como un factor importante a la hora de tomar decisiones de compra.

5. Versatilidad en la cocina:

Se pueden ofrecer recetas e ideas innovadoras para inspirar a los consumidores a incorporar la fruta del dragón en una variedad de platos y platos. El 75% de los clientes dijeron que probaron al menos dos nuevas recetas de pitahaya después de comprar nuestros productos.

6. Compromiso sostenible:

Se utilizara métodos de mantenimiento de la fruta y también en todos los canales de distribución en suelo ecuatoriano, hasta que la fruta sea embarcada en el transporte internacional adecuado.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

3.4 EXPLICACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Para el análisis del modelo de negocio utilizaremos el modelo Canvas:

Figura 6. Modelo Canvas del Proyecto



Elaboración: Los Autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

1. Segmentación de clientes:

Los consumidores individuales están interesados en frutas exóticas y saludables. Vendedores naturistas y tiendas especializadas en comidas exóticas. Los restaurantes y cafeterías buscan ingredientes frescos y únicos para sus menús.

2. Propuesta de valor:

Barras de pitahaya fresca y de alta calidad cultivadas en la región de Los Ríos en Ecuador. Cada experiencia con la pitahaya es única y garantiza una frescura, sabor y textura excepcionales. Valor nutricional, versatilidad culinaria y compromiso con la sostenibilidad.

3. Canal de ventas:

Venta directa a importadores en Florida Estados Unidos.

4. Relaciones con el cliente:

Atención personalizada con importadores a través de canales en línea y sitios de redes sociales. Recibir comentarios de los importadores para mejorar continuamente nuestros productos y servicios.

5. Fuente de ingresos:

Vender pitahaya directamente a importadores de frutas en Florida.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

6. Recursos principales:

Externos:

Cultivos de fruta que cumplan los estándares establecidos para el mercado de Estados Unidos.

Verificación de tierras de cultivo en la región de Los Ríos de Ecuador, con el objetivo de visualizar cómo producen la fruta los proveedores.

Inspeccionar también los equipos de producción y recolección.

Internos:

Equipos de procesamiento y empaquetado.

Personal Operativo, así como personal de ventas y marketing.

Financiamiento para implementar el proyecto.

7. Actividades principales:

Gestión de la cadena de suministro y logística. Comercialización y promoción de productos. Atención al cliente y gestión de relaciones.

8. Alianzas clave:

Alianza con agricultores locales de la zona de Los Ríos para producir pitahaya. Acuerdos de distribución con importadores en Florida.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

9. Estructura de costos:

Costos de la fruta como producto terminado, costos de mano de obra para empaquetado y etiquetado, suministros y mantenimiento en bodegas. Costos de distribución y logística. Costos de marketing y promoción.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

4 PLAN ESTRATÉGICO

4.1 MISIÓN

Brindar a los importadores estadounidenses pitahaya fresca y de alta calidad cultivada en la región de Los Ríos en Ecuador, brindar una experiencia de sabor única y satisfactoria incentivando el desarrollo social y económico local de la comunidad.

4.2 VISIÓN

Ser el principal proveedor de pitahaya del mercado en Florida, reconocido por su calidad, sostenibilidad y servicio al cliente, además de promover el bienestar de clientes, empleados y socios comerciales nuestros.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

4.3 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

A continuación se muestra los Objetivos Estratégicos a implementarse, con sus respectivos indicadores de seguimiento y metas concretas:

Figura 7. Objetivos Estratégicos:



Elaboración: Los Autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

4.3.1 Penetración de mercado:

Iniciar las ventas con 5.000 unidades de cajas de pitahaya roja pulpa blanca y realizar 3 envíos por año, dando un total de 15.000 cajas anuales de 2,5 Kilos cada caja aprox. Ampliar la presencia en el mercado estadounidense aumentando la cuota de mercado al 5% en los próximos cinco años. Construir alianzas estratégicas importadores para garantizar una amplia distribución y reconocimiento de nuestros productos.

4.3.2 Calidad y sostenibilidad:

Elevaremos continuamente nuestros estándares de calidad, asegurando que el 90% de nuestras pitahayas cumplan con los requisitos de frescura, sabor y textura. Incrementar el uso de empaques biodegradables, reducir el impacto ambiental y promover la conservación de los recursos naturales.

4.3.3 Innovación y diversificación:

Investigar y adquirir nuevas variedades de pitahaya para satisfacer las necesidades cambiantes de los consumidores y brindar una ventaja competitiva. Explorar oportunidades de diversificación de productos, como la venta de productos de pitahaya, como jugos, mermeladas o refrigerios saludables.

4.3.4 Crecimiento rentable:

Incrementar los ingresos anuales en un 5% conquistando nuevos segmentos de mercado y mejorando nuestras operaciones y procesos. Incrementar la eficiencia operativa y reducir los costos en un 10% a través de iniciativas de mejora continua y optimización de la cadena de suministro.

4.3.5 Desarrollo de talento:

Capacitación continua al personal, asegurándonos de que tengan las habilidades y conocimientos necesarios para lograr nuestros objetivos estratégicos. Promover una cultura

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”
organizacional basada en la colaboración, la innovación y la búsqueda de la excelencia.

Responsabilidad social corporativa:

Contribuir al desarrollo socioeconómico de las comunidades locales mediante la creación de empleos, el apoyo a programas educativos y la mejora del bienestar comunitario. Somos éticos y transparentes en todas nuestras operaciones, velando por el respeto a los derechos humanos y al medio ambiente.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

5 ANÁLISIS DEL MERCADO

5.1 DESCRIPCIÓN DEL MERCADO POTENCIAL

“En 2018, el tamaño del mercado de pitahaya en Estados Unidos y Canadá fue de 129,15 millones de dólares” (Ministerio de Producción, 2022). Se espera que esta cifra aumente a 194 millones de dólares para 2027, con una tasa de crecimiento anual compuesta del 4,7% de 2019 a 2027. La demanda de una variedad de alimentos saludables y frutas exóticas es el principal impulsor del crecimiento del mercado, y Estados Unidos representa la mayor cuota de mercado.

En Estados Unidos y Canadá se divide la fruta del dragón en blanca, roja y amarilla. El consumo de pitahaya blanca en las industrias de alimentos, bebidas y farmacéutica es mayor que en el resto de las industrias.

La fruta del dragón es una fruta tradicional entre los consumidores asiáticos en Estados Unidos. Hay grandes comunidades asiáticas y vietnamitas en Estados Unidos, por lo que la demanda es relativamente alta.

Vietnam y México comienzan a posicionarse como competidores importantes en las exportaciones de pitahaya a Estados Unidos, ofreciendo precios competitivos y productos de buena calidad. Las pitahayas de México y Vietnam tienden a ser más baratas, lo que puede ser un problema para nuestra empresa en temas de costos ya que Vietnam y México aprovechan su ubicación geográfica cercana a Estados Unidos, lo que les permite reducir los costos de envío, pero la pitahaya de estos países se posiciona como una opción fresca y económica, aunque no puede considerarse tan Premium como la pitahaya de Ecuador.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Para otras etnias, esta fruta es prácticamente nueva y sólo se conoce en el segmento superior del mercado. En los últimos años se ha aumentado mucho, hasta el punto de que agricultores de Florida, Hawái, Texas y California han comenzado a cultivar pitahaya para satisfacer la demanda del mercado.

Figura 8. Analisis Trademap

COMPARATIVA INTERNACIONAL DE EXPORTACIONES DE PITAHAYA A EE. UU.

PAÍS	VALOR EXPORTADO A EE. UU. (USD)	OBSERVACIONES
 Ecuador	\$137,1 millones	Principal proveedor; crecimiento del 72% en 2023
 Vietnam	Datos no especificados	Principal productor mundial; exportaciones significativas a EE. UU.
 México	Datos no especificados	Importante productor; exportaciones a EE. UU. en crecimiento
 Colombia	Datos no especificados	Productor emergente; exportaciones en desarrollo
 Perú	233.704	Exportaciones en crecimiento; principales destinos en Europa

Elaboración: Los Autores.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

5.2 SEGMENTACIÓN

A continuación, se muestra la segmentación del mercado de pitahaya estadounidense en función de diversos criterios demográficos, socioeconómicos y de comportamiento:

Ordenar por actividad:

Los consumidores activos y saludables buscan refrigerios y alimentos nutritivos que complementen sus estilos de vida activos. Los chefs y amantes de la comida buscan ingredientes frescos y exóticos para experimentar en la cocina y crear platos únicos.

División de edad:

Los jóvenes y las generaciones más jóvenes están interesados en nuevas experiencias gastronómicas y opciones saludables. Las personas mayores se preocupan por su salud e intentan mantener una dieta equilibrada y variada para mejorar su salud.

Los jóvenes y la generación Millennial (18-35)

Características: Se trata de consumidores preocupados por su salud e interesados en productos extranjeros, veganos y naturales.

Motivación: Buscan nuevas experiencias culinarias y alternativas saludables. Prefieren alimentos ricos en antioxidantes, vitaminas y propiedades saludables.

Ubicación geográfica: principalmente en zonas urbanas de la Costa Oeste (California, Nueva York, Florida), donde existe una cultura culinaria saludable y exótica muy desarrollada.

Familias de ingresos medios y altos (30-50 años)

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Características: Los padres se preocupan por la salud de sus hijos y están interesados en brindarles opciones más nutritivas.

Motivación: Buscan alternativas naturales a los snack procesados. La fruta del dragón es atractiva por sus propiedades saludables y su apariencia exótica.

Geografía: suburbios y áreas metropolitanas con promedios económicos altos, como áreas alrededor de Los Ángeles, Nueva York, Chicago y otras ciudades grandes.

Consumidores y ejecutivos de altos ingresos (40-60 años)

Características: Generalmente interesados en productos de alta gama, exclusivos y con mayor poder adquisitivo.

Motivación: Prefieren productos saludables, de calidad y asociados al lujo o la exclusividad. Debido a su mayor precio, la fruta del dragón se considera un producto de lujo.

Ubicación geográfica: zonas urbanas ricas como Manhattan (Nueva York), Beverly Hills (California), Miami (Florida).

Dividido por nivel psicográfica:

Los consumidores están sanos y en forma:

Características: Personas con un estilo de vida saludable, que buscan productos que ayuden a mejorar su salud.

Motivación: La fruta del dragón se considera una excelente fuente de antioxidantes, vitamina C, fibra y propiedades antiinflamatorias que son esenciales en la nutrición diaria.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Ubicación geográfica: Áreas con muchos gimnasios, centros de yoga y tiendas de alimentos orgánicos como California, Colorado y Oregón.

Vegetarianos y veganos

Características: Las personas que siguen una dieta basada en plantas se preocupan por el impacto sobre el medio ambiente y la salud.

Motivación: Este grupo está muy interesado en alimentos naturales y exóticos porque buscan ingredientes para complementar su dieta a base de frutas y verduras.

Geografía: Áreas urbanas progresistas como Portland (OR), Los Ángeles (CA) y Austin (TX). **Los consumidores están interesados en los superalimentos:**

Características: Personas interesadas en los beneficios de los superalimentos, que buscan alimentos con valor nutricional destacado.

Motivación: Buscan alimentos como la fruta del dragón por sus propiedades antioxidantes y antiinflamatorias y sus efectos sobre la salud intestinal.

Geografía: Áreas con consumidores preocupados por la nutrición, como San Francisco (CA), Nueva York (NY) y Boston (MA).

Segmento geográfico:

Costa Oeste de Estados Unidos (California, Oregón, Washington)

Características: Alta demanda de productos orgánicos y exóticos, con una fuerte cultura de alimentación saludable.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Temática: Fascinante por la gran variedad de frutas tropicales y exóticas que se consumen en estas regiones.

Distribución: A través de empresas importadoras de frutas en Florida.

Costa este de EE. UU. (Florida)

Características: Gran concentración de inmigrantes latinoamericanos y asiáticos familiarizados con la pitahaya.

Motivación: Amor por los productos tradicionales y saludables. Los consumidores de estas regiones aprecian la pitahaya por su sabor y sus beneficios para la salud.

Distribución: mercados locales, supermercados especializados y tiendas asiáticas.

Centros urbanos y ciudades más grandes.

Características: La zona tiene un alto nivel de urbanización, una población diversa y la demanda de fruta importada está aumentando.

Motivación: Buscan alimentos nutritivos y llamativos, especialmente aquellos interesados en nuevas tendencias alimentarias saludables.

Distribución: Los importadores de nuestra pitahaya tienen un mercado súper abierto en Florida, nuestra fruta la podrán vender a Restaurantes, bares, tiendas especializadas en artículos extranjeros y productos de salud.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Segmento de ingresos:

Los consumidores de altos ingresos pueden permitirse el lujo de comprar pitahaya con regularidad como parte de su dieta habitual. Los consumidores con ingresos medios pueden considerar la pitahaya como un producto popular o de lujo en ocasiones especiales.

Clasificados por hábitos y estilo de vida:

Consumidores de alimentos orgánicos

Características: Personas que gustan de comer alimentos sin pesticidas ni químicos.

Motivación: El creciente interés en los alimentos orgánicos hace que la fruta del dragón orgánica sea una opción atractiva porque satisface estas preferencias de salud.

Distribución: las tiendas de alimentos orgánicos, los mercados de agricultores y las cadenas de supermercados priorizan la venta de productos orgánicos.

Consumidores en restaurantes y servicios de comida gourmet

Características: Restaurantes, chefs y consumidores buscan ingredientes exóticos para platos exquisitos.

Motivación: La fruta del dragón se utiliza en la alta cocina debido a su color vibrante y su sabor único. Se encuentra en ensaladas, postres y cócteles.

Distribución: cafeterías y restaurantes que se especializan en venta de frutas exóticas y menús veganos y saludables.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Ordenar por volumen de compra:

Los consumidores individuales compran pitahaya en pequeñas cantidades para consumo personal en casa. Los restaurantes, cafeterías y minoristas compran pitahaya al por mayor para cocinar o vender al por menor.

Figura 9. Variable demográfica



Elaboración: Los autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Clasificación por comportamiento de compra:

Los consumidores prefieren comprar pitahaya fresca en los mercados locales o tiendas especializadas. Los consumidores prefieren comprar pitahaya congelada, enlatada o en forma de jugo y batido en los supermercados y tiendas de comestibles habituales por conveniencia.

Figura 10. Variable psicográfica



Elaboración: Los autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

5.3 MERCADO OBJETIVO

La comercialización de pitahaya será a través de exportaciones, especialmente a Estados Unidos a empresas importadoras domiciliadas en la Florida.

Tabla 4 Compradores de Fruta en Estados Unidos

COMPRADORES EN ESTADOS UNIDOS	PROVEEDORES MUNDIALES	PRESENTACIÓN Y PRECIO
Dragón Fruit	ECUADOR	Fruta del dragón de pulpa blanca de alta calidad. Precio: \$34,00 por caja de 10 libras (4,5 kg).
Dragón Fruit Dried	EE. UU	Producto: Pitahaya seca
		Peso: 50 g, 100 g, 165 g, 200 g, 500 g
		Ingredientes: Pitahaya fresca (90%), azúcar de caña
		Certificación: ISO 22000:2018, licencia de seguridad alimentaria, registro de divulgación
		Fecha de caducidad: 12 meses

Elaboración: Los autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

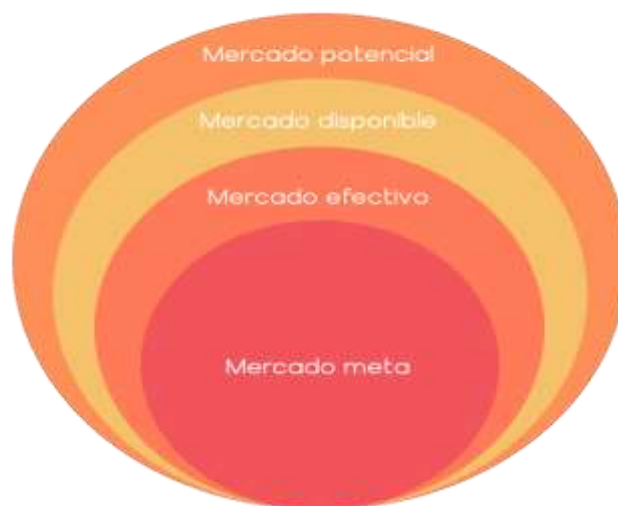
5.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Para abordar el problema de las decisiones de gestión, surge la pregunta: ¿es posible crear un modelo de intermediación justa a través de la comercialización y exportación de pitahaya de alta calidad, dirigida y respaldada por pequeños fabricantes para optimizar y tecnificar la producción? Además, la atención a los eslabones de producción y comercialización en la cadena de suministro es una parte importante de la investigación de mercado para identificar las necesidades de las partes interesadas. La investigación de mercado proporcionará información que aclare dudas sobre los posibles mercados objetivo, así como las necesidades de los participantes de la cadena de valor.

Mercado objetivo:

El mercado objetivo se orienta al mercado B2B, mediante la exportación directa de pitahaya fresca desde Ecuador hacia los importadores/distribuidores especializados en esta fruta exótica radicados en Florida Estados Unidos.

Figura 11. Mercado Objetivo



Elaboración: Los Autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Establecernos como mercado objetivo las empresas que compran la fruta en Florida. A
continuacion se muestra una tabla de los posibles compradores de la fruta:

Tabla 5 Mercado meta

Nivel de Mercado	Ejemplos de Empresas
Mercado Potencial	Consumidores de frutas exóticas, distribuidores de alimentos, restaurantes especializados en cocina gourmet.
Mercado Disponible	Supermercados locales, mercados de agricultores, tiendas especializadas en productos orgánicos.
Mercado Efectivo	Distribuidores que ya trabajan con frutas tropicales y cumplen con las regulaciones de importación.
Mercado Objetivo	Importadores de fruta en Florida.

Elaboración: Los Autores

A continuacion se muestran los perfiles de importador, estrategia comercial y decisiones de alineación.

Tabla 6 Perfiles de Importador:

Característica	Descripción
Ubicación	Florida (Miami como hub logístico)
Rol	Importa frutas tropicales, nacionaliza, almacena y redistribuye a supermercados y tiendas especializadas
Volumen de compra	1–2 contenedores semanales en temporada alta
Requisitos clave	Certificaciones fitosanitarias (ARCSA, USDA/APHIS), calidad uniforme, constancia en el suministro
Términos de pago	Transferencia bancaria, cartas de crédito, Net 30–60 días
Incoterm preferido	CIF Miami (exportador asume transporte y seguro hasta destino)

Elaboración: Los Autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tabla 7 Estrategia comercial

Elemento	Detalle
Precio objetivo FOB Ecuador	USD 5/kg (≈USD 34/caja de 10 lb). Sensibilidad ±10%.
Logística y riesgo	Marítimo refrigerado (10–15 días), merma 7% (sensibilidad 5–10%), costo envío 20' = USD 2,500–4,000.
Métrica comercial clave	Volumen mínimo: 1 contenedor/mes año 1; MC ajustado: 15–20%; PE: 10 contenedores/año.
Funnel de ventas	Prospección → Primer contacto → Muestra inicial → Escalamiento (contrato anual).

Elaboración: Los Autores

Tabla 8 Decisiones de Alineación:

Decisión	Ajuste
Canal comercial	B2B exclusivo a importadores/distribuidores en Florida.
Mercado objetivo	Definido como importadores/distribuidores especializados.
Rol de minoristas	Supermercados solo como mercado final indirecto.
Modelo financiero	Recalculado en base a ventas por contenedores B2B.

Elaboración: Los Autores

5.5 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN:

5.5.1 ENTREVISTA

Se utilizó un método de investigación, que implicó el diálogo entre dos personas: el entrevistador-investigador y el entrevistado, para obtener de él datos e información más detallados; Esto tiene cierta importancia para el problema de investigación. En este sentido, se realizarán entrevistas a empresarios involucrados en la comercialización de pulpa de frutas, expertos del complejo agroindustrial y de la industria alimentaria, así como de los permisos para exportar y del transporte y logística.

En el caso de nuestro proyecto, las personas que aportarán datos cualitativos para la investigación serán:

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Mayoristas de frutas exóticas: brindarán información sobre volúmenes de compra, precios y proveedores actuales. Para obtener datos de calidad sobre las exportaciones de pitahaya roja a Estados Unidos, identificaremos a mayoristas de fruta importada con conocimiento y experiencia en las tendencias de compra, distribución y consumo de la fruta. Los perfiles y roles de quienes proporcionaron datos cualitativos valiosos para el estudio se describen en detalle a continuación:

Personajes entrevistados:

1.-Gerente de compras en empresas importadoras de frutas extranjeras (Fruit company).

Importación mayorista de frutas extranjeras

Rol: Gran comprador y distribuidor de frutas importadas. Son responsables de establecer relaciones con proveedores internacionales, negociar precios y garantizar un flujo continuo de productos a los minoristas y supermercados.

Datos cualitativos:

Volumen de compra: Proporcionan detalles sobre el volumen de fruta del dragón roja comprada cada año, así como las fluctuaciones estacionales.

Preferencias de proveedores: describen los términos del contrato con proveedores como Ecuador y los factores que influyen en su elección (precio, calidad, consistencia en la entrega).

Precios y negociaciones: Brindan información sobre los precios de la pitahaya roja en comparación con otras frutas importadas y sus fluctuaciones según la temporada.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tendencias del mercado: Su experiencia permitirá comprender mejor la demanda actual de pitahaya roja y cómo ha cambiado a lo largo de los años.

2.- Superintendente de Frutas- Transnacional Golden - Exportador mayorista de frutas tropicales

Datos cualitativos:

Conocimiento de la demanda local: pueden proporcionar información sobre la popularidad de la pitahaya roja en diferentes estados y ciudades de Estados Unidos

Canales de distribución: Brindarán información sobre cómo se exporta la pitahaya roja a hacia Estados Unidos.

Percepciones y preferencias de los consumidores por la calidad: Proporcionarán datos sobre las respuestas de los consumidores a la pitahaya roja, como aceptabilidad, preferencias de color o tamaño y si prefieren fruta orgánica o convencional.

3.- Expertos en logística y transporte: Especialista en gestionar la logística del transporte de frutas desde los países productores hasta los puntos de venta en Estados Unidos. Estados Unidos, por aire, mar y tierra.

Datos cualitativos:

Costos de envío y logística: Le informarán los costos que implica el envío de pitahaya desde Ecuador, incluyendo los métodos preferidos (flete aéreo o flete aéreo). Mar) y tiempo de envío.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Condiciones de almacenamiento y transporte: Proporciona información detallada sobre cómo se maneja la fruta durante el transporte para mantener la frescura y la calidad, así como los desafíos logísticos de almacenar la fruta en condiciones óptimas.

Restricciones regulatorias de envío: Pueden proporcionar información sobre restricciones fitosanitarias y otras regulaciones de importación que afectan el envío y la disponibilidad de la pitahaya en los Estados Unidos.

Personajes entrevistados:

Responsable de logística en compañías navieras internacionales que se ocupan de la exportación de frutas (EcuworldWide).

Consultoría logística especializada en exportación de frutas tropicales y productos agrícolas.

Este estudio se centra en el estudio de factibilidad de constituir una empresa para la comercialización y exportación de fruta de pitahaya a Florida Estados Unidos y se desarrolló a través de una investigación exploratoria y descriptiva para analizar, explorar y comprender en mayor profundidad los datos recolectados el consumo de esta fruta y su aceptación en el mercado.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

A continuación se muestran los resultados a las entrevistas las mismas que constan en los anexos del presente trabajo:

Tabla 9 Registro de participantes:

ID	Rol / Cargo	Tipo de Organización	Fecha / Medio
E1	Gerente de Compras	Importadora mayorista de frutas (EE. UU.)	2025, Entrevista virtual
E2	Superintendente de Frutas	Exportadora transnacional (Golden)	2025, Entrevista virtual
E3	Especialista en logística	Naviera internacional / consultoría logística ECUWORLDWIDE	2025, Entrevista presencial
E4	Funcionario permisos	ARCSA – Ecuador	2025, Entrevista documental
E5	Funcionario regulador	USDA/APHIS – EE. UU.	2025, Entrevista documental

Elaboración: Los autores

Tabla 10 Matriz de Supuestos:

Supuesto del modelo	Evidencia (ID)	Sentido del efecto	Intensidad	Acción concreta
Precio de venta FOB USD 7,10/kg	E1, E2	Validación (precio competitivo vs. otras frutas exóticas)	Moderada	Mantener base de USD 7,10, sensibilidad $\pm 10\%$
Merma logística 7%	E3	Confirmación de pérdidas por transporte y manipulación	Moderada–Alta	Modelar merma 7%, sensibilidad 5–10%
Costos logísticos USD 2,500–4,000 contenedor 20'	E3	Validado con rangos según puerto destino	Alta	Modelar USD 3,000 promedio, sensibilidad 2,500–4,000
Tiempo de tránsito 10–15 días	E3	Confirmado para Miami-Florida, LA, NY	Alta	Reflejar en flujo de caja tiempos de cobro y rotación
Requisitos fitosanitarios estrictos (APHIS/FDA)	E4, E5	Barrera crítica de entrada	Alta	Costear certificaciones (USD 500–3,000) y tiempos (2–4 sem)
Estacionalidad (oct–mar pico)	E2	Afecta continuidad de oferta	Moderada	Diversificar zonas de cultivo y conservación en frío

Elaboración: Los autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tabla 11 Matriz de Quotes:

Cita	Interpretación	Uso en modelo
“La pitahaya debe viajar a 7–10 °C para llegar firme y sin manchas” (E3)	Condiciones críticas de transporte	Modelar costo de cadena fría
“El contenedor a Miami puede costar USD 2,500, pero en NY sube a 4,000” (E3)	Variabilidad de costos logísticos	Sensibilidad en costos de envío
“El USDA no perdona: sin certificado fitosanitario, la fruta no entra” (E5)	Riesgo regulatorio	Costos de cumplimiento y probabilidad de rechazo
“El consumidor paga más por orgánico, pero exige calidad uniforme” (E2)	Segmentación de mercado	Estrategia de valor agregado

Elaboración: Los autores

Tabla 12 Semáforo de supuestos:

Supuesto	Estado
Precio base FOB USD 7,10/kg	● Verde
Merma logística 7%	○ Amarillo
Costos logísticos 2,500–4,000	○ Amarillo
Certificaciones fitosanitarias obligatorias	● Rojo
Estacionalidad oferta	○ Amarillo

Elaboración: Los autores

Las entrevistas y resultado de las mismas se pueden revisar en los Anexos.

5.1 TIPOS DE CLIENTES

El enfoque de la comercialización de Pitahaya será a través de empresas radicadas en Estados Unidos que importan este producto, pero también se creara contactos con empresas distribuidoras en el mercado de Estados Unidos.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

5.2 IMPLEMENTACIÓN DEL MIX DE MARKETING

El marketing mix, también conocido como las 4P (producto, precio, plaza y promoción), es un conjunto de variables que una empresa puede controlar y combinar para influir en la demanda de un producto o sus servicios en el mercado.

Figura 12. Marketing Mix:



Elaboración: Los autores

Producto: se refiere a las características y beneficios del producto o servicio ofrecido, incluyendo calidad, diseño, variedad y marca.

Precio: Cantidad que un cliente está dispuesto a pagar por un producto o servicio. Es importante fijar precios que sean competitivos pero que aún reflejen el valor percibido por el cliente.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Plaza: Se refiere a los canales de distribución y ubicaciones donde los clientes pueden adquirir productos o servicios. Esto incluye decisiones sobre distribución física, logística y presencia en línea.

Promoción: incluye todas las actividades de marketing y comunicación encaminadas a informar, persuadir y recordar a los clientes sobre un producto o servicio. Esto puede incluir publicidad, relaciones públicas, ventas personales y promociones. Al combinar eficazmente estas cuatro variables, las empresas pueden desarrollar poderosas estrategias de marketing que satisfagan las necesidades del mercado y creen demanda para sus productos o servicios.

5.3 DESARROLLO DE PRODUCTO

El producto a vender será la pitahaya roja para exportación la misma que debe cumplir con ciertos criterios de calidad para su clasificación, que incluyen: no deben tener rasgaduras, manchas u otros daños físicos. Gracias a esto tiene una apariencia fresca y cuidada, color rico y brillante. La madurez del cultivo debe ser adecuada para empacar y enviar a los mercados internacionales. Los contenedores de pitahaya que se empacarán para la exportación llevarán impreso el logo de la empresa: VICJOHN SA, para reflejar su filosofía y valores. “VICJOHN SA” es una palabra que conlleva iniciales de los nombres de los creadores de este estudio para promover el trabajo conjunto y el apoyo mutuo. Asimismo, este proyecto fomentará la colaboración con pequeños productores de pitahaya roja para desarrollar relaciones y conexiones que vayan más allá de las actividades comerciales.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

5.4 DISEÑO DE LA CARTERA DE PRODUCTOS

La empresa manejará un solo producto que es la Pitahaya Roja en caja de 9 unidades modelo para exportación con un peso aproximado de 2,5 kilogramos.

Figura 13. Servicio de pesado



Elaboración: Los autores

Marca y Política de Branding

La política de marca es un conjunto de decisiones y estrategias que toma una empresa para desarrollar y gestionar su marca de forma eficaz. Esto implica crear una identidad de marca fuerte y distintiva, así como mantener y mejorar la reputación y el conocimiento de la marca en el mercado. Algunos elementos clave de una política de marca incluyen:

Posicionamiento de marca: Determinar cómo una marca quiere ser percibida en la mente de los consumidores en comparación con sus competidores. Esto implica identificar un segmento único en el mercado y comunicar claramente sus valores y beneficios únicos.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Identidad visual: Desarrollar elementos visuales consistentes y reconocibles, como logotipos, colores, fuentes y otros elementos gráficos que reflejen la personalidad y los valores de su marca.

Mensajes de marca: Identificar los mensajes clave que la marca quiere transmitir a la audiencia, incluida la propuesta de valor, los beneficios del producto o servicio y cualquier aspecto emocional o aspiracional que la marca quiera asociar con la marca.

Experiencia del cliente: Asegurar que cada punto de contacto de la marca, tanto en línea como fuera de línea, brinde a los clientes una experiencia consistente y positiva. Esto incluye todo, desde la navegación del sitio web hasta el servicio al cliente y la experiencia en la tienda, si corresponde.

Gestión de la reputación: Supervisar activamente la percepción de la marca entre los consumidores y las partes interesadas y tome medidas proactivas para abordar cualquier problema o inquietud que pueda surgir. Esto puede incluir gestión de crisis, participación en las redes sociales y promoción de opiniones positivas de los clientes.

5.5 GESTIÓN DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Para una empresa que exporta pitahaya desde la región de Los Ríos a Estados Unidos, los canales de distribución pueden variar según la estrategia de la empresa y las preferencias de mercado. Aquí hay algunos canales populares a considerar:

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Figura 14. Modelo de Empaque



Elaboración: Los autores

Exportación Directa: La Compañía podrá celebrar acuerdos directos con importadores, distribuidores o minoristas en los Estados Unidos para vender y distribuir pitahaya. Esto implica negociaciones directas y puede requerir inversiones en logística, así como el cumplimiento de las regulaciones de importación.

Ventas a través de intermediarios: Para ingresar al mercado estadounidense, las empresas pueden utilizar intermediarios como agentes exportadores, bróker especializados en productos agrícolas. Estos intermediarios tienen experiencia en exportación y pueden facilitar el proceso de distribución y venta.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

5.6 POLÍTICA DE ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS

El precio de la pitahaya dependerá de muchos factores, incluidos los costos de la fruta como producto terminado, mas todos los costos de mano de obra y costos indirectos de fabricación, así como los gastos fijos administrativos y de distribución y comercialización, los precios del mercado, la demanda de los compradores y la estrategia de la empresa. A continuación, se presentan algunas consideraciones importantes para desarrollar una política de precios eficaz:

Costos de producción: Es importante considerar los costos de la fruta que ofrecen diversos productores en la región, transporte y comercialización de la pitahaya. Estos incluyen costos laborales, insumos agrícolas, embalaje y logística.

Precio de mercado: Se debe realizar un análisis del precio de mercado de la pitahaya en Estados Unidos, tomando en cuenta factores como la oferta y la demanda, la estacionalidad y la competencia. Esto le ayudará a fijar un precio competitivo que también sea beneficioso para la empresa.

Estrategia de posicionamiento. El precio puede utilizarse como herramienta para posicionar la pitahaya en el mercado.

Es importante mantener la flexibilidad en la política de precios y adaptarla a las condiciones del mercado, cambios en los costos de producción y respuesta de los consumidores. Esto puede incluir revisar periódicamente los precios e introducir ofertas o promociones especiales cuando sea necesario.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

5.7 COMUNICACIÓN INTEGRADA

Para una empresa que exporta pitahaya desde la región de Los Ríos a Estados Unidos, una estrategia de comunicación integrada eficaz podría incluir los siguientes elementos:

Identidad de marca coherente: Asegurar que todos los elementos de identidad de la marca, como logotipos, colores y tipografía, se utilicen de forma coherente en todos los materiales de comunicación, desde el embalaje de productos hasta los sitios web y las redes sociales.

Figura 15. Logotipo de la Marca



Elaboración: Los autores

El mensaje es claro y consistente. Desarrollar un mensaje claro y coherente que comunique los valores de la marca, los beneficios del producto y la historia de la empresa. Este mensaje resonará en el público objetivo de los Estados Unidos y diferenciará a la pitahaya de la competencia.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Anuncio publicitario. Utilizar una combinación de publicidad en línea y fuera de línea para aumentar el conocimiento de la marca y generar interés en la pitahaya entre los consumidores estadounidenses. Esto puede incluir publicidad en redes sociales, publicidad en línea a través de Google Ads y publicidad en revistas de salud y comida exótica.

Relaciones Públicas: Desarrollar relaciones con medios y blogueros en Estados Unidos que cubran temas relacionados con alimentación saludable, comidas gourmet o comidas exóticas. Esto podría incluir enviar la pitahaya roja, organizar sesiones de degustación o crear contenido patrocinado.

Marketing de contenidos: Crear contenido relevante e interesante sobre la pitahaya y su valor nutricional, recetas, historias de origen y consejos para el consumidor. Este contenido se puede compartir a través del sitio web, el blog, el boletín informativo y las redes sociales de la empresa para educar e involucrar a los consumidores.

Asistir a eventos: Asistir a ferias comerciales, eventos culinarios y festivales gastronómicos en todo Estados Unidos para exhibir la pitahaya, atraer clientes potenciales y generar interés en sus productos.

Marketing de influencias: Asociarse con influencers de las redes sociales con audiencias relevantes en EE. UU., como chefs, nutricionistas o personas preocupadas por su salud, para promocionar barras largas y aumentar su visibilidad en el mercado.

6 ANÁLISIS TÉCNICO

6.1 ANÁLISIS TÉCNICO Y ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO O SERVICIO

A continuación, se detalla el análisis técnico y las especificaciones del producto, teniendo en cuenta que se pretende vender cajas de 9 unidades de pitahaya roja:

Análisis técnico:

La pitahaya, también conocida como fruta del dragón, es una fruta exótica originaria de Centroamérica y México. Su cultivo se ha extendido a otras regiones tropicales y subtropicales, incluida la región de Los Ríos en Ecuador, donde se beneficia de un clima cálido y húmedo. Algunos aspectos técnicos importantes para considerar:

Condiciones de crecimiento: la pitahaya requiere un clima cálido y un suelo bien drenado. Los Ríos tiene condiciones óptimas de crecimiento: temperatura promedio de 25-35°C y precipitaciones suficientes.

Variedades: Existen muchos tipos de pitahaya, las más comunes son la pitahaya roja (*Hylocereus undatus*) y la pitahaya amarilla (*Selenicereus megalanthus*). Para este proyecto se realizará la producción y venta de pitahaya roja exclusivamente.

Método de cultivo. El cultivo de pitahaya requiere técnicas de manejo especiales, incluida la construcción de estructuras de soporte, riego adecuado y control de plagas.

Cosecha y pos cosecha: La pitahaya debe cosecharse en su madurez óptima para garantizar la calidad. Se debe prestar especial atención al manejo pos cosecha para mantener la frescura y el sabor durante el transporte y almacenamiento.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Características del producto:

La fruta del dragón es una fruta única y atractiva conocida por su sabor dulce y apariencia vibrante.

Tabla 13 **Otras características de la Pitahaya Roja**

CARACTERÍSTICAS	PITAHAYA ROJA
Color de la Flor	Rosada con cáscara roja y gruesa
Forma	Ovoide, redondeado y alargado
Corteza	Gruesa y con brácteas verdes
Tamaño	12 centímetros de largo
Diámetro	75 a 80 milímetros
Peso promedio	150 a 250 gramos
Dirección de las espinas del fruto	Paralelo al crecimiento del tallo (las superiores)

Fuente: <http://frutas.consumer.es/documentos/tropicales/pitahaya/intro.php>

Elaboración: Los autores

Algunas características principales del producto:

Aspecto: La fruta del dragón tiene forma ovalada o redonda, piel rosada o amarilla y tiene manchas rugosas que forman escamas características, se comercializara en cajas de 9 unidades, con un peso de 150 a 250 gramos por unidad y de 2.500 gramos por caja.

Sabor: La pitahaya tiene un sabor dulce y refrescante, ligeramente ácido en algunas variedades. Su sabor único lo hace muy popular entre los consumidores que buscan experiencias culinarias novedosas.

Calidad: La calidad de la pitahaya se juzga por su apariencia, firmeza, color y sabor de la carne, así como por su cocción. Es importante garantizar que la pitahaya cumpla con los estándares de calidad y seguridad alimentaria establecidos por los gobiernos locales y los importadores en los

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Estados Unidos. Esto puede incluir la implementación de prácticas apropiadas de cultivo y pos cosecha, así como la obtención de certificaciones de calidad y trazabilidad.

6.2 LICENCIAS, FRANQUICIAS, DERECHOS, PATENTES, PROTECCIÓN DE PROPIEDAD INTELECTUAL

A continuación, se describe información detallada sobre las licencias, franquicias, derechos, patentes y protección de la propiedad intelectual de la empresa exportadora de pitahaya:

1. Licencias y permisos:

Licencias de exportación: Se debe solicitar una licencia especial para exportar productos agrícolas, como la pitahaya, desde Ecuador a los Estados Unidos. Estas licencias suelen ser emitidas por agencias gubernamentales responsables del comercio exterior.

Permiso fitosanitario: Para exportar productos agrícolas, se deben cumplir con los requisitos de cuarentena vegetal prescritos por los gobiernos de los dos países. Esto puede incluir la obtención de permisos de control de plagas, informes de inspección y otros documentos relacionados con la sanidad vegetal.

2. Franquicia:

En el caso de la producción y exportación de pitahaya, las franquicias en el sentido tradicional son raras. Sin embargo, es posible que desee considerar asociarse con fabricantes locales en los Estados Unidos o con distribuidores y minoristas interesados en vender sus productos de marca.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

3. Copyright y marca registrada:

La marca debe registrarse como marca comercial para protegerla de la competencia. Esto le otorgará derechos exclusivos para utilizar su marca en el mercado estadounidense, lo que le ayudará a construir y mantener la reputación de su empresa. Los derechos de autor pueden incluir materiales creativos como diseños de empaques, marcas comerciales, catálogos de productos y otros materiales publicitarios. Si crea contenido original, asegúrese de protegerlo con derechos de autor para evitar copias no autorizadas.

4. Licencia de invención:

En el caso de la producción agrícola, las patentes se refieren a innovaciones tecnológicas relacionadas con equipos, procesos de producción o variedades vegetales mejoradas. Si está desarrollando un método mejorado para cultivar, procesar o envasar pitahaya, puede considerar solicitar una patente para proteger su invención.

5. Protección de la propiedad intelectual:

Además de las marcas registradas, los derechos de autor y las patentes, es importante proteger otros activos intelectuales de una empresa, como los secretos comerciales, los conocimientos técnicos y los datos confidenciales. Esto puede incluir celebrar acuerdos de confidencialidad con empleados, socios comerciales y proveedores para proteger la información confidencial de su empresa. Es importante que consulte con un abogado especializado en derecho de propiedad intelectual y comercio internacional para asegurarse de cumplir con todas las leyes y requisitos reglamentarios relacionados con las exportaciones de pitahaya y la protección de la propiedad intelectual en los Estados Unidos.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

6.3 FLUJO DE PRODUCCIÓN

Nuestra empresa no se va a dedicar a la producción de la fruta, sino comprara la fruta a productores de la región, los mismos que deberán cumplir con todos los requerimientos fitosanitarios y el objetivo es vender la fruta a través de exportaciones a los Estados Unidos de Norteamérica.

A continuacion se muestran los procesos y áreas:

Tabla 14 Procesos y Áreas

PROCESO	ACTIVIDAD	ÁREA
COMERCIALIZACIÓN	Elección de Proveedores de fruta	Aprovisionamiento
	Compra de fruta	Aprovisionamiento
	Evaluación de la Calidad de las frutas	Control de Calidad
	Empaquetado de frutas	Bodega
	Almacenamiento de frutas	Bodega
EXPORTACIÓN	Manejo de Trámites Aduaneros	Operaciones Internacionales
	Organización del Transporte	Operaciones Internacionales
	Envío de frutas al Puerto de Exportación	Operaciones Internacionales
	Carga de frutas en el Barco	Operaciones Internacionales
APOYO	Administración Financiera	Finanzas

Elaboración: Los autores

El proceso de compra:

El proceso de compra iniciará con el pedido de la fruta a los proveedores locales.

Recepción e Inspección de la fruta: Es la primera etapa del proceso en la que el personal de recepción verifica si la fruta recibida está de acuerdo con lo solicitado o no. Para comprobar que ningún fruto estuviera en mal estado, se tomaran muestras aleatorias y se reciben en el almacén para su aprobación o rechazo.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Pesaje: Este proceso se realiza para conocer el peso exacto de la fruta suministrada por el proveedor.

Selección de la fruta: Las frutas se inspeccionan para eliminar frutas demasiado maduras, dañadas, mohosas y eliminar impurezas.

Clasificación de la fruta: Durante este proceso se clasificarán las pitahayas en buen estado y se conservarán las que no estén completamente maduras.

Lavado: Este proceso tiene como objetivo principal eliminar contaminantes, sustancias tóxicas (pesticidas) del producto final, así como reducir la cantidad de esporas bacterianas transportadas en la fruta, provocando peligros para la salud humana por su antiestética estética. Por ello, primero conviene remojar la fruta en un humidificador o detergente durante el tiempo necesario para ablandar la suciedad del exterior. El lavado se puede realizar mediante remojo o pulverización, lo que ayuda a mantener limpia la fruta y asegura una buena calidad del producto final. El agua de lavado es el agua residual generada en esta etapa y agregada al proceso general.

Revisión de fruta: Se lo realizara manualmente para evitar frutas dañadas o con ralladuras.

Control de gramaje: Se realiza el pesaje de la fruta haciendo que la caja pese 1800 gramos y que vayan 9 unidades.

Encajado y sellado: Para evitar olores y contaminación del producto, el producto se envasa en una bolsa de polietileno de 4 mm de espesor y se sella al vacío con un corte en la parte superior, lo que facilita el manejo y transporte del producto. Lo mismo se aplica al proceso de compra y distribución. El producto destinado a la distribución se elaborará en una caja de 9 tapas de papel.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

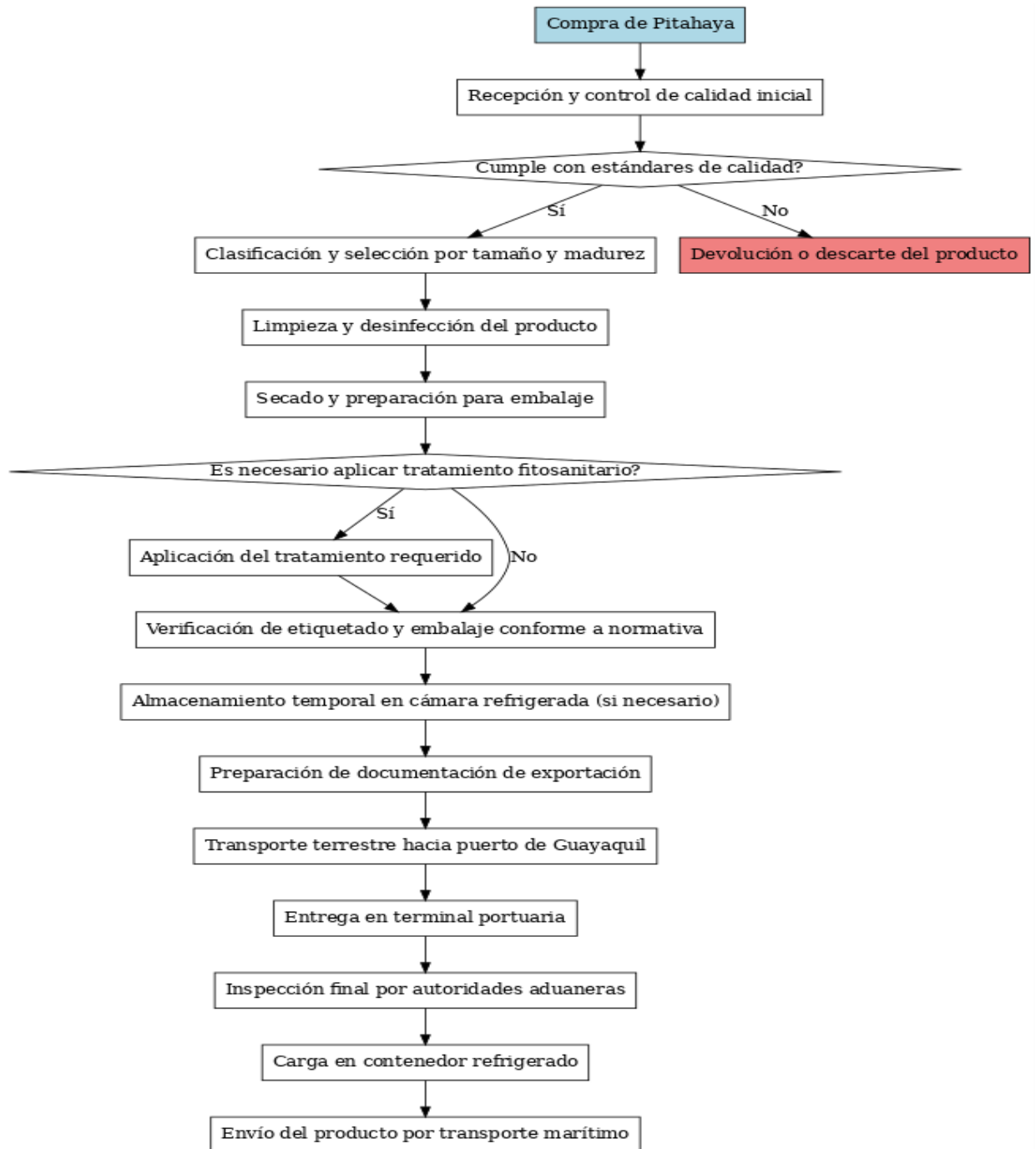
Esterilización y remojo: Este proceso de esterilización asegura la destrucción de microorganismos y mohos presentes para obtener productos 100% de calidad.

Aprobación del producto: Una vez listo el producto, es importante confirmar su apariencia, tomando en cuenta factores físicos como color, olor, humedad, consistencia, acidez, uniformidad y peso.

Almacenamiento y conservación: El producto final se mantiene en frigorífico entre 5°C y 10°C. Los artículos se almacenarán en el orden en que se enviaron primero.

6.4 DIAGRAMA DE FLUJO DE COMPRA Y ALMACENAMIENTO

Figura 16. Flujo de compra y almacenamiento



Elaboración: Los autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

6.5 MATERIAS PRIMAS E INSUMOS

Las principales materias primas e insumos que utilizará serán:

Cajas para colocar la fruta: Se utilizara cajas de cartón con compartimentos para 9 unidades de pitahaya

Bolsas de polietileno de 4mm: Se utilizaran bolsas de polietileno de 4 milímetros sellados al vacío para proteger la fruta de olores y contaminación

Insumos para el manejo integrado de plagas: pueden incluir pesticidas orgánicos o químicos, así como prácticas culturales para prevenir y controlar plagas y enfermedades que puedan afectar a la dracaena.

Materiales de embalaje y envío: La exportación de pitahaya a Estados Unidos requerirá materiales de embalaje adecuados para proteger la fruta durante el transporte, como bandejas de plástico, materiales de amortiguación, etc.

Equipos de producción y manipulación: pueden incluir herramientas agrícolas para el empaquetado de frutas para preparar productos de pitahaya para la exportación.

Materiales de marketing y publicidad. Materiales de marketing y publicidad como marcas comerciales, folletos, muestras de productos, etc. Se le puede exigir que promueva los productos de pitahaya en el mercado estadounidense. Es importante garantizar que todos los suministros y materiales utilizados cumplan con los estándares de calidad y seguridad requeridos tanto por las autoridades locales como por los importadores en los Estados Unidos. Además, es recomendable buscar proveedores confiables y establecer relaciones sólidas con ellos para garantizar un suministro continuo y de alta calidad de materias primas.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Ciclo de Vida

El ciclo de vida de la pitahaya, como el de muchas otras frutas, se puede dividir en varias etapas:

Germinación y Enraizamiento: Comienza con la germinación de las semillas de pitahaya y posterior formación de plántulas. Las plántulas en esta etapa requieren cuidados especiales para asegurar un enraizamiento adecuado en el suelo o sustrato adecuado.

Tiempo: 1 a 12 meses

Crecimiento vegetativo: una vez establecida, la plántula comienza a crecer y desarrollar estructuras vegetativas como hojas, tallos y raíces. En esta etapa, nos enfocamos en el crecimiento saludable de las plantas brindándoles agua, nutrientes y cuidados adecuados.

Tiempo: 1 a 2 años.

Floración: Cuando la planta alcanza la madurez sexual, comienza a florecer. La fruta del dragón es una planta con flores nocturnas, lo que significa que sus flores suelen abrirse por la noche y cerrarse durante el día. La polinización puede realizarse mediante insectos como abejas y polillas o manualmente.

Tiempo: 6 meses a 1 año, después de la Floración.

Desarrollo de la fruta: Después de la polinización, aparece fruto en la flor fertilizada. El período de fructificación puede variar según la variedad de dracaena y las condiciones de crecimiento, pero suele durar varios meses. En esta etapa se deben asegurar las condiciones óptimas de riego, nutrición y prevención de plagas para asegurar una buena cosecha de frutos.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tiempo: 30 a 50 días después de la polinización.

Cosecha: Cuando el fruto alcanza la madurez fisiológica se puede cosechar. Las pitahayas se recolectan a mano, generalmente temprano en la mañana, para evitar la luz solar y preservar la calidad de la fruta. Para garantizar el sabor y la calidad, es importante recoger la fruta en el momento adecuado de maduración.

Tiempo: 1,5 a 3 años.

Comercialización y consumo: Los frutos cosechados se procesan, envasan y transportan para su comercialización y consumo. Si una empresa exporta pitahaya a Estados Unidos, la fruta llegará al mercado objetivo a través de canales de distribución adecuados, donde será adquirida por el consumidor final o utilizada en la industria alimentaria.

Manipulación y procesamiento pos cosecha: Después de la cosecha, la fruta podrá ser sometida a procesos pos cosecha como lavado, clasificación, empaque y almacenamiento para mantener la calidad durante el transporte y comercialización. Es muy importante mantener unas condiciones óptimas de temperatura y humedad para prolongar la vida útil de la fruta y asegurar su frescura cuando llegue al mercado.

Así, todo el ciclo de producción de pitahaya, desde la siembra hasta la primera cosecha, puede durar de 1,5 a 3 años, dependiendo de las condiciones ambientales y los métodos de cultivo. Una vez plantado, el árbol puede dar frutos durante muchos años si se lo cuida adecuadamente.

Este ciclo de vida se puede repetir año tras año en la dracaena comercial, siempre que el árbol reciba el cuidado adecuado y el cultivo se gestione adecuadamente para mantener el rendimiento y la calidad de la fruta a lo largo del tiempo.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

6.6 RECICLAJE Y MANEJO DE DESECHOS EN TODAS LAS FASES DEL PROCESO PRODUCTIVO

El reciclaje y el tratamiento de residuos es un elemento importante de responsabilidad ambiental en todas las etapas del proceso productivo de una empresa exportadora de pitahaya. A continuación, se muestran algunos métodos recomendados para cada paso del proceso:

Tabla 15 Manejo de desechos:

Etapas del Proceso	Acciones Sostenibles
1. Preparar la tierra y sembrar	- Reciclar residuos orgánicos para producir fertilizante orgánico. - Limitar el uso de plástico en envases, transporte de plántulas y otros medios agrícolas.
2. Cuidado de las plantas	- Implementar sistemas de riego eficientes para reducir el consumo de agua. - Usar fertilizantes orgánicos en lugar de químicos.
3. Cosecha	- Reutilizar materiales de embalaje. - Clasificar residuos para reciclar plástico, cartón y materia orgánica.
4. Procesamiento y envasado	- Minimizar la generación de residuos mediante procesos eficientes. - Reciclar cartón, papel y plástico de los envases.
5. Envío y distribución	- Planificar rutas logísticas eficientes para reducir emisiones de carbono. - Usar embalajes retornables o reutilizables.
6. Comercialización y consumo	- Educar al consumidor sobre reciclaje adecuado. - Fomentar el consumo responsable para reducir el desperdicio de alimentos.
7. Gestión general de residuos	- Implementar un programa integral de gestión de residuos: clasificación, reciclaje y eliminación adecuada. - Monitorear procesos para mejorar continuamente.

Elaboración: Los Autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

1.- Preparar la tierra y siembre las semillas:

Reciclar residuos orgánicos. Los desechos orgánicos, como los residuos de cultivos y los materiales vegetales, se pueden convertir en abono para producir fertilizante orgánico que se puede utilizar como fertilizante para las plantas de dracaena. Limite el uso de artículos de plástico. Se pueden idear métodos para limitar el uso de plástico en los envases, el transporte de plántulas y otros medios de producción agrícola.

2. Cuidado de las plantas:

Uso eficiente del agua: Se debe implementar un sistema de riego eficiente para reducir el consumo de agua y evitar la contaminación de las fuentes de agua cercanas.

Utilizar fertilizantes orgánicos: Priorizar el uso de fertilizantes orgánicos en lugar de químicos para reducir la contaminación del suelo y el agua.

3. Cosecha:

Reutilizar materiales de embalaje. Utilizar materiales de embalaje reutilizables o biodegradables para reducir la cantidad de residuos plásticos que se generan al recoger y envasar fruta.

Clasificación de residuos: Implantar un sistema de clasificación de residuos in situ para reciclar materiales como plástico, cartón y materia orgánica.

4. Procesamiento y envasado:

Minimizar los residuos: optimizar los procesos de reciclaje para reducir la generación de residuos y maximizar la eficiencia de los recursos.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Recicla tus residuos de envases: Reciclar cartón, papel y plástico utilizados en los envases de frutas para reducir tu impacto ambiental.

5. Envío y distribución:

Eficiencia logística: Planificar rutas de transporte eficientes para reducir las emisiones de carbono asociadas al transporte de productos agrícolas.

Utilizar embalajes retornables. En lugar de envases de un solo uso, utilice envases retornables o reutilizables para reducir los residuos durante la distribución.

6. Comercialización y consumo:

Educación sobre reciclaje: proporciona a los consumidores información sobre cómo reciclar adecuadamente los contenedores y materiales de embalaje después de su uso.

Fomentar el consumo responsable: Promover el consumo responsable de alimentos frescos y minimizar el desperdicio de alimentos para reducir la generación de residuos en el hogar.

7. Gestión general de residuos:

Implementar un programa de gestión de residuos: Desarrollar un programa integral de gestión de residuos que incluya la clasificación, el reciclaje y la eliminación adecuados de los residuos en todas las instalaciones de la empresa.

Seguimiento y mejora continua. Monitorear periódicamente los procesos y prácticas de gestión de residuos para identificar áreas de mejora y reducir el impacto ambiental en todas las etapas del proceso de fabricación.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

6.7 MAQUINARIAS Y EQUIPOS REQUERIDOS

Uno de los recursos importantes de la empresa es la tecnología, que incide directamente en los beneficios y el desarrollo empresarial de la empresa. Esta área es responsable de la compra de pitahaya, por lo que se contará con maquinaria que ayudará a agilizar este proceso y con ello reducir los costos laborales.

Para este proyecto, se requiere la siguiente maquinaria y equipo:

Tabla 16 Maquinaria y equipos necesarios

BALANCE DE MAQUINÁRIA				
ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
MONTACARGAS	1	695,00	695,00	139,00
ETIQUETADOR A	2	223,00	446,00	89,20
BALANZAS	2	150,00	300,00	60,00
BANDAS TRANSPORTADORAS	1	550,00	550,00	110,00
CLASIFICADOR DE FRUTA	1	250,00	250,00	50,00
TUBO ESTERILIZADOR	1	300,00	300,00	60,00
MAQUINA ASCEPTICA	1	850,00	850,00	170,00
MAQUINA EMPACADORA	1	450,00	450,00	90,00
MAQUINA DE ETIQUETEADO	1	350,00	350,00	70,00
TOTAL			4.191,00	838,20

Elaboración: Los autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tabla 17 Muebles y enseres y equipos

BALANCE DE MUEBLES Y EQUIPOS				
ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	DEPRECIACIÓN
ESCRITORIOS	6	90,00	540,00	54,00
SILLAS	6	50,00	300,00	30,00
MESAS DE TRABAJO	6	80,00	480,00	48,00
ESTANTERIAS	3	90,00	270,00	27,00
TELEFONOS FIJOS	5	25,00	125,00	12,50
SILLONES GERENCIA	2	100,00	200,00	20,00
ARCHIVADORES	3	90,00	270,00	27,00
TOTAL			2.185,00	218,50

Elaboración: Los autores

Tabla 18 Equipos de Cómputo:

BALANCE DE EQUIPOS DE COMPUTO				
ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	DEPRECIACIÓN
COMPUTADORAS+ IMPRESORA	1	2.000,00	2.000,00	666,67
SOFTWARE	1	250,00	250,00	83,33
TOTAL			2.250,00	750,00

Elaboración: Los Autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tabla 19 Vehículos

BALANCE DE TRANSPORTE				
ITEM	CANTI DAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	DEPRECIACI ÓN
CAMION DE 3,5 TONELADAS	1	31.000,00	31.000,00	6.200,00
TOTAL		31.000,00	31.000,00	6.200,00

Elaboración: Los autores

Se adquirirá un camión de 3,5 toneladas para la transportación de la fruta hasta el puerto marítimo de Guayaquil.

Tabla 20 Detalle de instalación de enfriadores en el área de almacenaje.

BALANCE DE INSTALACIONES				
ITEM	CANTI DAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	DEPRECIACI ÓN
TUBERIA DE ENFRIADORES	1	5.400,00	5.400,00	540,00
TOTAL			5.400,00	540,00

Elaboración: Los Autores.

Tabla 21 Detalle de insumos:

BALANCE DE INSUMOS			
INSUMO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Acceso a internet y líneas telefónicas.	1	50,00	50,00
cajas para fruta	1750	0,16	280,00
Suministros de oficina	10	40,00	400,00
TOTAL			730,00

Elaboración: Los autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tabla 22 Detalle de gastos de Constitución

GASTOS DE CONSTITUCION			
INSUMO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Notaria	1	150,00	150,00
Patentes	1	20,00	20,00
Licencias y permisos	1	500,00	500,00
TOTAL			670,00

Elaboración: Los autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

6.8 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE PLANTA Y DE LOCALIZACIÓN

La planta se instalará en la Provincia de los Ríos y se estima un tamaño aproximado total de la siguiente manera:

Figura 17. Modelo de la planta:



Elaboración: Los Autores.

Área de procesamiento y almacenamiento: Se necesita instalaciones para almacenar y conservar la pitahaya. Esto puede variar según la escala de operaciones y las necesidades específicas de la instalación, pero podemos asignar aproximadamente entre el 50% del área total de las instalaciones, lo que representa 200 metros, con un área total de 400 metros cuadrados con las oficinas de administración.

Hay que tener en cuenta que estas cifras son estimaciones y pueden variar según las condiciones específicas del sitio y otros factores relevantes. Se debe realizar un estudio de viabilidad detallado para determinar el tamaño óptimo de la fábrica en función de las necesidades y recursos de la empresa.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

6.9 BALANCE DE OBRAS FÍSICAS, MAQUINARIAS, EQUIPOS, PERSONAL, MATERIAS PRIMAS E INSUMOS

A continuación, se presenta el balance aproximado de factores necesarios para establecer una fábrica de pitahaya en la provincia de Los Ríos, asumiendo una escala moderada de operaciones para exportar a Estados Unidos:

Tabla 23 Detalle de maquinaria y equipos por departamento.

PROCESOS	RECURSOS	PERSONAS	MUEBLES	EQUIPOS / MAQUINARIA	ADECUACIONES	INSUMO
COMERCIALIZACIÓN	Elección de Proveedores de Fruta	1	Escritorio y silla	Computadoras, teléfono	1	Acceso a internet, líneas telefónicas, Software de gestión de proveedores.
	Compra de Fruta	1	Escritorio y silla	Computadoras, teléfono, Balanzas	1	-
	Evaluación de la Calidad de las frutas	2	Mesa de trabajo	Lámparas y lentes especiales de aumento	1	-
	Empaquetado de frutas	2	Mesas de trabajo	Etiquetadora	1	Material de empaque
	Almacenamiento de frutas	2	Estanterías o racks de almacenamiento	Montacargas	1	-
EXPORTACIÓN	Manejo de Trámites Aduaneros	1	Escritorio, silla y archivadores	Computadora, teléfono, impresora, escáner	1	Software especializado, papelería y suministros de oficina
	Organización del Transporte	1	Escritorio, silla y archivadores	Computadoras, celular	1	Acceso a internet, líneas telefónicas
	Envío de Patatas al Puerto de Exportación	1	-	Camión o vehículos de transporte de 3,5 toneladas	1	Combustible y mantenimiento para los vehículos de transporte
	Carga de fruta en el Barco	1	-	Montacargas	1	-
APOYO	Finanzas	1	Escritorio, silla y archivadores	Computadora, teléfono, impresora, escáner	1	Suministros de oficina, acceso a recursos financieros
	Administración	1	Escritorio, silla y archivadores	Computadora, teléfono, impresora, escáner	1	

Elaboración: Los autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Detalle de las acciones a realizar

1. Trabajo manual:

Área de fábrica e instalaciones: 400 metros.

Capacidad de almacenaje: 200 metros.

Área de embalaje y etiquetado: 50 metros.

Área de administración y apoyo: 150

2. Maquinaria y equipo:

Se necesitaran: 3 balanzas, 2 elevadores de fruta, 2 lavadoras de fruta, 2 bandas de transportación de fruta, 2 clasificadoras de fruta, 2 tubos esterilizadores, 1 maquina escéptica, 1 maquina IQF, 1 máquina de empacado y 1 máquina de etiquetado.

Equipamiento tecnológico: 2 ordenadores y 2 impresoras.

Equipos de transporte: 1 Carretillas elevadoras, 1 camiones de transporte doméstico.

Equipos de refrigeración: 2 Cámara de frío para conservación de fruta.

3. Personal:

Gestión y administración: 1 Administrador realiza acciones también de recursos humanos.

Procesamiento y embalaje: 2 operarios para almacenaje, 1 trabajador controlando la calidad, 2 trabajador para embalaje, 1 trabajador para etiquetado.

Logística y distribución: 1 Coordinador de logística, 1 conductor de transporte,

2 empleados como personal de ventas y marketing.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tabla 24 Balance de Personal necesario:

BALANCE DE PERSONAL			
CARGO	NÚMERO DE PUESTOS	REMUNERACIÓN	TOTAL
ADMINISTRADOR	1	\$ 650,00	\$ 650,00
CONTADOR	1	\$ 600,00	\$ 600,00
COMPRAS	2	\$ 450,00	\$ 900,00
CONTROL DE CALIDAD	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
ASESOR COMEX	1	\$ 500,00	\$ 500,00
OPERARIOS	6	\$ 460,00	\$ 2.760,00
MARKETING Y REDES	1	\$ 460,00	\$ 460,00
			\$ 6.870,00

Elaboración: Los autores

4. Materia prima:

Caja de cartón para 9 unidades de pitahaya.

Bolsas de polietileno de mm, para envolver cada fruta.

Etiquetado en cada fruta.

5. Documentación para el control integrado de plagas y enfermedades.

Embalajes y materiales de embalaje.

Este saldo es solo una estimación y puede variar según las necesidades comerciales específicas y las condiciones del mercado. Antes de establecer una instalación de producción de pitahaya, es importante hacer un estudio detallado de viabilidad y una planificación para determinar los requisitos exactos en cada área.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

6.10 CAPACIDAD TOTAL DE ALMACENAMIENTO EN BODEGA

La bodega ubicada en la provincia de los Ríos, representa una excelente opción para el almacenamiento de la fruta, gracias a su amplia capacidad. Con un volumen total de 400 metros cúbicos, esta bodega puede albergar aproximadamente 20.000 cajas de fruta, pesando 2,5 kg cada caja, considerando que se utilizara el 80% del espacio de la bodega, proporcionando un espacio más que suficiente para almacenar la mercancía. El arriendo de las instalaciones será de \$500 mensuales.

Tabla 25 *Calculo capacidad de cajas de fruta para almacenaje en bodega*

CAPACIDAD EN BODEGA	
VOLUMEN TOTAL DE BODEGA	METROS
METROS TOTALES	200
ALTURA	3
TOTAL METROS	600
VOLUMEN DE UNA CAJA	Kilos
LARGO	0,4
ACNCHO	0,3
ALTURA	0,2
TOTAL METROS	0,024
NUMERO MAXIMO DE CAJAS	METROS
TOTAL METROS EN BODEGA	600
VOLUMEN DE CAJA	0,024
TOTAL CAJAS	25000
EFICIENCIA EN ESPACIO	
TOTAL CAJAS	25000
PORCENTAJE DE EFICIENCIA	80%
TOTAL CAJAS	20000

Elaboración: Los autores

Además, la bodega cuenta con acceso a vías principales, lo cual es esencial para la logística y transporte, facilitando el ingreso y salida de camiones de carga. Esto reduce los tiempos y costos de transporte, asegurando que la fruta llegue a los puertos de embarque en óptimas condiciones.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

En Ecuador la fruta se exporta a Estados Unidos principalmente a través de puertos marítimos y aeropuertos internacionales. A continuación he detallado los puntos desde donde se puede exportar:

Puerto marítimo: El transporte marítimo es el método más popular para exportar fruta debido a sus menores costos y capacidad de envío.

Puertos principales: Puerto de Guayaquil (Puerto Libertador Simón Bolívar):

Este es el principal puerto comercial del Ecuador. Se dispone de infraestructura para contenedores refrigerados, ideales para almacenar frutas perecederas como plátano, mango y pitahaya.

Destinos populares: Miami, Nueva York y Los Ángeles.

Ubicado cerca, Guayaquil es un moderno puerto especializado en contenedores. Perfecto para productos refrigerados gracias a una tecnología innovadora.

Figura 18. Recorrido bodega a Puerto Marítimo de Guayaquil



Nota. Distancia entre la bodega donde se almacenará la fruta y el puerto de Guayaquil. Imagen capturada en Google Maps.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

La ubicación de la bodega es otro factor importante. Al estar en un sector libre de problemas de inundación, protege la fruta de posibles daños por agua. Esto preserva la calidad de la fruta y reduce el riesgo de pérdidas financieras. Asimismo, la proximidad de la bodega al puerto Esmeraldas, (*ver figura 2*) es de 201,4 kilómetros de distancia, el cual es el más cercano.

Las instalaciones también disponen de un área de oficina para una gestión administrativa eficiente directamente en el sitio de almacenamiento, facilitando la supervisión y el control de inventarios. La disponibilidad de electricidad, agua y otros servicios esenciales asegura que las operaciones puedan llevarse a cabo sin interrupciones.

6.11 TRANSPORTE INTERNO

El auto elegido para el transporte, es un camión tipo NMR III2023, con una capacidad de 3,5 toneladas, lo cual nos quiere decir que en cada camión transportamos 908 cajas de fruta.

Tabla 26 *Peso por camión de 3,5 toneladas*

CAPACIDAD DEL CAMION	
VOLUMEN TOTAL DE BODEGA	KILOS
CAPACIDAD DEL CAMION	3500
PESO DE CAJAS	2
TOTAL METROS	1750
CAPACIDAD BASADA EN VOLUMEN	3500
LARGO	4,5
ANCHO	2,2
ALTO	2,2
VOLUMEN TOTAL	21,78
VOLUMEN DE UNA CAJA	Kilos
LARGO	0,4
ANCHO	0,3
ALTURA	0,2
TOTAL METROS	0,024
NUMERO DE CAJAS POR VOLUMEN	
VOLUMEN TOTAL	21,78
TOTAL METROS	0,024
TOTAL CAJAS	908

Elaboración: Los Autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

6.12 OFERTA EXPORTABLE

La oferta exportable es la habilidad de un país o una compañía para vender un producto nacional en los mercados internacionales. Para esto, es crucial que el producto o servicio cumpla con los altos estándares de calidad y satisfacción del cliente a nivel internacional, permitiéndole competir exitosamente en esos mercados. (Guadalupe, 2019).

Considerando que la bodega puede albergar 20.000 cajas de fruta, que pesan 2,5 kilos cada una, la mejor oferta exportable sería de 80.000 cajas al año, y para lograr esto de manera eficiente, se planificarían 4 envíos al año, aprovechando el espacio de almacenamiento disponible y distribuyendo equitativamente las exportaciones a lo largo del año.

6.13 COMPRADORES

El aumento de las exportaciones de pitahaya fresca logrado en 2023 marca un hito importante para el sector agrícola de Ecuador. “Según el Banco Central del Ecuador (BCE), el volumen exportado de esta fruta alcanzó los 171,7 millones de dólares (FOB), un aumento del 72% respecto al 2022. (Ecuador, 2023), convirtiéndose en uno de los productos clave del sector no tradicional. Exportaciones. Productos nacionales.” (Ecuador, 2023), convirtiéndose en uno de los principales productos de exportación no tradicionales del país. Las exportaciones de pitahaya han ido aumentando desde la apertura del mercado estadounidense en 2017. Este es el principal mercado de la fruta también conocida como pitahaya, representando el 80% de la participación de mercado de Ecuador, producción equivalente a 137,1 millones de dólares.

La producción de esta fruta proporciona el sustento a unas 15.000 familias directamente relacionadas con este negocio. En Ecuador se producen dos variedades de pitahaya: amarilla y roja.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

6.14 PROCESOS DE COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN

Es fundamental tener en cuenta que el proceso comercial consiste en una serie de acciones realizadas por el equipo de una empresa, especialmente el departamento de ventas. “A lo largo del proceso de ventas, se proporciona valor en términos de productos y servicios que satisfacen las necesidades del cliente” (Clavijo, 2023).

Además, el proceso de exportación es una operación comercial internacional que incluye todas las etapas que una empresa debe cumplir para vender sus bienes o productos fuera de las fronteras del país donde opera (Noatum, 2022).

6.15 PROCESOS Y ÁREAS DE LA EMPRESA.

Es crucial entender que los flujo gramas de procesos representan la secuencia de actividades necesarias para llevar a cabo un proceso. Son como un recorrido con diversas paradas, que tienen un punto de inicio, un punto final y varias etapas intermedias. Esto ayuda a que los miembros del equipo comprendan las tareas, objetivos, roles y responsabilidades dentro de un proyecto (Raeburn, 2024).

En nuestro caso, mediante el uso de una figura ilustrativa (*figura 9*), se identificaron los procesos fundamentales para la exportación de fruta a Estados Unidos. Primero, el área de aprovisionamiento se encargará de elegir a los proveedores y comprar la fruta. Luego, el área de control de calidad evaluará la calidad del producto. Posteriormente, el área de bodega se responsabilizará del empaquetado y almacenamiento de las fruta.

Para los trámites aduaneros, la organización del transporte, el envío al puerto de exportación y la carga en el buque, el área designada es la de operaciones internacionales. Por

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

último, tenemos áreas de apoyo, donde tenemos a los de finanzas que están a cargo de la administración financiera.

De igual forma, no podemos pasar por alto el organigrama funcional, que nos indica el personal encargado de cada área y su jerarquía. Este organigrama muestra claramente que el gerente general está a cargo de los asesores de aprovisionamiento, operaciones internacionales, comerciales y financieras, dejando al final al personal de bodega.

6.16 TÉCNICAS DE ESTIMACIÓN DE COSTOS TOTALES UNITARIOS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Se pueden utilizar varios métodos y enfoques para estimar el costo unitario total de productos y servicios. Estas son algunas de las técnicas más populares:

1.- Método de coste histórico:

Este método se basa en el análisis de los costos históricos incurridos durante la producción de productos o servicios similares en el pasado. Los registros históricos y los datos de costos se analizan para determinar el costo promedio por unidad de producto producido o servicio realizado.

2. Analizar costos directos e indirectos:

Se identifican y cuantifican todos los costos directos asociados con la fabricación de un producto o la prestación de un servicio, como materias primas, mano de obra directa y gastos generales de fabricación directos. Los costos indirectos, como los gastos generales de fabricación, los costos administrativos y otros costos de gestión, también se registran y asignan a cada unidad de producción o servicio realizado utilizando métodos de asignación adecuados.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

3. Costeo basado en actividades (ABC):

El método ABC asigna costos a actividades específicas que consumen recursos y luego asigna estos costos a productos o servicios en función de la cantidad de recursos consumidos por cada actividad. Se identifican las actividades relacionadas con la producción o la prestación de servicios y los costos de estas actividades se asignan en función del consumo de recursos.

4. Análisis de costos estándar:

Según este enfoque, se establecen estándares de costos para diversos elementos de costos, como materiales, mano de obra y gastos generales. Los costos reales se comparan con los estándares establecidos para identificar desviaciones y tomar medidas correctivas si es necesario.

5. Evaluación de costos del ciclo de vida:

Este método considera los costos asociados a un producto o servicio en su ciclo de vida, desde la compra de materias primas hasta su disposición final. Los costos de diseño, producción, distribución, uso y eliminación se tienen en cuenta al calcular el costo unitario total durante la vida útil del producto o servicio.

6. Estimación del costo del proceso:

Bajo este enfoque, se desglosan los costos asociados a cada proceso o etapa de producción o prestación de servicios. El costo de cada proceso se estima y se suma para obtener el costo total por unidad de producto producido o servicio brindado. Estos son sólo algunos de los métodos que se pueden utilizar para estimar el costo unitario total de productos y servicios. La elección del método apropiado dependerá de la naturaleza del negocio, la disponibilidad de datos y la precisión

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

requerida para estimar los costos. Es importante realizar análisis detallados y utilizar datos precisos para obtener estimaciones de costos precisas y confiables.

6.17 DETERMINACIÓN DE INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS Y EN CAPITAL DE TRABAJO

Una estimación aproximada de la inversión en activos fijos y capital de trabajo.

Tabla 27 Activos Fijos necesarios:

ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	DEPRECIACIÓN
ESCRITORIOS	6	90	540	54
SILLAS	6	50	300	30
MESAS DE TRABAJO	6	80	480	48
ESTANTERIAS	3	90	270	27
TELEFONOS FIJOS	5	25	125	12,5
SILLONES GERENCIA	2	100	200	20
ARCHIVADORES	3	90	270	27
TOTAL			2.185,00	218,5

Elaboración: Los autores

Tabla 28 Equipos de Computo

ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	DEPRECIACIÓN
COMPUTADORAS + IMPRESORA	4	2.000,00	8.000,00	2.666,67
SOFTWARE	1	250	250	83,33
TOTAL			8.250,00	2.750,00

Elaboración: Los autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tabla 29 Maquinaria y Equipos

ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	DEPRECIACIÓN
MONTACARGAS	1	695	695	139
ETIQUETADORA	2	223	446	89,2
BALANZAS	2	150	300	60
BANDAS TRANSPORTADORAS	1	550	550	110
CLASIFICADOR DE FRUTA	1	250	250	50
TUBO ESTERILIZADOR	1	300	300	60
MAQUINA ASCEPTICA	1	850	850	170
MAQUINA EMPACADORA	1	450	450	90
MAQUINA DE ETIQUETEADO	1	350	350	70
TOTAL			4.191,00	838,2

Elaboración: Los autores

Tabla 30 Equipos de Transporte

ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	DEPRECIACIÓN
CAMION DE 3,5 TONELADAS	1	31.000,00	31.000,00	6.200,00
TOTAL			31.000,00	6.200,00

Elaboración: Los autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tabla 31 Instalaciones

ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	DEPRECIACIÓN
TUBERIA DE ENFRIADORES	1	5.400,00	5.400,00	540
TOTAL			5.400,00	540

Elaboración: Los autores

Tabla 32 Insumos

INSUMO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Acceso a internet y líneas telefónicas	1	50	50
Cajas para fruta	5.000	0,16	800
Suministros de oficina	10	40	400
Suministros de limpieza	1	250	250
TOTAL			1.500,00

Elaboración: Los autores

Tabla 33 Gastos de Constitución

INSUMO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Notaria	1	150	150
Patentes	1	20	20
Licencias y permisos	1	500	500
TOTAL			670

Elaboración: Los autores

Los valores necesarios como Inversión en Activos fijos son de **53.196 dolares**

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Gastos de personal

Reclutar Administrador, Contador, personal de compras, técnicos agrícolas, operadores de equipos, trabajadores de procesamiento y embalaje, trabajadores de logística y distribución, y otros.

Costos administrativos y de marketing:

Gastos de oficina, consumibles, luz y agua. Costos de marketing y promoción para popularizar el producto en el mercado objetivo.

Tabla 34 Balance de Personal de Administración y Marketing

BALANCE DE PERSONAL			
CARGO	NÚMERO DE PUESTOS	REMUNERACIÓN	TOTAL
ADMINISTRADOR	1	\$ 650,00	\$ 650,00
CONTADOR	1	\$ 600,00	\$ 600,00
COMPRAS	1	\$ 450,00	\$ 450,00
CONTROL DE CALIDAD	1	\$ 500,00	\$ 500,00
ASESOR COMEX	1	\$ 500,00	\$ 500,00
OPERARIOS	6	\$ 460,00	\$ 2.760,00
MARKETING Y REDES	1	\$ 460,00	\$ 460,00
			\$ 5.920,00

Elaboración: Los autores

El valor total por costo de personal administrativo, departamento de ventas y apoyo internacional son de 5.920 mensuales

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Otros costos operativos: A continuación se consideran todos los costos indirectos:

Tabla 35 Costos Indirectos de Fábrica

ARTÍCULO	CANTIDAD	VALOR	VALOR MENSUAL	METRAJE TOTAL	M² PRODUCCIÓN	PRODUCCIÓN CIF	M² ADMINISTRACIÓN	VALOR ADM	M² VENTAS	VALOR VENTAS	TOTAL
Alquiler todas las áreas	1	500	500	400	335	418,75	55	68,75	10	12,5	500
Agua todas las áreas	1	120	120	400	335	100,5	55	16,5	10	3	120
Luz todas las áreas	1	150	150	400	335	125,63	55	20,63	10	3,75	150
Teléfono todas las áreas	1	50	50	400	335	41,88	55	6,88	10	1,25	50
Internet todas las áreas	1	50	50	400	335	41,88	55	6,88	10	1,25	50
Seguridad todas las áreas	1	500	500	400	335	418,75	55	68,75	10	12,5	500
Mantenimiento todas las áreas	1	250	250	400	335	209,38	55	34,38	10	6,25	250
Monitoreo producción	1	100	100	400	335	83,75	55	13,75	10	2,5	100
Servicios de limpieza todas las áreas	1	180	180	400	335	150,75	55	24,75	10	4,5	180
Combustibles máquinas producción	1	350	350	400	335	293,13	55	48,13	10	8,75	350
TOTALES			2250			1884,38		309,38		56,25	2250

Elaboración: Los autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Como se puede observar el valor por Costos Indirectos son de 2.250 dolares, repartidos de la siguiente forma: Costos de administración 309,38, de Ventas son de 56,25 y de Costos por fábrica son de 1.884,3 dolares esto incluye costos de Transporte, almacenamiento, seguros y otros costos.

Es importante analizar los costos asociados a cada factor para determinar la inversión total requerida para activos fijos y capital de trabajo. El monto específico puede variar según la escala de las operaciones, la ubicación y otros factores específicos del proyecto. Es recomendable trabajar con expertos y asesores financieros para estimar con precisión el monto de inversión requerida.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

6.18 CRONOGRAMA VALORADO DE INVERSIONES EN PLANTA DE PRODUCCIÓN: CONSTRUCCIÓN, MONTAJE Y OPERACIÓN

A continuación se muestra un ejemplo de cronograma de inversión para la fábrica de pitahaya, incluyendo las fases de instalación, montaje y operación:

Tabla 36 Diagrama de Gantt (flujo de Operaciones).

DIAGRAMA DE GANT																											
				ENER				FEBR				MARZ				ABRI				MAY				JUNIO			
CTIVIDA D	URA CIO N	NIC IO	INAL IZAC ION	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ONSTRUC CION DE INSTALA CIONES	SEM ANA	1- ene- 26	5-ene- 26																								
ONSTITU CION DEL NEGOCIO	SEM ANA S	8- feb- 26	0-feb- 26																								
ESARROL LO DE LA INVERSIO N	SEM ANA S	2- feb- 26	6- mar- 26																								
ONSTRUC CION DE INSTALA CIONES	SEM ANA S	9- mar- 26	9- mar- 26																								
MOBLAD O DE LOCAL	SEM ANA S	1- abr- 25	2-abr- 25																								
ELECCIÓ N DE PERSONA L	SEM ANA S	5- abr- 25	6-abr- 25																								
APACITA CION AL PERSONA L	SEM ANA S	9- abr- 25	0- may- 25																								
LINEACI ON ADMINI STRATIVA	SEM ANA S	3- may- 26	1- may- 26																								
NICIO DE ACTIVID ADES	SEM ANA	3- jun- 26	7-jun- 26																								

Elaboración: Los autores

El detalle de Inversión se define de la siguiente manera:

Se prevé empezar en enero del 2026 y tener todo a punto hasta el mes de junio del 2026

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Hoja de ruta de inversión:

El presupuesto de inversión determinará la cantidad de recursos financieros necesarios para iniciar el proyecto. Por tanto, se incluirán los importes correspondientes a la compra de activos fijos, costes de puesta en marcha y capital de trabajo. (Sapag Chain, 2014).

Inversión en capital fijo

La inversión en activos fijos es cualquier inversión en activos fijos que se utilizará en la prestación de servicios y respaldará las operaciones normales del proyecto. (Sapag, 2000)

La Inversión en capital fijo de VICJOHN S.A. se muestra a continuación:

Tabla 37 Inversión en Activos

INVERSION EN ACTIVOS			
ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ESCRITORIOS	6	\$ 90,00	\$ 540,00
SILLAS	6	\$ 50,00	\$ 300,00
MESAS DE TRABAJO	6	\$ 80,00	\$ 480,00
ESTANTERIAS	3	\$ 90,00	\$ 270,00
TELEFONOS FIJOS	5	\$ 25,00	\$ 125,00
SILLONES GERENCIA	2	\$ 100,00	\$ 200,00
ARCHIVADORES	3	\$ 90,00	\$ 270,00
COMPUTADORAS+ IMPRESORA	4	\$ 2.000,00	\$ 8.000,00
SOFTWARE	1	\$ 250,00	\$ 250,00
MONTACARGAS	1	\$ 695,00	\$ 695,00
ETIQUETADORA	2	\$ 223,00	\$ 446,00
BALANZAS	2	\$ 150,00	\$ 300,00
BANDAS TRANSPORTADORAS	1	\$ 550,00	\$ 550,00
CLASIFICADOR DE FRUTA	1	\$ 250,00	\$ 250,00
TUBO ESTERILIZADOR	1	\$ 300,00	\$ 300,00
MAQUINA ASCEPTICA	1	\$ 850,00	\$ 850,00
MAQUINA EMPACADORA	1	\$ 450,00	\$ 450,00
MAQUINA DE ETIQUETEADO	1	\$ 350,00	\$ 350,00
CAMION DE 3,5 TONELADAS	1	\$ 31.000,00	\$ 31.000,00
TUBERIA DE ENFRIADORES	1	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00
Acceso a internet y líneas telefónicas.	1	\$ 50,00	\$ 50,00
cajas para fruta	5000	\$ 0,16	\$ 800,00
Suministros de oficina	10	\$ 40,00	\$ 400,00
suministros de limpieza	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Notaria	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Patentes	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Licencias y permisos	1	\$ 500,00	\$ 500,00
TOTAL ACTIVOS			53.196,00

Elaboración: Los autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

DEPRECIACION DE ACTIVOS:

Los porcentajes de Depreciación según el SRI se muestran a continuación:

Tabla 38 Depreciación de activos

PORCENTAJES DE DEPRECIACIÓN SEGÚN ART.26 L.O.R.T.I.		
ACTIVO FIJO	% DEPRECIACIÓN	VIDA ÚTIL
Terreno	No se deprecia	
Edificio	5%	20 años
Maquinaria y Equipo	10%	10 años
Muebles de Oficina	10%	10 años
Equipo de Oficina	10%	10 años
Vehículo	20%	5 años
Equipo de Computación	33%	3 años

Elaboración: Los autores

De acuerdo con la NIC 16, los activos fijos se deprecian utilizando el método de línea recta como se muestra a continuación:

Tabla 39 Depreciación de Obra Civil

BALANCE DE INSTALACIONES				
ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	DEPRECIACIÓN
TUBERIA DE ENFRIADORES	1	5.400,00	5.400,00	540,00
TOTAL			5.400,00	540,00

Elaboración: Los autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tabla 40 Depreciación de maquinaria y equipos

BALANCE DE MAQUINARIA				
ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	DEPRECIACIÓN
MONTACARGAS	1	695,00	695,00	139,00
ETIQUETADORA	2	223,00	446,00	89,20
BALANZAS	2	150,00	300,00	60,00
BANDAS TRANSPORTADORAS	1	550,00	550,00	110,00
CLASIFICADOR DE FRUTA	1	250,00	250,00	50,00
TUBO ESTERILIZADOR	1	300,00	300,00	60,00
MAQUINA ASCEPTICA	1	850,00	850,00	170,00
MAQUINA EMPACADORA	1	450,00	450,00	90,00
MAQUINA DE ETIQUETEADO	1	350,00	350,00	70,00
TOTAL			4.191,00	838,20

Elaboración: Los autores

Tabla 41 Depreciación de Muebles y equipos

BALANCE DE MUEBLES Y EQUIPOS				
ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	DEPRECIACIÓN
ESCRITORIOS	6	90,00	540,00	54,00
SILLAS	6	50,00	300,00	30,00
MESAS DE TRABAJO	6	80,00	480,00	48,00
ESTANTERIAS	3	90,00	270,00	27,00
TELEFONOS FIJOS	5	25,00	125,00	12,50
SILLONES GERENCIA	2	100,00	200,00	20,00
ARCHIVADORES	3	90,00	270,00	27,00
TOTAL			2.185,00	218,50

Elaboración: Los autores

Tabla 42 Depreciación de equipos de computación

BALANCE DE EQUIPOS DE COMPUTO				
ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	DEPRECIACIÓN
COMPUTADORAS+ IMPRESORA	4	2.000,00	8.000,00	2.666,67
SOFTWARE	1	250	250	83,33
TOTAL			8.250,00	2.750,00

Elaboración: Los autores

Tabla 43 Depreciación de Vehículo

BALANCE DE TRANSPORTE				
ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	DEPRECIACIÓN
CAMION DE 3,5 TONELADAS	1	\$ 31.000,00	31.000,00	6.200,00
TOTAL			31.000,00	6.200,00

Elaboración: Los autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tabla 44 Amortización de Gastos de Constitución:

GASTOS DE CONSTITUCION			
INSUMO	CANTIDAD	COSTO UNIRIO	COSTO TOTAL
Notaria	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Patentes	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Licencias y permisos	1	\$ 500,00	\$ 500,00
TOTAL			\$ 670,00

Elaboración: Los autores

CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es un recurso necesario para las operaciones comerciales, incluida la compra de materias primas y salarios, ya que la empresa debe tener recursos antes de comenzar a operar, primero debe financiar su producción antes de comenzar a generar ingresos.

Tabla 45 Costos Iniciales

COSTOS INICIALES					
ITEM	cajas de 2,5 kilos	Costo por caja	P*Q	Frecuencia de uso (F)	Q*P*F (anual)
ADQUISICION DEL PRODUCTO	5.000	7,10	35.500,00	1	35.500,00
MANO DE OBRA DIRECTA	6	611,71	3.670,25	1	3.670,25
INCOTERMS (-Precio de la mercancía(EX FABRICA)	5.000	2,23	11.172,60	1	11.172,60
COSTOS					50.342,84

Elaboración: Los autores

Los costos iniciales que se incurrirán son de 50.342,84 dolares, a esto hay que sumarle los gastos del primer mes de Administración, Ventas y Financieros, a continuacion se muestra la tabla de estos rubros.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tabla 46 Gastos del primer mes

GASTOS				
ITEM	CANTIDAD	Precio unitario (P)	P*Q	Q*P*F (1 MES)
Gastos de Administración	5	600,00	3.000,00	3.000,00
Gasto de Ventas	1	460,00	460,00	460,00
Gastos Financieros	1	1.971,38	1.971,38	1.971,38
TOTAL GASTOS			5.431,38	5.431,38

Elaboración: Los autores

Los gastos para poder sobrellevar el primer mes son de 5.431,38 dolares.

El Capital de Trabajo es la suma de los Costos para operar el primer mes, así como los Gastos de administración, ventas y financieros estimados por un valor de 55.774,22 dolares.

Flujo de Inversión:

La inversión requerida para este proyecto será de \$99.115,70, que es la suma del Capital de Trabajo más el valor de todos los activos necesarios.

El flujo de inversión necesario para contemplar este proyecto se muestra a continuacion:

Tabla 47 Flujo de Inversión:

FLUJO DE INVERSION		99.115,70	
	Obligaciones con Instituciones Financieras	59.469,42	60 %
	Capital Suscrito	39.646,28	40 %
	TOTAL	99.115,70	

Elaboración: Los autores

La inversión total necesaria para desarrollar este proyecto es de 99.115,70 dolares.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

FINANCIAMIENTO:

“Para que un inversionista proponga una estructura financiera adecuada, debe analizar el nivel o volumen de inversión total que debe estar ligado a los recursos disponibles y, en base a eso, proponer una estructura financiera que le permita invertir en el proyecto” (González Cómbita, 2014).

El capital social será del 40% y el capital externo del 60%, y se seleccionó a la Corporación Financiera Nacional como préstamo para el proyecto porque este tipo de proyecto forma parte de actividades financiadas por la CFN.

A continuación se presenta una descripción detallada de las finanzas del proyecto:

Tabla 48 *Estructura de financiamiento del Proyecto*

	ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	99.115,70
	Obligaciones con Instituciones Financieras	59.469,42
	Capital Suscrito	39.646,28
	TOTAL	99.115,70

Elaboración: Los autores

GARANTIA DEL PRESTAMO

En materia de garantías de crédito, las acordadas entre la CFN y los clientes de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Organizaciones del Sistema Financiero. Si se trata de garantías reales, no deberán ser inferiores al 125% de la obligación garantizada y la Corporación Financiera Nacional se reserva el derecho de aceptar las garantías de acuerdo con los informes técnicos correspondientes. Respecto al pago, cada pago deberá contar con una garantía con un monto mínimo del 125% del monto a pagar a CFN.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Una vez que la solicitud de préstamo se presente ante la CFN y el plan de negocios esté adecuadamente estructurado y aprobado previamente por un analista de crédito de la CFN, el departamento de préstamos tendrá una semana para evaluar si otorga o no un préstamo posterior al empresario. , pasa automáticamente a la segunda etapa del préstamo, que incluye la valoración de la garantía, y después de otorgar la garantía de apoyo al préstamo, CFN pasa de tres a cuatro meses para otorgar el préstamo solicitado. Por lo tanto, para efectos de crédito, VICJOHN S.A. se aplica a los préstamos de Nivel 1 de la Corporación Financiera Nacional CFN, en cuanto al segmento de PYME manufactureras, de acuerdo con las Directrices de Préstamos de Nivel 1 aprobadas por la CFN, este préstamo está disponible en montos de 20 001 USD a 200 000 USD para actividades patrocinadas. Esto significa que el monto del préstamo será de 59.459,62 USD y el monto de la garantía será de 81.787,66 USD, equivalente al 125% de la obligación de garantía sobre la que se hipotecará la casa de uno de los accionistas del Proyecto, no prohibido por la ley y valorado en \$120.000, satisface la garantía requerida por CFN.

Solicitud de crédito

Los requisitos de calificación inicial de una persona jurídica para CFN son los siguientes:

Copia del RUC actualizado de la empresa.

Copia de cédula de identidad del representante legal, accionista titular del 20% o más de la empresa y cónyuge.

Copia de los estados financieros anuales más recientes de la empresa.

Copia de la Resolución del Departamento de Asuntos Corporativos sobre constitución de socios.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Copia del pago del impuesto predial por bienes garantizados.

Financiamiento crediticio

El préstamo será financiado por la Corporación Financiera Nacional por un período de 5 años, con una tasa de interés del 15,00% anual.

Tabla 49 Financiamiento del Proyecto

Valor del préstamo	59.829,42
TNA (30/360)	15,00%
Años	5
Frecuencia de Pago	ANUAL
Interés equivalente	15,00%
N° de pagos por año	1
N° Total de Cuotas	5
CUOTA A PAGAR ANUAL	\$ 17.848,05

Elaboración: Los autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tabla de Amortización

A continuación se detalla la Tabla de Amortización:

Tabla 50 *Tabla de amortización del préstamo*

Valor del préstamo	59.829,42		Resumen:	
TNA (30/360)	15,00%		Valor préstamo	\$ 59.829,42
Años	5		Suma de Cuotas	\$ 89.240,24
Frecuencia de Pago	ANUAL		Suma de Interés	\$ 29.410,81
Interés equivalente	15,00%			
N° de pagos por año	1			
N° Total de Cuotas	5			
CUOTA A PAGAR	\$ 17.848,05			
Número de Cuota	CUOTA A PAGAR	INTERÉS	CAPITAL AMORTIZADO	CAPITAL VIVO
0				\$ 59.829,42
1	\$ 17.848,05	\$ 8.974,41	\$ 8.873,63	\$ 50.955,79
2	\$ 17.848,05	\$ 7.643,37	\$ 10.204,68	\$ 40.751,11
3	\$ 17.848,05	\$ 6.112,67	\$ 11.735,38	\$ 29.015,73
4	\$ 17.848,05	\$ 4.352,36	\$ 13.495,69	\$ 15.520,04
5	\$ 17.848,05	\$ 2.328,01	\$ 15.520,04	\$ 0,00

Elaboración: Los autores

Las cuotas anuales serán de 17.848,05 que es la suma del capital más el interés, está previsto pagarlo en 5 años con un interés del 15% anual.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

7 ASPECTOS ORGANIZACIONALES

7.1 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

El modelo del organigrama estructural de tipo vertical, para la empresa VICJOHN SA se presenta a continuación.

Figura 19. Organigrama Estructural de VICJOHN S.A



Elaboración: Los Autores

7.2 PERFILES Y FUNCIONES DE LOS PRINCIPALES CARGOS EN LA EMPRESA

El manual de funciones es un documento operativo que contiene una descripción de las actividades relacionadas con la implementación de funciones de una o varias unidades administrativas.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Este manual debe incluir o tener en cuenta no sólo los cargos o unidades administrativas sino también sus responsabilidades e implicación en relación con otras áreas.

Perfil del Gerente General:

Conocimientos básicos:

Negociaciones avanzadas

Leyes vigentes aplicables a empresas manufactureras.

Planificación estratégica.

Investigación de mercados.

Comercialización.

Sistema informático: Excel, Word, Power Point, Internet (nivel avanzado).

Administración de empresas.

Métodos de planificación y evaluación de proyectos.

Desarrollo y relaciones interpersonales.

Gestión de la calidad.

Educación formal:

Educación superior en los siguientes campos: administración de empresas, finanzas, marketing. Experiencia: 3 a 5 años en un puesto directivo o administrativo en campos similares.

Edad: Edad de 30 a 35 años.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Propósito: Representante legal de empresa dedicada a la compra, venta y exportación de pitahaya. Planificar, organizar, dirigir, controlar y coordinar todas las actividades de gestión, administrativas y de proyectos de la Sociedad de acuerdo con las consideraciones y definiciones establecidas.

Descripción de deberes y responsabilidades:

Planificar, implementar y evaluar planes y programas de la empresa.

Representamos legalmente a la empresa.

Tomar decisiones y proponer estrategias de negocio.

Gestionar los recursos humanos de la empresa: reclutar, seleccionar, formar bajo su liderazgo y cooperar para alcanzar los objetivos marcados.

Monitorear periódicamente la implementación de los objetivos de la empresa.

Planificar y optimizar los recursos financieros de la empresa.

Aprobar y monitorear la implementación del presupuesto fijado por la empresa.

Gestionar y operar proyectos y programas específicos desarrollados por la empresa.

Búsqueda de fuentes financieras y de inversión más rentables para las empresas.

Realizar una investigación de mercado potencial para ampliar su alcance.

Analizar y revisar los reportes financieros de la empresa.

Gestionar los aspectos legales de la empresa y sus socios.

Informar periódicamente a la Asamblea General de Accionistas los resultados alcanzados.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Comparación estadística de valores presupuestarios

Perfil del Contador General

Registros contables/administrativos:

Conocimientos básicos:

Manejo de herramientas office: (Word, Excel Internet).

Tecnología de servicio y atención al cliente.

Gestión documental.

Normas internacionales de información financiera NIIF.

Aplicar las leyes tributarias y laborales vigentes en el país.

Educación formal:

Licenciatura en Ingeniería Comercial/Finanzas, Contabilidad y Auditoría y título de CPA.

Experiencia:

Mínimo 3-5 años en puesto similar.

Edad: 25 a 35 años.

Funciones:

Actuar como apoyo administrativo y financiero para garantizar el buen funcionamiento.

Descripción de deberes y responsabilidades:

Contestar teléfonos y presentar a las personas la organización.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Dirigir las llamadas entrantes a los funcionarios correspondientes de la empresa.

Coordinar el transporte de maletas y cartas.

Gestionar el cálculo y pago de salarios.

Realizar pagos a proveedores y empleados de la organización.

Controlar deudas con proveedores y cuentas por cobrar a clientes.

Administrar el efectivo de la organización.

Proporcionar información de gestión, financiera y contable.

Crear notificaciones sobre la entrada y salida de empleados en la organización.

Procedimiento del IESS.

Crear formas de depósitos y fondos de reserva.

Presentar informes y formularios de documentos de personal según lo requiera el
Departamento de Relaciones Industriales.

Calcular días libres, liquidación, registros de pago.

Monitorear la asistencia de los empleados de la organización.

Preparar facturas, declaraciones de impuestos y registros de transacciones para institutos
de investigación y otros pagos de impuestos a la entidad controladora.

Mantener un cronograma de obligaciones con los órganos de control vigentes dentro de la
organización.

Proporcionar orientación sobre políticas y procedimientos contables.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Elaborar, analizar, monitorear y presentar información financiera e informes financieros.

Perfil del Personal de Ventas:

Conocimientos básicos:

Inglés a nivel intermedio.

Conocer y utilizar Microsoft Office.

Atención al cliente y relaciones públicas.

Habilidades de venta y negociación.

Resolución de problemas y gestión de conflictos.

Educación formal:

Título de ingeniería o licenciatura en administración de empresas, marketing, ventas o carreras afines.

Experiencia: 1 a 2 años en cargos similares.

Edad: Rango de edad de 20 a 30 años.

Conocimientos básicos:

Inglés a nivel intermedio.

Conocer y utilizar Microsoft Office.

Atención al cliente y relaciones públicas.

Habilidades de venta y negociación.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Resolución de problemas y gestión de conflictos.

Educación formal:

Título de ingeniería o licenciatura en administración de empresas, marketing, ventas o carreras afines.

Experiencia: 1 a 3 años en cargos similares.

Edad: Rango de edad de 20 a 30 años.

Funciones:

Brindamos consultoría de planificación financiera para cumplir con los presupuestos de ventas de la empresa y cerrar nuevos negocios mediante el contacto con clientes potenciales y el mantenimiento de buenas relaciones comerciales.

Descripción de deberes y responsabilidades:

Implementar presupuesto de ventas aprobado.

Supervisar y gestionar eficazmente las actividades comerciales y de distribución.

Proporcionar información confiable, oportuna y relevante sobre el mercado y la competencia. Gestionar la calidad de la publicidad y promoción de los productos de la empresa.

Lograr cuota de mercado rentable.

Implementar planes de negocio, monitorear y evaluar los resultados alcanzados.

Actualizar la base de datos de clientes de la organización.

Gestión y cobranza de préstamos.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Actuar como enlace activo entre la Compañía y sus clientes para gestionar y desarrollar nuevas propuestas de negocios dentro de la industria publicitaria.

Evaluar nuevas necesidades de consumo de clientes activos.

Identificar necesidades de materiales promocionales y soporte técnico de productos.

Visitar a todos los clientes (activos y/o potenciales) del área o categoría asignada y actualizarlos sobre el producto.

Realizar tareas de activación de cobranza en función del cumplimiento de los objetivos fijados en el presupuesto.

Perfil de Operarios de Producción:

Conocimientos básicos:

Conocimientos de producción y operación de máquinas.

Educación formal:

Diploma de escuela secundaria o licenciatura.

Experiencia: Contar con al menos 2 año de experiencia como personal técnico operando equipos industriales o en puesto similar en empresas industriales.

Edad: De 22 a 30 años.

Funciones:

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Responsable de alcanzar los objetivos de producción establecidos por la organización, así como garantizar el correcto funcionamiento y uso de los equipos de producción y el desarrollo efectivo de los procesos de fabricación de productos.

Descripción de deberes y responsabilidades:

Responsable de la seguridad y protección de todos los materiales e insumos entregados tales como: materias primas, productos semiacabados, productos terminados, repuestos y consumibles de la empresa.

Velar por el orden y limpieza durante el proceso de producción.

Recibir materia prima del almacén con documentos de confirmación.

Realizar el proceso productivo: pesaje, selección, clasificación, lavado, limpieza, envasado y confitería, para posteriormente conservar y refrigerar la fruta.

Responsable de empaquetar adecuadamente los productos terminados al final de la línea de producción.

Mantener y hacer cumplir los estándares de seguridad, higiene y calidad de la industria.

Participar activamente en proyectos de mejora continua.

Coordinar mercancías y mantener el envío según normativa, entregar a la persona adecuada para evitar que se pierda del almacén.

Reportar oportunamente errores ocurridos en los equipos de producción. Proporcionar informes sobre la recepción y producción de materias primas de las empresas.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

7.3 PRESUPUESTO DE GASTOS DE PERSONAL

El salario de los empleados de la empresa se divide en el salario que recibe el operador cuando trabaja directamente, el salario administrativo que recibe el gerente general y el contador/secretario de la empresa y el salario de los conductores y empleados.

Para el cálculo de la remuneración por trabajo directo se tuvo en cuenta el nivel mínimo de subsistencia estipulado en el contrato 0007, publicado en el Registro Estatal No. 884 del 1 de febrero de 2023.

Los costos de mano de obra directa corresponden a costos directamente relacionados con el proceso de producción.

Tabla 51 Sueldos de Mano de Obra Directa

NOMBRES	CARGO	DEPARTAMENTO	CANT.	SUELDO	EXTRAS	COMISIONES	TOTAL INGRESO	APORTE PERSONAL 9.45%	A RECIBIR MENSUAL	ANUAL
Operario 1	MANO DE OBRA DIRECTA	PRODUCCION	1	460	\$ -	\$ -	460	43,47	416,53	5520
Operario 2	MANO DE OBRA DIRECTA	PRODUCCION	1	460	\$ -	\$ -	460	43,47	416,53	5520
Operario 3	MANO DE OBRA DIRECTA	PRODUCCION	1	460	\$ -	\$ -	460	43,47	416,53	5520
Operario 4	MANO DE OBRA DIRECTA	PRODUCCION	1	460	\$ -	\$ -	460	43,47	416,53	5520
Operario 5	MANO DE OBRA DIRECTA	PRODUCCION	1	460	\$ -	\$ -	460	43,47	416,53	5520
Operario 6	MANO DE OBRA DIRECTA	PRODUCCION	1	460	\$ -	\$ -	460	43,47	416,53	5520
TOTAL			3	2760	\$ -	\$ -	2760	260,82	2499,18	33.120

Elaboración: Los autores

Para realizar la proyección del presupuesto de los salarios de mano de obra directa, se trabajó mediante la tasa del 10%, de acuerdo a la tabla sectorial de sueldos emitida por el estado, como refleja la tabla siguiente.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tabla 52 Proyección de Sueldos de Mano de Obra Directa

	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Mano de obra directa	\$ 16.560,00	\$ 17.388,00	\$ 18.257,40	\$ 19.170,27	\$ 20.128,78

Elaboración: Los Autores

Para el cálculo del presupuesto anual se multiplico los valores de la tabla anterior por el 5% que se estima de incrementó anual de gastos.

El presupuesto del personal administrativo se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 53 Sueldos Administrativos

NUMERO	NOMBRES	CARGO	I N G R E S O S			DESCUENTOS Y RETENCIONES			Aporte patronal 12,15%
			SUELDO	SUMAS	TOTAL	IESS	TOTAL	VALOR HA	
			BÁSICO		INGRESOS	INDIVIDUAL	DESCUENTOS	RECIBIR	
	Administrador	ADMINISTRACION	\$ 650,00	650,00	650,00	61,43	61,43	588,58	78,98
	Contador	ADMINISTRACION	\$ 600,00	600,00	600,00	56,70	56,70	543,30	72,90
	Compras	ADMINISTRACION	\$ 450,00	450,00	450,00	42,53	42,53	407,48	54,68
	Asesor de control de calidad	ADMINISTRACION	\$ 500,00	500,00	500,00	47,25	47,25	452,75	60,75
	Asesor Comex	ADMINISTRACION	\$ 500,00	500,00	500,00	47,25	47,25	452,75	60,75
	marketing y redes	DEP VENTAS	\$ 460,00	460,00	460,00	43,47	43,47	416,53	55,89
		TOTAL :	3.160,00	3.160,00	3.160,00	298,62	298,62	2.861,38	383,94
				TOTAL				3.160,00	

Elaboración: Los Autores

Para realizar la proyección del presupuesto de los Sueldos de Administración se realizó, se trabajó mediante la tasa del 10%, de acuerdo a la tabla sectorial de sueldos establecida por el estado, como se presenta en la siguiente tabla.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tabla 54 ***Proyección de Sueldos Administrativos y de Ventas.***

Cuentas	Años				
	1	2	3	4	5
SUELDOS	\$ 44.135,52	\$ 46.342,30	\$ 48.659,41	\$ 51.092,38	\$ 53.647,00

Elaboración: Los Autores

7.4 ANÁLISIS LEGAL

Este estudio incluye un análisis del marco legal en el que operará la unidad de negocio. Este estudio implica identificar diversos aspectos organizacionales que deben tenerse en cuenta a la hora de constituir una nueva empresa, como la estructura organizativa, los aspectos legales, financieros, laborales, de planificación. Los recursos humanos, los aspectos de contratación de empleados, se adaptan siempre a las características y necesidades necesarias en cada puesto, respaldados por procedimientos y regulaciones que orientan y regulan apropiadamente las operaciones de la empresa para facilitar el logro de los objetivos comerciales y un buen ambiente de trabajo.

7.4.1. Legislación aplicable, tipo de empresa a constituir, permisos de funcionamiento, requisitos, etc.

Constitución de la empresa

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Para constituir legalmente una empresa y tenerla legalmente reconocida y, en su caso, elegible para crédito y capaz de producir, vender y comercializar productos, debemos cumplir y cumplir con ciertos requisitos y reglas, entre ellos se encuentran los siguientes:

Nombre de la empresa o nombre comercial

Según el art. 144 del Código de Sociedades Comerciales, Sección VI “Empresa Pública”, la denominación de la sociedad deberá llevar el símbolo “empresa pública” o “sociedad anónima” o la abreviatura que corresponda. No puede utilizar un nombre que pueda confundirse con el nombre de una empresa existente. El nombre o denominación social por el cual se conocerá la empresa será: “VICJOHN S.A”.

Razón social

En este tipo de empresas, “VICJOHN S.A” se constituirá como sociedad anónima, que se inscribirá en el Registro Mercantil a nombre de la Oficina de Sociedades. Se caracteriza por tener al menos dos accionistas al momento de su inscripción, conforme a lo dispuesto en el art. 147 del Código de Sociedades.

Empresa anónima

Sociedad Anónima, conocida en Ecuador como sociedad anónima, es una empresa cuyo capital está dividido en acciones negociables públicamente. Este capital social debe dividirse entre al menos dos accionistas, a menos que la empresa sea parcialmente propiedad de una agencia gubernamental y/o no preste ningún servicio público; En tales casos, el capital puede pertenecer a un accionista. (Davila, 2007, pág. 88).

Objeto del negocio

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

La sociedad anónima podrá tener por objeto la realización de toda clase de actividades civiles, mercantiles y mercantiles permitidas por la ley, excepto operaciones bancarias, de seguros y de capitalización de operaciones.

Forma constitucional

Según el art. Según los artículos 148 y 149 del Código de Sociedades Comerciales, fracción VI “Sociedades Anónimas”, el fundador de este tipo de sociedades puede ser:

Asunción Concurrente Se establece en escritura mediante acuerdo entre los otorgantes de la escritura y de la suscripción de acciones y quienes serán los fundadores.

Consistente Constitución - En la suscripción pública de acciones, será promotor el de la sociedad que haya suscrito el documento promocional.

Accionistas

Capacidad jurídica: Según el artículo 2. 145 de la Ley de Sociedades Anónimas, Título VI de las sociedades anónimas, es necesario tener capacidad civil para celebrar contratos para participar en la constitución de una sociedad anónima como promotor o promotor. Sin embargo, no pueden hacer esto entre marido y mujer o entre padres e hijos no emancipados.

Número de accionistas

La sociedad deberá constituirse con dos o más accionistas de conformidad con lo dispuesto en el art. 147 de la Ley de Sociedades, sustituido por el art. Artículo 68 de la Ley de sociedades

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

unipersonales de responsabilidad limitada. No puede existir una sociedad anónima abierta con menos de dos miembros, salvo las sociedades cuyo capital común o controlante sea propiedad de una entidad del sector público.

Capital

Capital mínimo. Se requiere un capital mínimo de ochocientos dólares estadounidenses. El capital deberá estar íntegramente registrado y aportado con un monto de al menos el 25% del valor nominal de cada acción. El capital regulatorio puede integrarse en forma de efectivo o de activos corporales (bienes muebles e inmuebles) y de activos intangibles, siempre que en cada caso correspondan al tipo de actividad de la empresa.

Acciones

Las acciones confieren al propietario legal la condición de accionista y le otorgan al menos los derechos básicos que de ella se derivan y prescritos por la ley. Las acciones pueden ser acciones ordinarias o acciones preferentes en el sentido de los estatutos de la empresa, art. 170 de la Ley de Sociedades y podrá negociarse libremente en el sentido del art. 191 de esta Ley. La empresa puede expedir un certificado temporal o un título definitivo, art. 168 de la Ley. Por encima de la ley.

Estatuto de la asociación

Según el art. 146 del Código de Sociedades, Parte VI "Sociedades Anónimas", la sociedad será de derecho público y se inscribirá en el Registro Mercantil a nombre de la Comisión Supervisora de Sociedades. A partir de la fecha de registro, la empresa se considera existente y con personería jurídica. Todo contrato social que permanezca reservado será nulo.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Según el art. Según el artículo 147 del Código de Sociedades Comerciales, ninguna sociedad anónima puede registrarse permanentemente sin un registro completo y el pago del capital al menos una vez por trimestre. Para que finalmente se implemente el acto público de la constitución, es necesario depositar el capital social desembolsado en una institución bancaria si el pago es de carácter dinerario.

Para aprobar los estatutos de la sociedad, el Directorio de la Sociedad verificará la recompra de acciones por parte de accionistas que no estaban presentes cuando se promulgó el acto público. Junto con el acto de constitución se expedirá un certificado bancario acreditativo del pago del capital social aportado.

Contrato de Sociedad Anónima.

Según el art. 150 de la Ley de Sociedades, el contrato de sociedad debe incluir:

1. Lugar y fecha de firma del contrato;
2. Nombre y apellido, nacionalidad, domicilio de la persona natural o jurídica que constituye la empresa y desea constituir la empresa;
3. El objeto social, debidamente definido;
4. Su nombre y plazo;
5. El tamaño del capital autorizado con el número de acciones divididas, valor nominal, tipo, así como los nombres y nacionalidades de los participantes en el capital;
6. Precisar que cada sucursal registra y paga en dinero u otros bienes; valor entregado y capital impago;

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

7. Dirección de la empresa;
8. Forma de gestión y facultades de los directivos;
9. Forma y fecha de convocatoria del congreso;
10. Formulario para designar gerentes e identificar claramente la persona jurídica que representa a la empresa;
11. Principios de distribución de beneficios;
12. Identificar los casos en que la sociedad deba disolverse antes del plazo; Y,
13. Procedimientos para el nombramiento de un liquidador.

Según el art. Según el artículo 151 de la Ley de Sociedades, después de la promulgación del estatuto de la empresa, se presentarán al director de la empresa tres copias notariadas junto con una solicitud de aprobación del estatuto firmada por un abogado. El responsable lo aprobará si se cumplen todos los requisitos legales, gestionará su inscripción en el Registro Mercantil y publicará (una vez) un extracto del acta con una explicación.

La decisión de negarse a aceptar la constitución de una sociedad anónima debe estar fundada y puede ser apelada ante el tribunal administrativo de distrito competente. El organismo supervisor proporcionará información para tomar la decisión final.

Patentes municipales

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Este es un documento obligatorio para hacer negocios en Los Ríos. El pago y su plazo de vigencia son de un año y deben ser realizados por personas naturales, jurídicas, estatales o extranjeras residentes o registradas en la jurisdicción municipal que corresponda y que su actividad permanente sea por actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y actividades profesionales. Actividad. La tasa se puede pagar en instituciones que tengan contrato con el municipio, como bancos, cooperativas de crédito y sociedades de ayuda mutua. El plazo para la obtención de la patente antes mencionada es de 5 días hábiles.

Tipos de patentes

Existen cuatro tipos de patentes, cuyo detalle es el siguiente:

Patente Comercial: Generalmente utilizada por comercios y empresas comerciales.

Patentes Industriales: Utilizadas por empresas involucradas en actividades manufactureras o manufactureras, incluyendo fábricas de productos, fábricas de alimentos, panaderías, etc.

Patentes profesionales: Son utilizadas por profesionales de su campo, incluidos profesionales que brindan asesoramiento médico, profesionales que realizan investigaciones de arquitectura o profesionales de estudios de abogados.

Licencia de Licores: Para quienes sean propietarios de bares, licorerías, restaurantes que expendan bebidas alcohólicas.

Considerando estos cuatro tipos de patentes, VICJOHN S.A. obtener una patente comercial para poder dedicarse a la comercialización de fruta de pitahaya.

Requisitos para la obtención de una patente

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Original y fotocopia de la decisión supervisora de la empresa.

Original y copia de la Escritura de constitución de la empresa.

Copia de la cédula del que ejerza como representante legal.

Copia del acta de votación de la última elección de abogado.

Modelo de declaración del impuesto de patente (original y fotocopia).

Documentos de propiedad: certificado de propiedad, arrendamiento, etc.

Los informes de estudios de factibilidad, permisos de construcción y aceptación final del inmueble donde se desarrollará el negocio son aprobados por el Departamento de Ingeniería Municipal.

Registro unificado de contribuyentes (RUC)

Este es un documento utilizado para identificar al contribuyente ante las autoridades fiscales. El RUC corresponde a los números de identificación de todas las personas naturales y empresas que de manera permanente o irregular realicen alguna actividad económica en el Ecuador, o titulares de bienes o derechos sujetos a tributación. En este documento se registra toda la información relevante para el contribuyente, incluyendo: una descripción de la actividad económica realizada, la dirección de la empresa matriz y el lugar de realización de la actividad económica.

Requisitos para obtener el RUC para Compañías.

Formularios RUC-01-A y RUC-01-B firmados por el contribuyente.

Identificación de empresas privadas

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Original y copia o copia certificada del poder inscrito en el registro mercantil.

Original y copia de la hoja de información general emitida por la Supervisión Empresarial
(para empresas bajo el control de la Supervisión Empresarial).

Originales y fotocopias de documentos que acrediten el domicilio comercial principal de
la empresa (agua, luz, teléfono o alquiler).

Copia de cédula de identidad y acta de elector de la última elección.

Miembro de la Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Los Ríos

Requisitos

Completar la Solicitud de Membresía de

Copia de los documentos públicos de la empresa inscritos en el Registro Mercantil.

Copia de Decisión de la Oficina de la Empresa.

Copia de la decisión de designación del director o representante legal de la empresa.

Copia a color de cédula de identidad de quien ejerce como representante legal.

Copia del RUC a color.

Listado de maquinaria y equipo calculado en base al precio de compra.

El croquis de ubicación muestra la dirección exacta donde operará la empresa.

Inscripción en el registro mercantil

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

El establecimiento del registro mercantil tenía como objetivo satisfacer la necesidad de proporcionar al público información sobre el estado real de las diversas situaciones jurídicas de los empresarios individuales o colectivos.

Los actos de registro incluyen los actos en virtud de los cuales se funda, desarrolla o disuelve una empresa.

Requiere inscripción en el registro mercantil

Certificado de registro público de la Empresa (al menos 3 copias).

Pago de patentes municipales.

Exención del Impuesto del 1 por mil activos.

Publicar un extracto del acuerdo de creación en la prensa.

Certificado de uno de los departamentos de producción.

Superintendencia de Compañías

Es un organismo técnico encargado del seguimiento, auditoría, intervención y control de las actividades y servicios económicos, sociales y ambientales prestados por entidades públicas y privadas.

Requiere registro ante la autoridad supervisora de la empresa.

Tres copias certificadas de los estatutos de la empresa, acompañadas de una declaración firmada por un abogado.

El periódico publicó la carta (una copia).

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Copia de la decisión de nombramiento de administrador inscrita en el Registro Mercantil.

Copia clara de cedula o pasaporte del director de la empresa.

El formulario RUC-01-A es diligenciado y firmado por el representante legal.

Copia clara de la última factura de electricidad. Una copia clara de su membresía de
CAPEI.

Permiso de Bomberos

Una licencia comercial es una licencia emitida por los bomberos para todas las
instalaciones en las que operan los bomberos y que forman parte de sus operaciones.

TIPO A

Estos tipos incluyen empresas, fábricas, plantas, bancos, edificios, empacadoras, hoteles
de alta gama, centros comerciales, lavanderías, cines, almacenes comerciales, supermercados,
tiendas, clínicas, hospitales, escenarios fijos. En este contexto, VICJOHN S.A. Pertenece al TIPO
A.

Condiciones para la obtención de la licencia de extinción de incendios.

Solicitar una inspección del sitio.

Informe de inspección positivo.

Copia de cédula de identidad y cédula de voz del representante legal.

Copia del RUC.

Copia de la patente de la ciudad.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Licencia o permiso de funcionamiento

Este permiso es emitido por la Ciudad de Quito.

Condiciones para solicitar una licencia comercial de la ciudad.

Formulario uniforme de licencia comercial a nivel de ciudad.

Copia del RUC.

Copia de la decisión de establecimiento.

Copia de cédula de identidad y cédula de voz del representante legal.

Informe sobre la situación del uso del suelo.

Tarjeta sanitaria para manipuladores de alimentos en establecimientos que requieran
inspección higiénica.

Requisitos adicionales para establecimientos que deseen colocar publicidad exterior.

Poder notarial del dueño del inmueble, si no es su local.

Poder otorgado ante notario en la junta de copropietarios o el administrador es el
representante legal (en caso de propiedad horizontal).

Tamaño e imagen de la fachada de la instalación (para instalaciones con publicidad activa).

Permiso ambiental

Es una licencia emitida por una autoridad competente a personas y organizaciones que
implementan proyectos, obras y actividades que puedan tener un impacto en el medio ambiente.
Estipula los requisitos, obligaciones y condiciones que deben cumplir los proponentes del proyecto

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”
para prevenir, minimizar o eliminar impactos no deseados que un proyecto permitido pueda tener en el medio ambiente.

Deberá presentar Certificado de Cruce aprobado por las Reservas Nacionales, Bosques Protegidos y Sistemas de Patrimonio Forestal del Estado. También se requiere una solicitud de aprobación de procedimientos de referencia. Estos certificados se pueden obtener en el Ministerio del Medio Ambiente (MAE). El Viceministro de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente inscribirá la decisión ambiental en el Registro de Permisos Ambientales, notificará y entregará al solicitante la decisión ambiental original emitida por el Ministro del Ambiente. La concesión entra en vigor a partir de la fecha de adopción del Reglamento Ministerial, que incluye todas las obligaciones y responsabilidades asumidas por el promotor en materia de protección ambiental durante el período de la concesión, hasta que normalmente este documento tiene una vigencia de dos años.

Licencia del ARCSA

La solicitud de licencia comercial es un proceso obligatorio que se realiza todos los años y el organismo responsable es la Agencia de Regulación y Supervisión Sanitaria (ARCSA), que es el organismo técnico encargado de la gestión y control técnico del negocio, de productos alimenticios procesados, medicamentos en general, productos biológicos, productos naturales con fines médicos, medicamentos homeopáticos; equipos médicos, productos de higiene, pesticidas, incluidos los producidos en Polonia o en el extranjero para su venta; así como empresas sujetas a vigilancia y control sanitario conforme a la Ley de Salud Ecológica. Como organización dependiente del Ministro de Salud, ARCSA tiene la autoridad y responsabilidad de expedir licencias comerciales a establecimientos que produzcan, importen, exporten, vendan, conserven,

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.” distribuyan, emitan y/o vendan productos que requieran registro médico o informes sanitarios obligatorios.

Condiciones para solicitar una licencia del ARCSA

1. Registra la aplicación

Inicialmente, los usuarios deben descargar los siguientes formularios del sitio web del Instituto Nacional de Investigación en Salud Pública (INSPI) en Enlaces institucionales, ARCSA, Licencia comercial para solicitar una licencia comercial:

- Formulario No. PF-ARCSA-2013-001: Solicitud de licencia comercial (archivo Word u ODT).
- Formulario No. PF-ARCSA-2013-002: Matriz de base de datos (archivo Excel).
- Formulario No. PF-ARCSA-2013-003: Datos de la factura (archivo Word u ODT).
- Modelo de carta certificada al Director Ejecutivo de ARCSA no. PF-ARCSA-2013-005. (Archivo de Word)

Luego de completar los tres formularios de solicitud, el usuario deberá enviar un correo electrónico a: Permitsdefunctioning@msp.gob.ec con el asunto: "Número único de registro de contribuyente RUC - Nombre de la organización - Territorio al que pertenece la organización". . Además se deberán incluir las siguientes licencias:

- Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Tarjeta de identificación ciudadana del propietario o representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería jurídica, si la hubiere (en caso de personas jurídicas, adjuntar documentos que acrediten el representante legal de la empresa y el reglamento de la empresa).

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

- Esquema de fábrica a escala 1:50.
- Mapa de ubicación de la instalación (adjunto a un mapa con coordenadas y puntos de dirección para llegar a la instalación).
- Licencia Empresarial Unificada Urbana LUAE (para empresas ubicadas en el área metropolitana de Quito).
- Licencia emitida por el cuerpo de bomberos.
- Certificado de higiene ocupacional para empleados que laboran en empresas emitido por el Centro Médico del Ministerio de Salud.
- El cargo del profesional técnico responsable de la instalación se encuentra debidamente registrado ante el Ministerio de Salud para las instalaciones correspondientes según la normativa vigente.
- Certificado de Buenas Prácticas de Fabricación para fábricas que acrediten el cumplimiento de normativas especiales (laboratorios farmacéuticos).
- Certificado de clasificación empresarial emitido por el Ministerio de Industria y Productividad (MIPRO) para determinar el tamaño de la empresa: microempresas, pequeñas empresas, medianas empresas, grandes empresas. Luego deberá enviar una carta al Director Ejecutivo de ARCSA jurando que toda la información proporcionada es lícita, lícita y verdadera.

2. Procesamiento de documentos

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

El examen de los documentos se realizará dentro de las 72 horas siguientes a la fecha de recepción de los documentos pertinentes por la Agencia Nacional de Administración, Control y Supervisión Sanitaria.

3. Necesita modificaciones

Si se encuentran comentarios en el documento enviado, el usuario será notificado vía correo electrónico a la dirección de correo electrónico proporcionada. Luego de recibida la notificación, el solicitante está obligado a verificar los datos, subsanar el reclamo y presentar los documentos necesarios en un plazo no mayor a 72 horas; De lo contrario, el proceso de registro será cancelado y el usuario deberá volver a ingresar al proceso luego de cumplir ciertos requisitos.

4. Paga por aplicación

Una vez que se apruebe su solicitud de licencia comercial y los documentos adjuntos, su débito directo se enviará por correo electrónico y podrá realizarse mediante cheque certificado, efectivo o transferencia bancaria para pagar a la cuenta corriente de Pacífico, Band número 7465068. El pago debe realizarse dentro de los 8 días hábiles. . Luego de realizar el pago, el usuario deberá enviar la orden de pago y el comprobante de pago escaneado a la dirección de correo electrónico pagopermisoarcsa@msp.gob.ec e incluir el asunto: "El número del RUC y el nombre del banco donde se realizó el pago".

ARCSA Contabilidad verificará que la cancelación del artículo sea conforme a la organización solicitante y la efectividad de la facturación o seguimiento, si la hubiere, será comunicada vía correo electrónico.

5. Expedición de licencia comercial

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Una vez recibido el pago, el técnico correspondiente enviará la Licencia para Operar al Director Ejecutivo de ARCSA para su firma. Finalmente, el certificado de licencia comercial se enviará por correo electrónico al usuario solicitante.

Certificado de salud

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) será responsable de aceptar y verificar la integridad y exactitud de la solicitud y los anexos pertinentes para el otorgamiento o denegación del registro sanitario. Además, brindamos soporte técnico a través de capacitación a usuarios externos.

Condiciones para la obtención del registro médico.

a) Anuncio de normas técnicas nacionales o internacionales: debe ir acompañado de un documento que declare las normas aplicables al producto y que el producto debe cumplir, con el nombre y firma del técnico responsable en el Ecuador y plantillas de componentes emitidos por el fabricante. Si existe una norma nacional, esta norma se considerará en primer lugar. Si es una norma internacional o nacional, favor adjuntar la norma o documento que se ajuste a las especificaciones específicas. En caso de que no exista reglamento técnico específico para alimentos procesados, el fabricante del producto desarrollará y aprobará criterios de seguridad y calidad para las especificaciones del producto (incluyendo validación y resultados).

b) Descripción del proceso de fabricación del producto: El documento debe incluir el nombre del producto. Este documento debe describir detalladamente todas las etapas del proceso de fabricación del producto y debe estar firmado por el responsable técnico.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

c) Etiqueta del producto o diseño de etiqueta: Debe incluir el diseño de la etiqueta tal como será utilizada en la comercialización del producto, adaptado a los requisitos del Reglamento Técnico Ecuatoriano (RTE INEN 022) sobre etiquetado de productos alimenticios destinados al consumo humano y políticas relacionadas. Si existen múltiples presentaciones del mismo producto y se conserva la misma información técnica pero solo se cambia la información correspondiente al contenido del empaque; Una etiqueta comentada indica que se aceptarán cambios de contenido. La misma situación ocurrirá para diferentes marcas (diseño de etiqueta única y nota de cambio de marca).

d) Especificaciones técnicas del embalaje: documento aceptado por el proveedor en nombre del fabricante o del fabricante, que debe contener información que confirme la idoneidad del embalaje para el uso previsto; el documento deberá estar firmado por el responsable de calidad o responsable técnico.

En los casos en que el fabricante tenga un contrato con una persona física o jurídica para producir productos específicos y/o un acuerdo de uso de marca, se requiere una copia notariada del documento.

e) Ficha de datos de estabilidad del producto: debe ser emitida por el laboratorio de control de calidad del fabricante o un laboratorio acreditado por la Autoridad de Acreditación del Ecuador. El acta de prueba de estabilidad deberá contar con la firma, nombre y cargo original del técnico responsable de la prueba; Los detalles son los siguientes:

El nombre, la marca y el formulario de autorización del producto se indican en la solicitud.

Nombre del fabricante, país y ciudad.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Condiciones ambientales donde se realiza la prueba (temperatura en °C, porcentaje de humedad relativa del aire)

Tipo de prueba (prueba de estabilidad natural o acelerada)

Fecha de fabricación del producto. Especificaciones de materiales de embalaje internos y externos, incluidas las tapas.

Se inspeccionan las piezas.

Se analizan parámetros microbiológicos y de bromato según el tipo de alimento, indicando las características de calidad y resultados analíticos obtenidos.

Determinar la vida útil y las condiciones de almacenamiento del producto terminado.

f) Descripción del código de lote: que utiliza el fabricante para identificar su producto, junto con su descripción o interpretación, permite establecer la trazabilidad del producto. El documento deberá contar con la firma, nombre completo y firma del responsable técnico.

El documento debe incluir el nombre del producto proporcionado en el formulario de solicitud. g) Documento de datos de la factura: Es un documento que contiene la información necesaria a nombre de la persona solicitada para emitir la factura (nombre y apellido o razón social, RUC, dirección y teléfono).

8 ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

8.1 CÁLCULO Y ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO FINANCIERO

Para el cálculo del punto de equilibrio necesitamos establecer el costo unitario, el precio unitario y los costos fijos de producción.

Tabla 55 Cálculo del Costo unitario

CAPACIDAD DE PRODUCCION EN UNIDADES			5000
UNIDADES MENSUALES		5000	unidades
PRODUCCION ESTIMADA		100%	
COSTOS TOTALES DE PRODUCCIÓN			c/u
CONCEPTO		MENSUAL	
Materia Prima		37.338,08	7,47
Mano de obra directa		2.760,00	0,55
Costos Indirectos de Fabricación		1.941,80	0,39
Materiales Indirectos			
Mano de obra indirecta	-		-
Otros Costos Indirectos	1.884,38		0,38
Depreciación de planta	57,43		0,01
COSTO TOTAL DE PRODUCCION		42.039,88	8,80

Elaboración: Los Autores

La suma de los tres elementos del Costo, esto es Materia Prima, mas Mano de Obra y más los Costos Indirectos de Fabricación, dan como resultado un valor de 42.039,88, este valor dividido para la cantidad de unidades a exportar en la primera remesa, nos da como resultado un costo unitario de 8,80. A este costo aumentaremos el porcentaje de ganancia que es del 80% y a continuacion estableceremos el precio por cada caja de fruta.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tabla 56 *Calculo del precio unitario*

CU= CTP / UNIDADES			
COSTO UNITARIO		\$ 8,80	
MARGEN		80%	180%
PVP=CU+GANANCIA			
PRECIO DE VENTA UNITARIO		\$ 15,83	

Elaboración: Los Autores

Tabla 57 *Calculo de los Costos fijos*

COSTOS FIJOS MENSUALES	
SUELDOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	\$ 3.160,00
PROVISIONES ADMINISTRATIVO Y VENTAS	\$ 1.168,00
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 2.760,00
MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ -
BENEFICIOS SOCIALES MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 910,25
BENEFICIOS SOCIALES MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ -
OTROS COSTOS INDIRECTOS	\$ 2.250,00
COSTOS FINANCIEROS	\$ 1.626,57
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 11.874,82

Elaboración: Los Autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tabla 58 *Calculo del Punto de Equilibrio en unidades*

PUNTO DE EQUILIBRIO		
<u>PARTICIPACION</u>	100,00%	100,00%
<u>MARGEN DE C PONDERADO</u>	\$ 7,0	\$ 7,0
<u>UNIDADES A VENDER MENSUALES P.E</u>	1668	
<u>UNIDADES ANUALES P.E</u>	6671	
<u>UNIDADES ANUALES PROYECTADAS</u>	7004	
<u>INGRESOS ANUALES P.E</u>	\$ 105.620,28	
<u>INGRESOS ANUALES PUNTO DE EQUILIBRIO</u>	\$ 105.620,28	105.620,
<u>COSTOS VARIABLES PUNTO DE EQUILIBRIO</u>	\$ 58.677,93	58.677,9
<u>UTILIDAD</u>	\$ 46.942,3	46.942,3
<u>(-) COSTOS FIJOS ANUALES</u>	\$ 46.942,3	
<u>UTILIDAD NETA EN PUNTO DE EQUILIBRIO</u>	\$ -	
	COSTOS FIJOS	1.735,5
		7,04
	<i>punto de equilibrio en unidades</i>	1.667,6

Elaboración: Los Autores

El punto de equilibrio es de 1.668 unidades para obtener una utilidad de CERO, la exportación de más de esta cantidad dará como resultado una utilidad, en nuestro caso se prevé exportar 5.000 unidades de cajas de pitahaya.

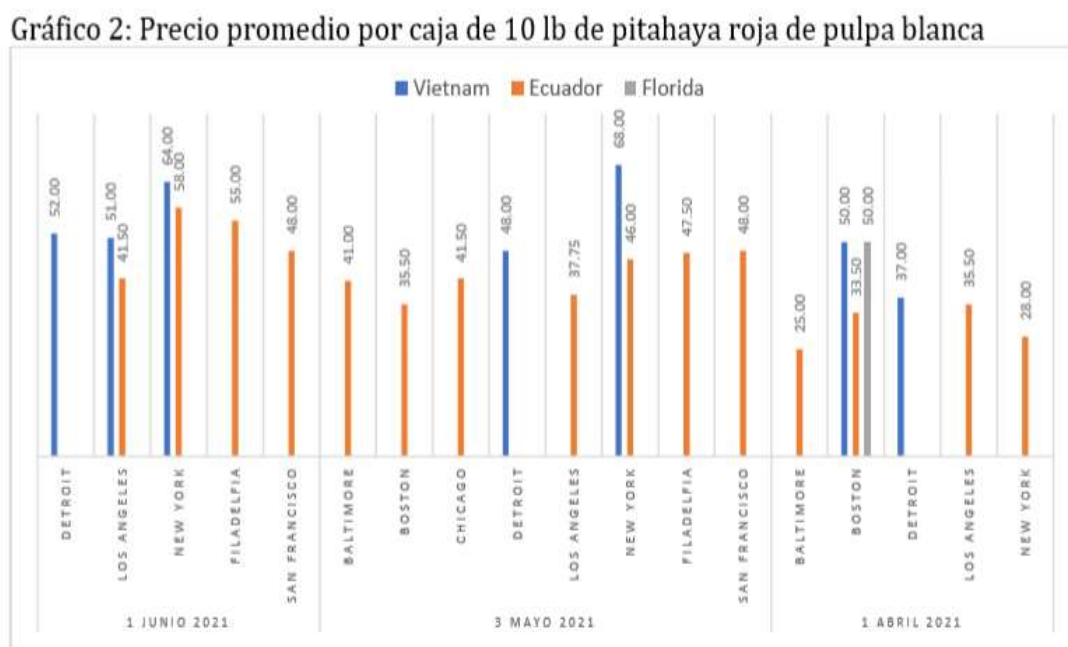
“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

8.2 CÁLCULO DE PROYECCIONES DE INGRESOS Y EGRESOS DEL PROYECTO

A continuación se muestran los ingresos del proyecto

Establecimiento del precio por caja de 2,5 kilos:

Figura 20. Precio de Pitahaya en Estados Unidos



Fuente: https://www.uasb.edu.ec/observatorio-pyme/wp-content/uploads/sites/6/2021/11/PROEC_BIN2021_06_NUEVAYORK-2.pdf

A continuación se presentan los ingresos del proyecto para los próximos 5 años

Tabla 59 Ingresos del Proyecto en 5 años:

ESTADO DE INGRESOS PROYECTADOS					
Cuentas					
	ANO1	ANO2	ANO3	ANO4	ANO5
INGRESO ANUAL	316.668,07	332.501,48	349.126,55	366.582,88	384.912,02

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Elaboración: Los Autores

Para el cálculo de los ingresos anuales del primer año se multiplico la cantidad de unidades a vender que serían de 5.000 unidades por el precio unitario por caja que es de 15,83 y esto se multiplico por 4 cargas de exportacion que se realizaran en el ano. Para los siguientes años se estimó un incremento en ventas del 5%.

Costos:

Para establecer la proyección de Ingresos se estimó un Precio Unitario de 15,83 que se presentan en la tabla #40 de precio unitario por caja de 2,5 kilos, para lo cual se estableció el costo unitario de una caja de pitahaya de 2,5 kilos que es de 8,80 dólares.

Incoterms:

Los términos de comercio internacional (Incoterms) son herramientas comúnmente utilizadas por empresas, agencias y gobiernos para gestionar las transacciones internacionales de compra y venta de los bienes que representan.

A continuación se muestra la tabla con los cálculos del costo unitario más una rentabilidad del 50% para establecer el precio unitario total, utilizando el modelo de Incoterms:

Tabla 60 Costo de la mercancía con Incoterms

COSTO UNITARIO POR CAJA DE 2,5 KILOS		POR CAJA
EMBALAJE	0,1	0,90
ETIQUETADO	0,05	0,45
EMBALAJE + ETIQUETADO		1,35
COSTO DE LA CAJA DE FRUTA		5,00
CARTON BASE DE FRUTA		0,75
TOTAL COSTO		7,10
INCOTERMS		0,37

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Elaboración: Los Autores

Costos generales para exportacion de 5000 unidades.

Tabla 61 Matriz Incoterms

MATRIZ TERMINOS DE NEGOCIACION INCOTERMS VERSION 2024				
DESCRIPCIÓN	unidad de medida	Cantidad	PRECIO	Precio Total
Precio de la mercancía(EX FABRICA)	unidad	5.000	7,10	35.500,00
Primer embalaje	unidad	48	1,00	48,08
Certificado de calidad peso o medida	unidad	1	400,00	400,00
Verificación en origen	unidad	1	150,00	150,00
EXW				36.098,08
Segundo embalaje (pallets)	unidad	48	5,00	240,00
Gasto de carga de la fábrica al camión	unidad	1	300,00	300,00
Transporte interno en el país del exportador	kilos	1	500,00	500,00
Gastos de acarreo del camión al muelle	unidad	1	200,00	200,00
Emisión del B/L (marítimo)	unidad	1	-	-
FCA/FAS				37.338,08
Costo de la Caja de Pitahaya en nuestro puerto de Guayaquil				7,46

Elaboración: Los Autores

Los valores por Incoterms se calcularon multiplicando el valor de exportar 5.000 unidades de cajas con una frecuencia de 4 veces al año.

Al costo de la materia prima se aumentan los costos de Mano de obra directa y los costos Indirectos de Fábrica, dando un valor de 8,80 como costo unitario. Tabla #39.

El precio de venta resultante del cálculo es de 15,83 dólares por cada caja y con este se hizo la proyección de ingresos estimando que se venden 5.000 cajas con una frecuencia de 4 veces, es decir $5.000 \times 4 \times 15,83 = \316.600 dólares Tabla #43, para el primer año y se estableció un crecimiento del 5% en ventas.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

8.3 GASTOS ADMINISTRATIVOS, DE VENTAS Y FINANCIEROS:

Gastos de Administración:

En gastos de administración se consideran los sueldos de administración, más los gastos de alquiler, servicios básicos y depreciaciones.

A continuación se muestra el cuadro con la proyección de gastos administrativos para 5 años:

Tabla 62 Gastos de Administración

GASTOS ADMINISTRATIVOS	51.086,52	53.478,92	55.990,94	55.878,56	58.648,07
SUELDOS	44.135,52	46.342,30	48.659,41	51.092,38	53.647,00
SERVICIOS BASICOS	3.712,50	3.898,13	4.093,03	4.297,68	4.512,57
DEPRECIACIONES	3.238,50	3.238,50	3.238,50	488,50	488,50

Elaboración: Los Autores

Gastos de Ventas:

En gastos de ventas se consideran los sueldos de ventas, servicios básicos y depreciaciones.

A continuación se muestra el cuadro con la proyección de gastos de ventas para 5 años:

Tabla 63 Gastos de ventas

GASTOS DE VENTAS	8.475,50	8.899,27	9.344,23	9.811,45	10.302,02
SUELDOS	7.800,50	8.190,52	8.600,05	9.030,05	9.481,55
SERVICIOS BASICOS	675,00	708,75	744,19	781,40	820,47
DEPRECIACIONES	6.200,00	6.200,00	6.200,00	6.200,00	6.200,00

Elaboración: Los autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Gastos Financieros:

En gastos financieros se consideran los pagos por concepto de intereses por el financiamiento del proyecto y según tabla de amortización

A continuación se muestra el cuadro con la proyección de gastos de ventas para 5 años:

Tabla 64 Gastos financieros del proyecto

GASTOS FINANCIEROS	8.974,41	7.643,37	6.112,67	4.352,36	2.328,01
GASTO INTERES	8.974,41	7.643,37	6.112,67	4.352,36	2.328,01

Elaboración: Los Autores

Resumen de Gastos de Operación y Financieros:

A continuación se refleja el cuadro resumen de los gastos de operación, donde se incluyen los gastos administrativos, de ventas y financieros del proyecto.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tabla 65 Gastos Administrativos, de Ventas y Financieros Proyectados:

GASTOS DE OPERACIÓN	68.536,43	70.021,56	71.447,84	70.042,37	71.278,09
GASTOS ADMINISTRATIVOS	51.086,52	53.478,92	55.990,94	55.878,56	58.648,07
SUELDOS	44.135,52	46.342,30	48.659,41	51.092,38	53.647,00
SERVICIOS BASICOS	3.712,50	3.898,13	4.093,03	4.297,68	4.512,57
DEPRECIACIONES	3.238,50	3.238,50	3.238,50	488,50	488,50
GASTOS DE VENTAS	8.475,50	8.899,27	9.344,23	9.811,45	10.302,02
SUELDOS	7.800,50	8.190,52	8.600,05	9.030,05	9.481,55
SERVICIOS BASICOS	675,00	708,75	744,19	781,40	820,47
DEPRECIACIONES	6.200,00	6.200,00	6.200,00	6.200,00	6.200,00
GASTOS FINANCIEROS	8.974,41	7.643,37	6.112,67	4.352,36	2.328,01
GASTO INTERES	8.974,41	7.643,37	6.112,67	4.352,36	2.328,01

Elaboración: Los Autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

8.4 COSTOS Y GASTOS PROYECTADOS:

A continuacion se muestra el cuadro de Costos y Gastos del proyecto:

Tabla 66 Costos y Gastos

	AÑOS				
CUENTAS	1	2	3	4	5
COSTOS					
VARIABLES	\$ 165.912,31	\$ 174.207,92	\$ 182.918,32	\$ 192.064,24	\$ 201.667,45
Materia Prima	\$ 149.352,31	\$ 156.819,92	\$ 164.660,92	\$ 172.893,97	\$ 181.538,66
Mano de obra directa	\$ 16.560,00	\$ 17.388,00	\$ 18.257,40	\$ 19.170,27	\$ 20.128,78
CIF	\$ 23.301,60	\$ 24.432,23	\$ 25.619,38	\$ 26.865,90	\$ 28.174,74
Materiales Indirectos	\$ -				
Mano de obra indirecta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Costos Indirectos	\$ 22.612,50	\$ 23.743,13	\$ 24.930,28	\$ 26.176,80	\$ 27.485,64
Depreciación de planta	\$ 689,10	689,10	689,10	689,10	689,10
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	189.213,91	197.509,52	206.219,92	215.365,84	224.969,05
GASTOS DE OPERACIÓN	68.536,43	70.021,56	71.447,84	70.042,37	71.278,09
GASTOS ADMINISTRATIVOS	51.086,52	53.478,92	55.990,94	55.878,56	58.648,07
SUELDOS	44.135,52	46.342,30	48.659,41	51.092,38	53.647,00
SERVICIOS BASICOS	3.712,50	3.898,13	4.093,03	4.297,68	4.512,57
DEPRECIACIONES	3.238,50	3.238,50	3.238,50	488,50	488,50
GASTOS DE VENTAS	8.475,50	8.899,27	9.344,23	9.811,45	10.302,02
SUELDOS	7.800,50	8.190,52	8.600,05	9.030,05	9.481,55
SERVICIOS BASICOS	675,00	708,75	744,19	781,40	820,47
DEPRECIACIONES	6.200,00	6.200,00	6.200,00	6.200,00	6.200,00
GASTOS FINANCIEROS	8.974,41	7.643,37	6.112,67	4.352,36	2.328,01
GASTO INTERES	8.974,41	7.643,37	6.112,67	4.352,36	2.328,01
TOTAL COSTOS DE LA EMPRESA	257.750,34	267.531,08	277.667,76	285.408,20	296.247,14

Elaboración: Los Autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

8.5 PROYECCIÓN DEL ESTADO DE RESULTADOS:

A continuación se describe los Ingresos y gastos proyectados para 5 años:

Tabla 67 Proyección de Pérdidas y ganancias

ESTADO DE RESULTADOS (pérdidas y ganancias)					
CUENTAS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos	316.668,07	332.501,48	349.126,55	366.582,88	384.912,02
Costos de Producción	189.213,91	197.509,52	206.219,92	215.365,84	224.969,05
Margen de Contribución	127.454,17	134.991,95	142.906,63	151.217,04	159.942,98
(-)GASTOS OPERACIONALES	59.562,02	62.378,19	65.335,18	65.690,01	68.950,09
Gastos administrativos	51.086,52	53.478,92	55.990,94	55.878,56	58.648,07
SUELDOS	44.135,52	46.342,30	48.659,41	51.092,38	53.647,00
SERVICIOS BASICOS	3.712,50	3.898,13	4.093,03	4.297,68	4.512,57
DEPRECIACIONES	3.238,50	3.238,50	3.238,50	488,50	488,50
Gastos de ventas	8.475,50	8.899,27	9.344,23	9.811,45	10.302,02
SUELDOS	7.800,50	8.190,52	8.600,05	9.030,05	9.481,55
SERVICIOS BASICOS	675,00	708,75	744,19	781,40	820,47
DEPRECIACIONES	6.200,00	6.200,00	6.200,00	6.200,00	6.200,00
Utilidad Operacional	67.892,15	72.613,76	77.571,46	85.527,03	90.992,89
Gastos Financieros	8.974,41	7.643,37	6.112,67	4.352,36	2.328,01
Utilidad antes de beneficios	58.917,74	64.970,39	71.458,79	81.174,67	88.664,88
15% PT	8.837,66	9.745,56	10.718,82	12.176,20	13.299,73
Utilidad Antes de Impuestos	50.080,08	55.224,84	60.739,97	68.998,47	75.365,15
25% IRS	12.520,02	13.806,21	15.184,99	17.249,62	18.841,29
Utilidad Neta	37.560,06	41.418,63	45.554,98	51.748,85	56.523,86
impuestos y participación empleados	21.357,68	23.551,77	25.903,81	29.425,82	32.141,02

Elaboración: Los Autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

8.6 CÁLCULO DE LA TASA DE DESCUENTO O COSTO DE CAPITAL: CAPM Y WACC

A continuación se muestra la fórmula y cálculo del Capital Propio CAPM:

Tabla 68 *Calculo del CAPM*

Rf (promedio últimos 5 años)	2,69%	Rf: Prima de Riesgo (10 years Treasury)			
Rm (promedio últimos 5 años)	10,35%	Rm: (Down Jones			
Prima por riesgo (MRP)	7,66%	RF-RM			
Riesgo país (promedio últimos 3 años)	10,74%	Riesgo Pais			
Ke = Rf + β (Rm - Rf) + RP					
Sector	Rf	MRP	Beta	Riesgo país	Ke
Food Processing	2,69%	7,66%	0,80	10,74%	19,6%

Elaboración: Los Autores

El valor del Costo del Capital Propio es del 19,60%, este porcentaje aplicaremos para calcular el WACC.

A continuación se muestra la fórmula y el cálculo del WACC

Fórmula del WACC:

$$WACC = E/V \times Re + D/V \times Rd \times (1 - T)$$

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tabla 69 Cálculo del WACC:

TASA WACC CON IMPUESTOS				
E/V= VALOR DEL CAPITAL PROPIO	40%	0,25		
V=CAPITAL TOTAL	100%			
Ke=COSTO DEL CAPITAL PROPIO	19,59%			
D/V=VALOR DE LA DEUDA	60%			
Rd=COSTO DEL CAPITAL AJENO	15,00%			
Ti= TASA DE IMPUESTOS	25%			
WACC:	(40%)*19,59%+(60%)*15%*(1-25%)			
WACC:	0,0784	0,15%	15%	0,675
	0,0784	0,15%	0,675	
	0,0784	0,675		
WACC:	0,1459			
WACC:	14,59%			

Elaboración: Los Autores

El WACC es del 14,59% que se aplicara para obtener el VAN y la TIR del Proyecto.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

8.7 TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

A continuación se muestra la tabla de amortización del crédito a solicitar:

Tabla 70 Tabla de Amortización

Valor del préstamo	59.829,42	Resumen:		
TNA (30/360)	15,00%		Valor préstamo	\$ 59.829,42
Años	5		Suma de Cuotas	\$ 89.240,24
Frecuencia de Pago	ANUAL		Suma de Interés	\$ 29.410,81
Interés equivalente	15,000%			
Nº de pagos por año	1			
Nº Total de Cuotas	5			
CUOTA A PAGAR	\$ 17.848,05			
Número de Cuota	CUOTA A PAGAR	INTERÉS	CAPITAL AMORTIZADO	CAPITAL VIVO
0				\$ 59.829,42
1	\$ 17.848,05	\$ 8.974,41	\$ 8.873,63	\$ 50.955,79
2	\$ 17.848,05	\$ 7.643,37	\$ 10.204,68	\$ 40.751,11
3	\$ 17.848,05	\$ 6.112,67	\$ 11.735,38	\$ 29.015,73
4	\$ 17.848,05	\$ 4.352,36	\$ 13.495,69	\$ 15.520,04
5	\$ 17.848,05	\$ 2.328,01	\$ 15.520,04	\$ 0,00

Elaboración: Los Autores

De la inversión Total de \$99.115 dolares el 60% será financiado por la Corporación Financiera Nacional por un valor de \$59.829,42, quedando como cuotas anuales de 17,848,05 dolares, es decir un valor mensual de \$1.487,33 dolares.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

8.8 FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO

Para este modelo asumiremos que no necesitamos financiamiento para el proyecto, a continuación se detallan la tabla:

Tabla 71 Flujo de Caja sin Financiamiento

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIAMIENTO						
INGRESOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		\$ 316.668,07	\$ 332.501,48	\$ 349.126,55	\$ 366.582,88	\$ 384.912,02
Otras ventas						
TOTAL INGRESOS		\$ 316.668,07	\$ 332.501,48	\$ 349.126,55	\$ 366.582,88	\$ 384.912,02
EGRESOS						
Costos de Producción		\$ 188.524,81	\$ 196.820,42	\$ 205.530,82	\$ 214.676,74	\$ 224.279,95
Costo Administrativo		\$ 47.848,02	\$ 50.240,42	\$ 52.752,44	\$ 55.390,06	\$ 58.159,57
Costo de Distribución		\$ 2.275,50	\$ 2.699,27	\$ 3.144,23	\$ 3.611,45	\$ 4.102,02
Suministros de Oficina		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Suministros de Limpieza		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
15% Empleados		\$ 8.837,66	\$ 9.745,56	\$ 10.718,82	\$ 12.176,20	\$ 13.299,73
25% Renta		\$ 12.520,02	\$ 13.806,21	\$ 15.184,99	\$ 17.249,62	\$ 18.841,29
TOTAL EGRESOS		\$ 260.006,00	\$ 273.311,88	\$ 287.331,31	\$ 303.104,06	\$ 318.682,55
Entradas-Salidas		\$ 56.662,07	\$ 59.189,59	\$ 61.795,24	\$ 63.478,81	\$ 66.229,47
TOTAL FLUJO	\$ -	\$ 56.662,07	\$ 59.189,59	\$ 61.795,24	\$ 63.478,81	\$ 66.229,47
saldo inicial	99.115,70	\$ 46.439,70	\$ 103.101,78	\$ 162.291,37	\$ 224.086,61	\$ 287.565,43
		\$	\$	\$	\$	\$
saldo final		103.101,78	162.291,37	224.086,61	287.565,43	353.794,90
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	\$ -	\$ 56.662,07	\$ 59.189,59	\$ 61.795,24	\$ 63.478,81	\$ 66.229,47
	99.115,70					
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	\$ -	\$ 56.662,07	\$ 59.189,59	\$ 61.795,24	\$ 63.478,81	\$ 66.229,47
	99.115,70	56.662,07	59.189,59	61.795,24	63.478,81	66.229,47
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	\$ -	\$	\$	\$	\$	\$
	99.115,70	56.662,07	59.189,59	61.795,24	63.478,81	66.229,47
Préstamo	-					
Gasto interés		\$	\$	\$	\$	\$
		-	-	-	-	-
Amortización del capital						\$
						-
IV FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	\$ -	\$ 56.662,07	\$ 59.189,59	\$ 61.795,24	\$ 63.478,81	\$ 66.229,47
	99.115,70	56.662,07	59.189,59	61.795,24	63.478,81	66.229,47
FLUJO DE CAJA SIN FINANCIAMIENTO						
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
0	1	2	3	4	5	
-99115,70492	56662,0706	59189,59473	61795,24468	63478,81418	66229,46978	
-99115,70492	-42453,63433	16735,9604	78531,20508	142010,0193	208239,489	
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA						
0	1	2	3	4	5	
-39646,28197	56662,0706	59189,59473	61795,24468	63478,81418	66229,46978	
-39646,28197	17015,78863	76205,38335	138000,628	201479,4422	267708,912	
Tasa de Interés sin Financiamiento	14,59%					

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

VP Valor Presente	\$ 106.833,58	
TIR Tasa Interna de Retorno	52,96%	
Payback	SI	
APROBACION DEL PROYECTO	SI	

Elaboración: Los Autores

8.9 FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO

A continuacion se muestra el Flujo de Efectivo del Proyecto

Tabla 72 Cuadro de Flujo de Efectivo Proyectado

FLUJO DE CAJA						
INGRESOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		\$ 316.668,07	\$332.501,48	\$349.126,55	\$ 366.582,88	\$ 384.912,02
Otras ventas						
TOTAL INGRESOS		\$ 316.668,07	\$332.501,48	\$349.126,55	\$ 366.582,88	\$ 384.912,02
EGRESOS						
Costos de Producción		\$ 188.524,81	\$196.820,42	\$205.530,82	\$ 214.676,74	\$ 224.279,95
Costo Administrativo		\$ 47.848,02	\$ 50.240,42	\$ 52.752,44	\$ 55.390,06	\$ 58.159,57
Costo de Distribución		\$ 2.275,50	\$ 2.699,27	\$ 3.144,23	\$ 3.611,45	\$ 4.102,02
Suministros de Oficina		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Suministros de Limpieza		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costo financiero Capital +interés		\$ 17.848,05	\$ 17.848,05	\$ 17.848,05	\$ 17.848,05	\$ 17.848,05
15%Empleados		\$ 8.837,66	\$ 9.745,56	\$ 10.718,82	\$ 12.176,20	\$ 13.299,73
25% Renta		\$ 12.520,02	\$ 13.806,21	\$ 15.184,99	\$ 17.249,62	\$ 18.841,29
TOTAL EGRESOS		\$ 277.854,05	\$291.159,93	\$305.179,35	\$ 320.952,11	\$ 336.530,60
Entradas-Salidas		\$ 38.814,02	\$ 41.341,55	\$ 43.947,20	\$ 45.630,77	\$ 48.381,42
TOTAL FLUJO	\$ - 99.115,70	\$ 38.814,02	\$ 41.341,55	\$ 43.947,20	\$ 45.630,77	\$ 48.381,42
saldo inicial		\$ 46.439,70	\$ 85.253,73	\$126.595,28	\$ 170.542,47	\$ 216.173,24
saldo final		\$ 85.253,73	\$ 126.595,28	\$ 170.542,47	\$ 216.173,24	\$ 264.554,66
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	\$ - 99.115,70	\$ 38.814,02	\$ 41.341,55	\$ 43.947,20	\$ 45.630,77	\$ 48.381,42
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	99.115,70	38.814,02	41.341,55	43.947,20	45.630,77	48.381,42
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	\$ - 99.115,70	\$ 38.814,02	\$ 41.341,55	\$ 43.947,20	\$ 45.630,77	\$ 48.381,42
Préstamo	\$ 59.469,42					
Gasto interés		\$ -8.974,41	\$ 7.643,37	\$ 6.112,67	\$ 4.352,36	\$ -
Amortización del capital		\$ -8.873,63	\$ 10.204,68	\$ 11.735,38	\$ 13.495,69	\$ -
IV FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	\$ - 39.646,28	\$ 20.965,98	\$ 23.493,50	\$ 26.099,15	\$ 27.782,72	\$ 48.381,42
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
0	1	2	3	4	5	

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

\$ -99.115,70	\$ 38.814,02	\$ 41.341,55	\$ 43.947,20	\$ 45.630,77	\$ 48.381,42
\$ -99.115,70	\$ - 60.301,68	\$ - 18.960,13	\$ 24.987,06	\$ 70.617,83	\$ 118.999,25
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA					
0	1	2	3	4	5
\$ -39.646,28	\$ 20.965,98	\$ 23.493,50	\$ 26.099,15	\$ 27.782,72	\$ 48.381,42
\$ -39.646,28	\$ - 18.680,31	\$ 4.813,19	\$ 30.912,34	\$ 58.695,06	\$ 107.076,49
Tasa de Descuento	14,59%	VAN Y TIR POSITIVAS, ESTE PROYECTO SI SE ACEPTARIA.			
VP Valor Presente	\$46.413,50				
TIR Tasa Interna de Retorno	32,12%				
Payback	SI				
APROBACION DEL PROYECTO	SI				

Elaboración: Los Autores

Como se puede observar los flujos de caja durante los 5 años dan resultados positivos.

8.10 MÉTODOS DE EVALUACIÓN: VAN Y TIR

“El concepto de valor actual neto es uno de medición, así como crear riqueza para las inversiones realizadas en el proyecto” (Valencia, 2011, págs. 15-18).

Tabla 73 Análisis del Van y Tir del Proyecto para 5 años:

FLUJO DE CAJA						
INGRESOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		\$ 316.668,07	\$332.501,48	\$349.126,55	\$ 366.582,88	\$ 384.912,02
Otras ventas						
TOTAL INGRESOS		\$ 316.668,07	\$332.501,48	\$349.126,55	\$ 366.582,88	\$ 384.912,02
EGRESOS						
Costos de Producción		\$ 188.524,81	\$196.820,42	\$205.530,82	\$ 214.676,74	\$ 224.279,95
Costo Administrativo		\$ 47.848,02	\$ 50.240,42	\$ 52.752,44	\$ 55.390,06	\$ 58.159,57
Costo de Distribución		\$ 2.275,50	\$ 2.699,27	\$ 3.144,23	\$ 3.611,45	\$ 4.102,02
Suministros de Oficina		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Suministros de Limpieza		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costo financiero Capital +interés		\$ 17.848,05	\$ 17.848,05	\$ 17.848,05	\$ 17.848,05	\$ 17.848,05
15%Empleados		\$ 8.837,66	\$ 9.745,56	\$ 10.718,82	\$ 12.176,20	\$ 13.299,73
25% Renta		\$ 12.520,02	\$ 13.806,21	\$ 15.184,99	\$ 17.249,62	\$ 18.841,29
TOTAL EGRESOS		\$ 277.854,05	\$291.159,93	\$305.179,35	\$ 320.952,11	\$ 336.530,60
Entradas-Salidas		\$ 38.814,02	\$ 41.341,55	\$ 43.947,20	\$ 45.630,77	\$ 48.381,42
TOTAL FLUJO	\$ - 99.115,70	\$ 38.814,02	\$ 41.341,55	\$ 43.947,20	\$ 45.630,77	\$ 48.381,42
saldo inicial		\$ 46.439,70	\$ 85.253,73	\$126.595,28	\$ 170.542,47	\$ 216.173,24
saldo final		\$ 85.253,73	\$ 126.595,28	\$ 170.542,47	\$ 216.173,24	\$ 264.554,66
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	\$ - 99.115,70	\$ 38.814,02	\$ 41.341,55	\$ 43.947,20	\$ 45.630,77	\$ 48.381,42

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	\$ - 99.115,70	\$ 38.814,02	\$ 41.341,55	\$ 43.947,20	\$ 45.630,77	\$ 48.381,42
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	\$ - 99.115,70	\$ 38.814,02	\$ 41.341,55	\$ 43.947,20	\$ 45.630,77	\$ 48.381,42
Préstamo	\$ 59.469,42					
Gasto interés		\$ 8.974,41	\$ 7.643,37	\$ 6.112,67	\$ 4.352,36	\$ -
Amortización del capital		\$ 8.873,63	\$ 10.204,68	\$ 11.735,38	\$ 13.495,69	\$ -
IV FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	\$ - 39.646,28	\$ 20.965,98	\$ 23.493,50	\$ 26.099,15	\$ 27.782,72	\$ 48.381,42

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO					
0	1	2	3	4	5
\$ -99.115,70	\$ 38.814,02	\$ 41.341,55	\$ 43.947,20	\$ 45.630,77	\$ 48.381,42
\$ -99.115,70	\$ - 60.301,68	\$ - 18.960,13	\$ 24.987,06	\$ 70.617,83	\$ 118.999,25
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA					
0	1	2	3	4	5
\$ -39.646,28	\$ 20.965,98	\$ 23.493,50	\$ 26.099,15	\$ 27.782,72	\$ 48.381,42
\$ -39.646,28	\$ - 18.680,31	\$ 4.813,19	\$ 30.912,34	\$ 58.695,06	\$ 107.076,49
Tasa de Descuento	14,59%	VAN Y TIR POSITIVAS, ESTE PROYECTO SI SE ACEPTARIA.			
VP Valor Presente	\$46.413,50				
TIR Tasa Interna de Retorno	32,12%				
Payback	SI				
APROBACION DEL PROYECTO	SI				

Elaboración: Los Autores

Podemos observar que tanto el VAN y la TIR son positivas lo que permite dar accesibilidad al Proyecto.

El valor del VAN en 5 años de análisis es de 46.413,50 dolares y el valor de la TIR es de 32,12%.

Con estos resultados obtenidos se puede aprobar el Proyecto.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

8.11 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

A continuación, se muestra el análisis de sensibilidad y sus diferentes escenarios, como son optimista, pesimista y real, incluyendo algunos factores como son mermas, precios, logística.

Tabla 74 *Análisis de sensibilidad*

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD				
Enero	2000	Escenario optimista	7500	Nivel máximo de venta
Febrero	2500	Escenario pesimista	2000	Nivel bajo de venta
Marzo	3000	Escenario real	2375	Nivel promedio de venta
Abril	3500			
Mayo	4000			
Junio	4500			
Julio	5000			
Agosto	5500			
Septiembre	6000			
Octubre	6500			
Noviembre	7000			
Diciembre	7500			

Elaboración: Los autores

El cuadro refleja el nivel de ventas estimado, donde se observa que el nivel real podría ser de 2375 cajas de pitahaya.

Tabla 75 *Otros supuestos:*

Parámetro	Base	Sensibilidad
Precio FOB (USD/kg)	7,15	±10%
Merma total	5%	5% – 10%
Costo logístico internacional	USD 3,000/cont.	-10% / +15%

Elaboración: Los autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tabla 76 Flujo base

Año	Flujo de Caja Proyecto (USD)
0	\$ (99.115,70)
1	\$ 38.814,02
2	\$ 41.341,55
3	\$ 43.947,20
4	\$ 45.630,77
5	\$ 48.381,42

Elaboración: Los autores

Tabla 77 Escenarios:

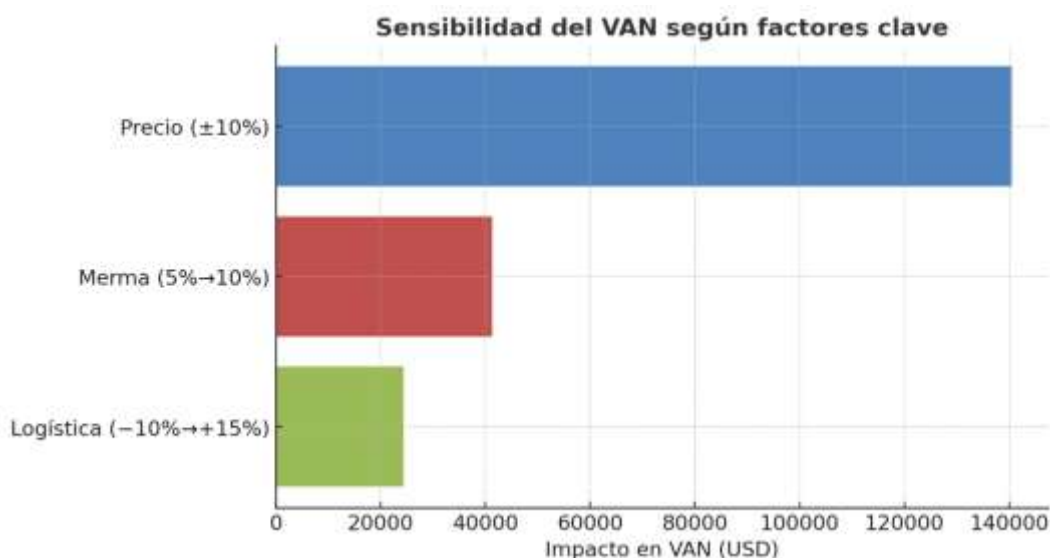
Escenario	Precio	Merma	Costo logístico	VAN (USD)	TIR (%)	Observación
Base	100%	5%	3,000	66650	32,1	Proyecto viable
Pesimista	-10%	10%	+15%	-12500	9,5	Riesgo alto, no viable
Optimista	+10%	5%	-10%	128000	44	Alta rentabilidad
Merma alta	0%	10%	3,000	25400	18,7	Merma reduce VAN fuerte
Logística cara	0%	5%	+15%	42300	25,5	Afecta MC y PE

Elaboración: Los autores

Si creamos un modelo con una merma del 10% tendríamos un riesgo alto y el proyecto no sería viable. Por lo que es imperante mantener una merma del 5%, además mantener el costo logístico por cada envío de hasta 3.000 dolares.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Figura 21. Sensibilidad del Van según factores clave:



Elaboración: Los Autores

Tasa media de crecimiento en ventas: Se estima un crecimiento en ventas anuales del 5%.

A continuación se muestra la tasa media de crecimiento en ventas:

Tabla 78 Tasa media de crecimiento:

TASA MEDIA DE CRECIMIENTO		
Enero	5000	
Febrero	5500	0,10
Marzo	6000	0,09
Abril	6500	0,08
Mayo	7000	0,08
Junio	7500	0,07
Julio	8000	0,07
Agosto	8500	0,06
Septiembre	9000	0,06
Octubre	10000	0,11
Noviembre	15000	0,50
Diciembre	5000	-0,67
Σ		0,56
Tasa media de crecimiento = $\frac{0,56}{12} + 1$		
Tasa media de crecimiento = 0,050457 + 1		
Tasa media de crecimiento = 1,050		
Variación = $\frac{5500 - 5000}{5000}$		
Variación = $\frac{500}{5000}$		
Variación = 0,10		
Variación = 10%		
Tasa media de crecimiento = $\frac{0,56}{11} + 1$		
Tasa media de crecimiento = 0,050457156 + 1		
Tasa media de crecimiento = 1,050		

Elaboración: Los Autores

Estimación del precio de venta:

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tabla 79 Estimación del precio de venta unitario:

PRECIO DE VENTA			
COMPETENCIA		PVP	
A		16,00	
B		15,00	
C		15,50	
D		17,50	
Promedio		16,00	
RUBROS		COSTO	
Costo compra		8,80	
MgU		7,04	80% de rentabilidad
PVP		15,83	

Elaboración: Los Autores

El precio de venta estimado es de 15,83 dólares por cada caja de 2,5 kilos aprox.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

8.12 RESULTADOS Y DECISIÓN FINANCIERA

A continuación, se describe los Ingresos y gastos proyectados para 5 años:

Tabla 80 Proyección de Balance General

BALANCE GENERAL PROYECTADOS	INICIAL	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Activos	\$ 99.115,70	\$ 127.802,13	\$ 159.016,08	\$ 192.835,67	\$ 232.554,34	\$ 273.558,16
Activo Corriente	\$ 47.419,70	\$ 86.233,73	\$ 127.575,28	\$ 171.522,47	\$ 217.153,24	\$ 265.534,66
Efectivo y Equivalentes a Efectivo	\$ 46.439,70	\$ 85.253,73	\$ 126.595,28	\$ 170.542,47	\$ 216.173,24	\$ 264.554,66
Caja	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Bancos	\$ 46.439,70	\$ 85.253,73	\$ 126.595,28	\$ 170.542,47	\$ 216.173,24	\$ 264.554,66
Banco Pichincha	\$ 46.439,70	\$ 85.253,73	\$ 126.595,28	\$ 170.542,47	\$ 216.173,24	\$ 264.554,66
Inventario	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 980,00
Otros Inventarios	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 980,00
Activos No Corrientes	\$ 51.696,00	\$ 41.568,40	\$ 31.440,80	\$ 21.313,20	\$ 15.401,10	\$ 8.023,50
Propiedad, Planta y Equipos	\$ 51.026,00	\$ 40.898,40	\$ 30.770,80	\$ 20.643,20	\$ 14.731,10	\$ 7.353,50
Instalaciones	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00
Muebles y Enseres	\$ 2.185,00	\$ 2.185,00	\$ 2.185,00	\$ 2.185,00	\$ 2.185,00	\$ 2.185,00
Maquinarias y Equipos	\$ 4.191,00	\$ 4.191,00	\$ 4.191,00	\$ 4.191,00	\$ 4.191,00	\$ 4.191,00
Equipos de Computación	\$ 8.250,00	\$ 8.250,00	\$ 8.250,00	\$ 8.250,00	\$ -	\$ -
Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil	\$ 31.000,00	\$ 31.000,00	\$ 31.000,00	\$ 31.000,00	\$ 31.000,00	\$ 31.000,00
(-) Depreciación Acumulada Propiedades, Planta y Equipo	\$ -	\$ (10.127,60)	\$ (20.255,20)	\$ (30.382,80)	\$ (28.044,90)	\$ (35.422,50)
Intangibles	\$ 670,00	\$ 670,00	\$ 670,00	\$ 670,00	\$ 670,00	\$ 670,00
Marcas, Patentes, Derechos de Llave, Cuotas Patrimoniales	\$ 670,00	\$ 670,00	\$ 670,00	\$ 670,00	\$ 670,00	\$ 670,00
Pasivos	\$ 59.829,42	\$ 50.955,79	\$ 40.751,11	\$ 29.015,73	\$ 15.520,04	\$ (0,00)
Pasivo Corriente	\$ 59.829,42	\$ 50.955,79	\$ 40.751,11	\$ 29.015,73	\$ 15.520,04	\$ (0,00)
Obligaciones Con Instituciones Financieras	\$ 59.829,42	\$ 50.955,79	\$ 40.751,11	\$ 29.015,73	\$ 15.520,04	\$ (0,00)
Obligaciones con Instituciones Financieras Locales	\$ 59.829,42	\$ 50.955,79	\$ 40.751,11	\$ 29.015,73	\$ 15.520,04	\$ (0,00)
Pasivo No Corriente	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Patrimonio	\$ 39.646,28	\$ 39.646,28	\$ 39.646,28	\$ 39.646,28	\$ 39.646,28	\$ 39.646,28
Patrimonio Atribuible a Propietarios	\$ 39.646,28	\$ 39.646,28	\$ 39.646,28	\$ 39.646,28	\$ 39.646,28	\$ 39.646,28
Capital Social	\$ 39.646,28	\$ 39.646,28	\$ 39.646,28	\$ 39.646,28	\$ 39.646,28	\$ 39.646,28
Aporte en efectivo a la empresa	\$ 39.646,28	\$ 39.646,28	\$ 39.646,28	\$ 39.646,28	\$ 39.646,28	\$ 39.646,28
Resultados Acumulados	\$ -	\$ -	\$ 37.560,06	\$ 78.978,68	\$ 124.833,66	\$ 176.582,52
Resultados Acumulados	\$ -	\$ -	\$ 37.560,06	\$ 78.978,68	\$ 124.533,66	\$ 176.282,52
Resultados provenientes de la adopción por 1era vez del las NIIF	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 300,00	\$ 300,00
Resultado del Ejercicio	\$ -	\$ 37.560,06	\$ 41.418,63	\$ 45.554,98	\$ 51.748,85	\$ 56.523,86
Resultado del Ejercicio	\$ -	\$ 37.560,06	\$ 41.418,63	\$ 45.554,98	\$ 51.748,85	\$ 56.523,86
Participación No Controladas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Participación No Controladas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO +PATRIMONIO	\$ 99.115,70	\$ 127.802,13	\$ 159.016,08	\$ 192.835,67	\$ 232.554,34	\$ 273.558,16
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Elaboración: Los autores

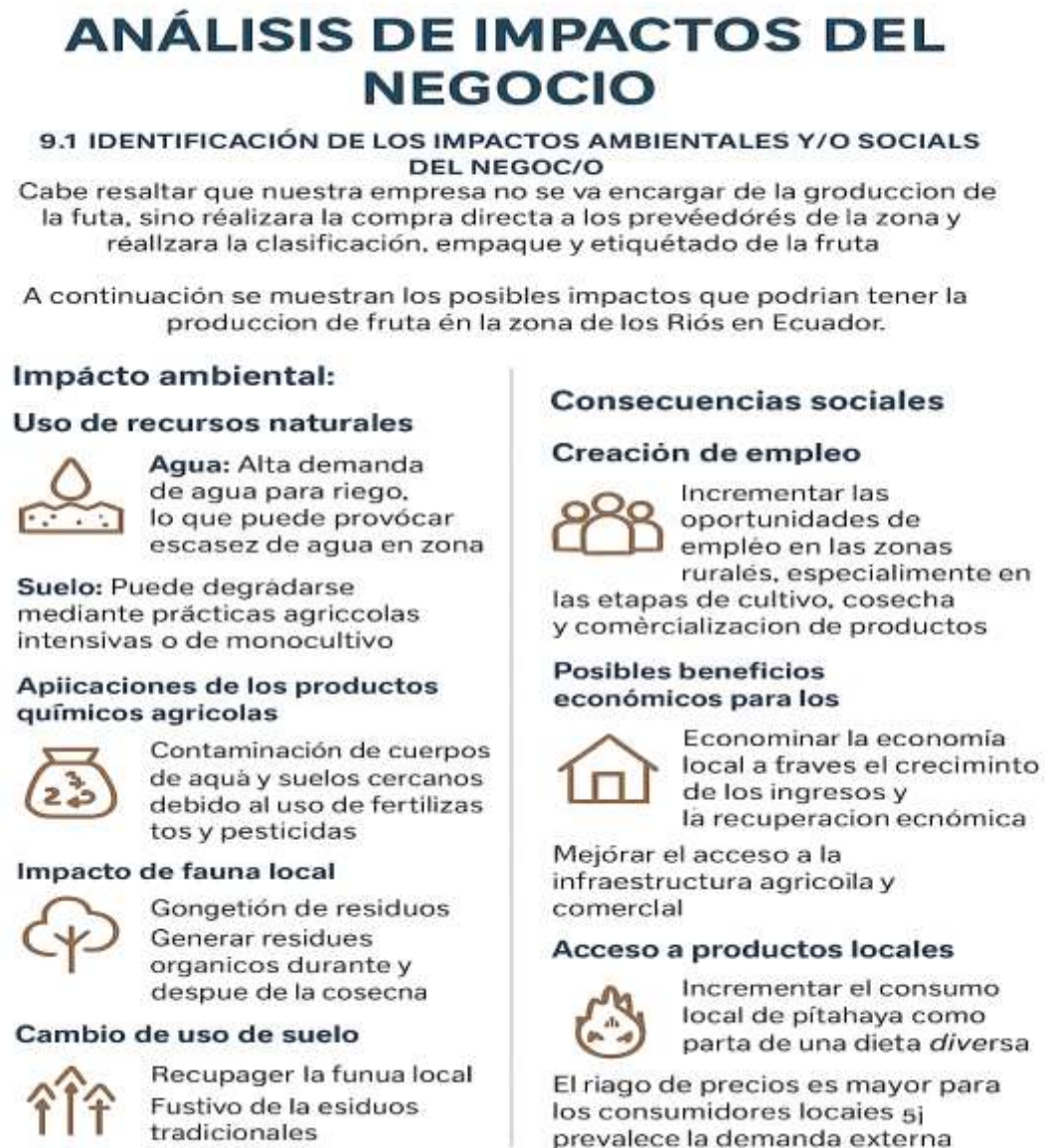
“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Los Estados Financieros proyectados demuestran una liquidez y una solvencia financiera, además que se reflejan utilidades anuales, además los indicadores Van y Tir generan resultados positivos por lo que el **PROYECTO ES VIABLE**.

9 ANÁLISIS DE IMPACTOS DEL NEGOCIO

9.1 IDENTIFICACIÓN DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES Y/O SOCIALES DEL NEGOCIO

Figura 22. Impactos Ambientales



Elaboración: Los Autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Cabe resaltar que nuestra empresa no se va a encargar de la producción de la futa, sino realizara la compra directa a los proveedores de la zona y realizara la clasificación, empaque y etiquetado de la fruta para exportacion hacia los Estados Unidos.

A continuacion se muestran los posibles impactos que podrían tener la producción de la fruta en la zona de los Ríos en Ecuador.

Impacto ambiental:

Uso de recursos naturales:

Agua: Alta demanda de agua para riego, lo que puede provocar escasez de agua en la zona.

Suelo: Puede degradarse mediante prácticas agrícolas intensivas o de monocultivo.

Aplicaciones de los productos químicos agrícolas:

Contaminación de cuerpos de agua y suelos cercanos debido al uso de fertilizantes y pesticidas. Impacto en la fauna local, incluidos polinizadores clave como las abejas.

Gestión de residuos:

Generar residuos orgánicos durante y después de la cosecha. Utilice plástico y otros materiales no biodegradables para el embalaje y la distribución.

Finalidad del cambio de uso de suelo:

Es posible deforestar o sustituir los cultivos tradicionales por el cultivo de pitahaya.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Consecuencias sociales:

Creación de empleo:

Incrementar las oportunidades de empleo en las zonas rurales, especialmente en las etapas de cultivo, cosecha y comercialización de productos. Posibles beneficios económicos para los pequeños y medianos agricultores locales.

Condiciones de trabajo:

Riesgos relacionados con el empleo informal o condiciones laborales inestables. Los trabajadores están expuestos a productos químicos agrícolas si no se toman las medidas de seguridad adecuadas.

Impacto en las comunidades rurales:

Hacer crecer la economía local a través del crecimiento de los ingresos y la recuperación económica. Mejorar el acceso a la infraestructura agrícola y comercial.

Cambio de prácticas agrícolas:

La sustitución de cultivos comerciales por cultivos alimentarios puede llevar a una dependencia económica del mercado de pitahaya.

Acceso a productos locales:

Incrementar el consumo local de pitahaya como parte de una dieta más diversa. El riesgo de precios es mayor para los consumidores locales si prevalece la demanda externa.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

9.2 MEDIDAS DE MITIGACIÓN DE IMPACTOS A IMPLEMENTAR

A continuación se detallan algunas medidas para minimizar los impactos:

Figura 23. Medidas para mitigar impactos



Elaboración: Los Autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Sostenibilidad ambiental

Utilizar el agua de forma eficaz:

Implementar sistemas de riego tecnificados como el riego por goteo para minimizar la pérdida de agua. Promover actividades de captación y almacenamiento de agua de lluvia.

Manejo responsable de agroquímicos:

Fomentar el uso de fertilizantes y pesticidas orgánicos o biodegradables. Capacitar a los productores sobre cómo utilizar adecuadamente los químicos agrícolas para evitar la contaminación.

Gestión de residuos:

Desarrollar un programa de compostaje para utilizar residuos orgánicos como fertilizante natural. Tomar medidas para reducir el uso de plástico en los envases y utilizar materiales biodegradables.

Protección del suelo:

Promover la rotación de cultivos y el uso de fertilizantes naturales para mantener la fertilidad del suelo. Restaurar las áreas afectadas para compensar posibles cambios en el uso del suelo.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Desarrollo social sostenible

Condiciones de trabajo estables:

Acuerdos con empleadores para garantizar salarios justos y condiciones de trabajo seguras. Cuando trabaje con productos químicos agrícolas, asegúrese de que esté disponible el equipo de protección personal adecuado.

Formación comunitaria:

Organizar talleres sobre prácticas agrícolas sostenibles, gestión empresarial y comercialización. Utilice una variedad de productos derivados de la pitahaya como jugos, mermeladas o suplementos dietéticos.

Participación de pequeños fabricantes:

Promover la formación de asociaciones entre pequeños agricultores para fortalecer su poder de negociación en el mercado. Facilitar el acceso al crédito y la financiación a los fabricantes locales.

Desarrollo comunitario:

Reinvierta parte de sus ganancias en infraestructura local, como caminos rurales o puntos de recogida de residuos. Crear programas educativos que promuevan el desarrollo comunitario integral.

Estrategia de mercado

Promover el comercio justo:

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Certifica los productos con el sello de Comercio Justo para atraer consumidores responsables.

Diversificación del mercado:

Potenciar el marketing en los mercados locales, regionales y nacionales evitando la dependencia de un único canal.

Valor añadido:

Desarrollar productos de pitahaya (polvo congelado, snacks saludables, cosmética natural) para incrementar los beneficios.

Educación del consumidor:

Promover el valor nutricional de la pitahaya para incrementar el consumo local. Crear campañas de concientización sobre sostenibilidad.

Seguimiento y evaluación

Indicadores de sostenibilidad:

Reducir el consumo de agroquímicos y agua por tonelada de producto. Número de puestos de trabajo creados y formación impartida. Aumentar los ingresos de los productores locales.

Auditoría periódica:

Realizar auditorías periódicas para garantizar el cumplimiento de las buenas prácticas agrícolas y laborales.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Transparencia:

Publicar informes anuales sobre el impacto de nuestras actividades en el medio ambiente y la sociedad.

9.3 RELACIÓN DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES Y/O SOCIALES DEL NEGOCIO CON LOS ODS

A continuación se describen la relación de los impactos con los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS) específicamente para nuestro negocio:

Tabla 81 *Objetivos de Desarrollo Sostenible*

Impactos Ambientales y/o Sociales del Negocio	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) Relacionados
Reducción del uso de pesticidas mediante prácticas agrícolas sostenibles	ODS 12: Producción y Consumo Responsables
	ODS 15: Vida de Ecosistemas Terrestres
Disminución de la huella de carbono en el transporte y exportación de pitahaya roja	ODS 13: Acción por el Clima
	ODS 9: Industria, Innovación e Infraestructura
Implementación de técnicas de riego eficiente para conservar agua	ODS 6: Agua Limpia y Saneamiento
	ODS 12: Producción y Consumo Responsables
Creación de empleos dignos para agricultores locales	ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico
Mejora de las condiciones laborales y respeto de los derechos humanos en la cadena de suministro	ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico
	ODS 5: Igualdad de Género
Promoción de la biodiversidad en las áreas de cultivo	ODS 15: Vida de Ecosistemas Terrestres
Reducción de desechos mediante la gestión sostenible de residuos de la producción	ODS 12: Producción y Consumo Responsables

Elaboración: Los Autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

ODS 1: acabar con la pobreza

Impacto positivo:

Incrementar los ingresos de los productores y trabajadores de las zonas rurales. Reducir la pobreza en comunidades vulnerables mediante la creación de empleo.

Actitud:

Mejorar los medios de vida de las comunidades rurales a través de oportunidades económicas. Objetivo de desarrollo sostenible 2: Hambre cero

Impacto positivo:

El aumento de la producción de alimentos nutritivos como la pitahaya contribuye a garantizar la seguridad alimentaria local. Diversificar la dieta de las comunidades rurales.

Actitud:

Contribuir a sistemas sostenibles de producción de alimentos y promover prácticas agrícolas sostenibles.

Objetivo de Desarrollo Sostenible 5: Igualdad de género

Impacto positivo:

Participación de las mujeres en actividades agrícolas, comerciales y organizativas.

Actitud:

Promover la igualdad de género a través del empleo inclusivo y el empoderamiento de las mujeres en las zonas rurales.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Objetivo de desarrollo sostenible 6: Agua potable y saneamiento

Efectos negativos:

La escasez de agua puede ser el resultado de un alto consumo de agua durante el riego.

Impacto positivo:

Implementar sistemas efectivos de riego y recolección de agua de lluvia.

Actitud:

Apoyar el uso sostenible de los recursos hídricos y reducir la contaminación por productos químicos agrícolas.

Objetivo de Desarrollo Sostenible 8: Trabajo decente y crecimiento económico

Impacto positivo:

Crear empleos en áreas rurales en cultivo, cosecha, empaque y comercialización.
Incrementar los ingresos de los pequeños y medianos fabricantes.

Efectos negativos:

Riesgo de condiciones laborales deficientes si no se gestiona.

Actitud:

Promover empleos decentes, salarios justos y un crecimiento económico inclusivo en las zonas rurales.

Objetivo de Desarrollo Sostenible 10: Reducir la desigualdad

Impacto positivo:

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Integrar a los pequeños productores en las cadenas de valor nacionales e internacionales.

Actitud:

Reducir la desigualdad económica promoviendo la participación de los pequeños
agricultores.

ODS 11: Sostenibilidad de comunidades y ciudades

Impacto positivo:

Impulsar las economías rurales locales, fortaleciendo las comunidades.

Actitud:

Que las comunidades rurales tengan un desarrollo con sostenibilidad.

ODS 12: Que la producción y el consumo sea responsables

Efectos negativos:

Genera residuos no biodegradables provenientes del empaque y manejo pos cosecha.

Impacto positivo:

Promover prácticas agrícolas sostenibles y el uso de materiales reciclables en los envases.

Actitud:

Apoyar modelos de producción y consumo sostenibles.

ODS 13: El clima

Efectos negativos:

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Emisiones de gases de efecto invernadero procedentes del transporte y la maquinaria agrícola. Impacto positivo:

Promover prácticas de agricultura regenerativa que capturen carbono y reduzcan las emisiones. Actitud:

Luchar contra el cambio climático y sus adversidades.

Objetivo de Desarrollo Sostenible 15: Vida en los ecosistemas terrestres

Efectos negativos:

Degradación de la tierra y pérdida de biodiversidad debido al uso intensivo de productos químicos agrícolas.

Impacto positivo:

Aplicar métodos de agricultura orgánica y rotación de cultivos para mantener la fertilidad del suelo.

Actitud:

Contribuir a la gestión sostenible de los ecosistemas y a la prevención de la degradación de las tierras.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

10 ANÁLISIS DE RIESGOS

10.1 MATRIZ DE RIESGOS: PRINCIPALES VARIABLES DE RIESGO, INTERNAS Y EXTERNAS

Tabla 82 Matriz de riesgos internas y externas

ID	Variable de Riesgo	Categoría	Tipo	Descripción	Probabilidad (1-5)	Impacto (1-5)	Nivel de Riesgo	Acción a Implementar	Responsable	Estado
R1	Falta de acceso a agua	Ambiental	Externo	Escasez hídrica en la región que limita la producción.	4	5	20	Implementar sistemas de riego eficiente	Equipo técnico	Pendiente
R2	Incremento en costos laborales	Económico	Interno	Incremento de salarios o rotación alta de empleados.	3	4	12	Capacitar al personal y automatizar procesos	Gerente de RR.HH.	En proceso
R3	Competencia internacional	Económico	Externo	Reducción de precios por nuevos competidores en mercados de exportación.	4	3	12	Crear ventajas competitivas diferenciadas	Gerente Comercial	Pendiente
R4	Plagas en cultivos	Operacional	Interno	Aparición de plagas o enfermedades que afecten la productividad.	2	5	10	Implementar controles fitosanitarios	Equipo Agrícola	Activo
R5	Cambio climático	Ambiental	Externo	Variaciones en patrones climáticos que afecten el crecimiento de la pitahaya.	5	4	20	Implementar prácticas de adaptación climática	Gerente de Sostenibilidad	Pendiente

Elaboración: Los Autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Los factores de riesgo R1 y R5 son los más altos, están en un 20%, que son de tipo ambiental.

10.2 ANÁLISIS CUALITATIVO Y CUANTITATIVO DE LOS RIESGOS

A continuacion se muestra una matriz cualitativa y cuantitativa:

Tabla 83 Matriz cuantitativa y cualitativa de riesgos

ID	Riesgo	Categoría	Descripción	Cualitativo	Probabilidad (1-5)	Impacto (1-5)	Nivel de Riesgo (PxI)	Acción Propuesta	Responsable	Estado
R 1	Falta de acceso a agua	Ambiental	Escasez hídrica que limita la producción.	Alto	4	5	20	Implementar sistemas de riego eficiente	Equipo técnico	Pendiente
R 2	Incremento de costos laborales	Económico	Subida de salarios o alta rotación de personal.	Moderado	3	4	12	Capacitar personal y automatizar procesos	Gerente de RR.HH.	En proceso
R 3	Competencia internacional	Económico	Nuevos competidores reducen la cuota de mercado.	Moderado	4	3	12	Crear ventajas competitivas diferenciadas	Gerente Comercial	Pendiente
R 4	Plagas en cultivos	Operacional	Aparición de plagas que afectan la productividad.	Alto	2	5	10	Implementar controles fitosanitarios	Equipo agrícola	Activo
R 5	Cambio climático	Ambiental	Cambios en patrones climáticos que afectan el crecimiento de los cultivos.	Muy Alto	5	4	20	Adoptar prácticas agrícolas climáticamente adaptadas	Gerente de sostenibilidad	Pendiente

Elaboración: Los Autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Análisis cualitativo

Muy alto + del 50%: es muy probable que el riesgo se produzca y tenga un impacto severo en los objetivos.

Alto hasta el 50%: El riesgo tiene una alta probabilidad y un impacto significativo.

Medio + del 25%: El riesgo tiene una probabilidad moderada y/o un impacto manejable.

Bajo hasta el 25% R1 y R5: el riesgo tiene baja probabilidad o impacto limitado.

Análisis cuantitativo

Fórmula del nivel de riesgo:

Nivel de riesgo = Probabilidad × Impacto

Esta característica asigna una puntuación para ayudar a priorizar el riesgo.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

10.3 ACCIONES DE MITIGACIÓN, SUPERVISIÓN Y CONTROL DE LOS RIESGOS

A continuación se muestra una matriz con acciones de mitigación y control de riesgos:

Tabla 84 Matriz de supervisión y control de riesgos:

ID	Riesgo	Acciones de Mitigación	Acciones de Supervisión y Control	Indicadores de Supervisión	Responsable	Estado
R1	Falta de acceso a agua	- Implementar sistemas de riego eficiente (por goteo).	- Monitorear los niveles de agua en reservorios.	- Consumo de agua por hectárea.	Equipo técnico	Pendiente
		- Construir infraestructura para almacenamiento de agua de lluvia.	- Auditar las prácticas de riego en las zonas de cultivo.	- Cumplimiento de prácticas de riego eficiente.		
		- Capacitar en uso eficiente del agua.				
R2	Incremento de costos laborales	- Diseñar programas de capacitación para aumentar productividad.	- Revisar costos laborales y comparar con presupuesto.	- Variación de costos laborales.	Gerente de RR.HH.	En proceso
		- Automatizar procesos.	- Monitorear tasas de rotación de personal.	- Tasa de rotación de empleados.		
		- Crear incentivos para reducir rotación.				
R3	Competencia internacional	- Invertir en certificaciones de calidad.	- Analizar estrategias de competencia.	- Participación de mercado en mercados clave.	Gerente Comercial	Pendiente
		- Diversificar mercados internacionales.	- Monitorear precios internacionales de pitahaya.	- Precios internacionales de la pitahaya.		
		- Fortalecer la promoción de la marca.	- Evaluar impacto de campañas de marketing.			
R4	Plagas en cultivos	- Implementar controles fitosanitarios integrados.	- Realizar inspecciones regulares en cultivos.	- Número de incidencias de plagas.	Equipo agrícola	Activo
		- Promover la rotación de cultivos.	- Establecer un sistema de alerta temprana para plagas.	- Tiempo de respuesta ante alertas de plagas.		
		- Capacitar en manejo temprano de plagas.				
R5	Cambio climático	- Adaptar prácticas agrícolas a cambio climático.	- Monitorear condiciones climáticas locales.	- Variación en patrones climáticos.	Gerente de Sostenibilidad	Pendiente
		- Reducir emisiones de gases de efecto invernadero.	- Evaluar vulnerabilidad climática de las fincas.	- Eficiencia en prácticas adaptadas al clima.		
		- Reforestar áreas cercanas.	- Implementar planes para eventos extremos.			
R6	Generación de residuos (empaques)	- Usar materiales biodegradables o reciclables en empaques.	- Auditar el tipo y cantidad de residuos generados.	- Porcentaje de materiales reciclables usados.	Gerente de Operaciones	En proceso
		- Establecer un programa de reciclaje.	- Monitorear cumplimiento de políticas de sostenibilidad.	- Reducción de residuos plásticos.		
		- Reducir uso de plásticos no esenciales.				
R7	Infraestructura insuficiente	- Mejorar infraestructura de transporte y almacenamiento.	- Inspeccionar periódicamente caminos y almacenes.	- Condiciones de caminos y almacenamiento.	Gerente de Logística	Pendiente
		- Asociarse con organismos locales para inversiones en infraestructura.	- Monitorear tiempos de transporte y almacenamiento.	- Tiempo promedio de transporte.		

Elaboración: Los Autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

R1: Sin acceso al agua

Acciones de mitigación:

Implementar sistemas de riego eficientes como el riego por goteo. Construir infraestructura para almacenar agua de lluvia. Capacitar a los agricultores para que utilicen el agua de manera efectiva.

Seguimiento y control:

Controle el nivel del agua en el tanque. Establezca objetivos de uso de agua y revíselos periódicamente. Realizar inspección de métodos de riego para áreas agrícolas.

R2: Los costos laborales aumentan

Acciones de mitigación:

Desarrollar programas de capacitación para mejorar la productividad. Siempre que sea posible, automatizar los procesos agrícolas y logísticos. Crear incentivos para retener el talento y reducir la rotación.

Seguimiento y control:

Revisar periódicamente sus costos laborales y compárelos con su presupuesto. Monitorear la rotación de empleados. Evaluar el desempeño de los equipos automatizados.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

R3: Competencia internacional

Figura 24. Acciones de mitigación:



Elaboración: Los Autores

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Invertir en certificación de calidad y diferenciación de productos (orgánicos, de comercio justo, etc.). Diversificar los mercados internacionales para reducir la dependencia de un único cliente. Potenciar la promoción de la marca en los mercados nacionales e internacionales.

Seguimiento y control:

Analizar las tendencias del mercado y las estrategias competitivas. Realizar un seguimiento de los precios de la fruta del dragón en todo el mundo. Evaluar la efectividad de la campaña de marketing.

R4: Plagas que dañan los cultivos

Acciones de mitigación:

Introducir medidas integrales de cuarentena vegetal (utilizando pesticidas biológicos y métodos naturales). Promover la rotación de cultivos para evitar la propagación de plagas. Capacitar a los agricultores sobre métodos tempranos de control de plagas.

Seguimiento y control:

Controle la cosecha con regularidad. Monitorear la aparición de plagas y su impacto en la producción. Construir un sistema de alerta temprana para epidemias.

R5: Cambio climático

Acciones de mitigación:

Adaptar las prácticas agrícolas al cambio climático (cultivos resistentes a enfermedades, diversificación). Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero procedentes de las

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”
actividades agrícolas. Reforestar áreas vecinas para mejorar la sostenibilidad ambiental.

Seguimiento y control:

Supervise las condiciones climáticas locales y ajuste su plan de cultivo. Evaluar periódicamente la sensibilidad climática de las explotaciones. Implementar planes de contingencia para eventos climáticos extremos.

R6: Generación de residuos (envases)

Acciones de mitigación:

Utilizar materiales biodegradables o reciclables en el embalaje del producto. Crear programas de reciclaje en las plantas de fabricación. Reducir el uso innecesario de productos plásticos.

Seguimiento y control:

Consultar el tipo y cantidad de residuos generados. Monitorear el cumplimiento de la política de sustentabilidad. Evaluar la efectividad de los materiales reciclados utilizados.

R7: Infraestructura inadecuada

Acciones de mitigación:

Mejorar la infraestructura de transporte y almacenamiento en las zonas de producción. Cooperar con gobiernos locales y organizaciones internacionales para invertir en infraestructura.

Monitoreo y control:

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Revisar periódicamente el estado de caminos y almacenes. Controlar el tiempo de transporte desde la granja hasta el punto de venta/exportación. Revisar los planes de mantenimiento de infraestructura.

Indicadores de seguimiento y control

Indicadores ambientales:

Consumo de agua por hectárea. Tasa de reducción de químicos agrícolas.

Indicadores económicos:

Diferencias en los costes laborales. Beneficio neto por hectárea.

Indicadores de desempeño:

Tiempo medio de respuesta a alertas de plagas. Cumplir con los plazos de envío y almacenamiento.

Indicadores sociales:

Nivel de satisfacción laboral de los empleados. Participación de mujeres y jóvenes en la agricultura.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

11 CONCLUSIONES

A continuación se detallan los principales resultados y hallazgos sobre las exportaciones de pitahaya desde Los Ríos, Ecuador a Estados Unidos:

1.- Enorme demanda insatisfecha de pitahaya en EE.UU. El mercado estadounidense carece del 40% de pitahaya fresca y de alta calidad, lo que crea una oportunidad de negocio valorada en 20 millones de dólares cada año.

2.- Desarrollar el mercado exterior de frutas. La demanda de alimentos saludables como la pitahaya ha impulsado un fuerte crecimiento del mercado en América del Norte, con una previsión de crecimiento anual del 4,7% hasta 2027.

3.- Condiciones de cultivo ideales en Los Ríos: el suelo fértil y el clima subtropical de la región facilitan la producción de pitahaya de la más alta calidad, mejorando el potencial de exportación.

4.- Barreras regulatorias y fitosanitarias: Cumplir con las regulaciones de la FDA y el USDA es un desafío para los exportadores y requiere inversiones en certificación y control de calidad.

5.- Intensa competencia y productos sustitutos: La competencia con otros exportadores y frutas tropicales como mango, kiwi y piña nos obliga a diferenciarnos de nuestros competidores en términos de calidad, frescura y sabor sustentable.

6.- Modelo de negocio sostenible: El proyecto pretende marcar la diferencia a través de prácticas agrícolas sostenibles, reduciendo el impacto ambiental y mejorando la conservación de los recursos.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

7.- Las alianzas estratégicas marcan la diferencia: asociarse con fabricantes y distribuidores locales en Estados Unidos. UU. Es crucial para la disponibilidad y el posicionamiento del producto.

8.- Poder de negociación de clientes y proveedores: los grandes compradores tienen una fuerte influencia en los precios y las condiciones, y la diversificación de los proveedores de insumos ayuda a reducir el riesgo.

9.- Diversificación de productos derivados: Las oportunidades adicionales incluyen jugo de pitahaya, helados y snacks, lo que aumenta las fuentes de ingresos y la presencia en el mercado.

10.- Viabilidad financiera y rentabilidad: El análisis inicial muestra el potencial de crecimiento rentable basado en la expansión del negocio y la mejora continua de los procesos logísticos.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

12 RECOMENDACIONES

Estos son planes de contingencia sugeridos con base en el análisis de riesgos presentado en el documento:

1.- Acceso restringido al agua (R1):

Acciones de mitigación: implementar sistemas eficaces de riego por goteo, construir infraestructura de almacenamiento de agua de lluvia y educar sobre el uso eficiente del agua.

Control: Vigilar los niveles de agua y comprobar las medidas de riego.

2.- Incremento de los costes laborales (R2):

Acciones de mitigación: Automatizar procesos, capacitar a los empleados para mejorar la productividad y ofrecer incentivos para reducir la rotación.

Control: analice los costos laborales y realice un seguimiento de la rotación de empleados.

3.- Competición internacional (R3):

Acciones de mitigación: Crear una ventaja competitiva distintiva y diversificar el mercado.

Control: Analizar precios internacionales y evaluar estrategias competitivas.

4.- Plagas de cultivos (R4):

Acción de mitigación: Implementar control fitosanitario integrado y rotación de cultivos.

Control: Comprobar periódicamente y establecer un sistema de alerta temprana.

5.- Cambio climático (R5):

Acción de mitigación: Adaptar prácticas agrícolas y reforestar áreas adyacentes.

Control: monitorear las condiciones climáticas y planificar eventos extremos.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

6.- Generación de residuos (R6):

Acciones de reducción: Utilizar envases biodegradables y crear programas de reciclaje.

Control: auditar los residuos generados y monitorear las políticas de desarrollo sostenible.

7.- Infraestructura inadecuada (R7):

Acción de mitigación: Mejorar la infraestructura de transporte y almacenamiento a través de asociaciones con organizaciones locales.

Control: Consultar ruta y tiempo de envío.

8.- Fluctuaciones del tipo de cambio (R8):

Acciones de mitigación: utilizar contratos de futuros o seguros de acciones para garantizar tipos de cambio favorables y minimizar los riesgos financieros.

Control: seguimiento continuo de los tipos de cambio y revisión periódica de las estrategias financieras.

9.- Cambios de reglas (R9):

Acciones de mitigación: apoyar al equipo de supervisión regulatoria y establecer relaciones con los reguladores para adaptarse rápidamente a los nuevos requisitos.

Control: Pruebas de cumplimiento y revisión mensual de actualizaciones regulatorias.

10.- Demanda cambiante del mercado (R10):

Medidas de mitigación: Diversificar los canales de comercialización y ofrecer productos derivados de pitahaya para llegar a diferentes segmentos de mercado.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Control: monitorear las tendencias de consumo y analizar la retroalimentación del mercado para ajustar la oferta.

Estos planes fortalecen la capacidad de responder a los desafíos macroeconómicos, regulatorios y de demanda, promoviendo la resiliencia empresarial.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

13 BIBLIOGRAFÍA

Barreño. (2007). *Fuentes de Financiamiento*.

Clavijo. (2023). Estrategias de valor.

Davila. (2007). Constitución de empresas. 88.

Dávila. (2007).

Ecuador Exotics. (s.f.). (2023). *BLOG DE ECUADOR EXOTIC*.

Ecuador, B. b. (2023). Boletín Banco central del Ecuador.

Francisco, O. (28 de 03 de 2023). Demanda de pitahaya aumenta en Estados Unidos.

PortalFruit.com.

Gomez, A. (2018). *Los Ríos: Una provincia con potencial para la producción agrícola*. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades.

Gomez, A., & Martinez, J. (2023). *La pitahaya: Un cultivo en auge en la provincia de Los Ríos, Ecuador*. Revista de Ciencias Agrícolas, 25(2), 1-15.

González Cómbita, S. M. (2014). La gestión financiera y el acceso a financiamiento de las pymes.

Guadalupe. (2019).

Huachi, L. (2015). Desarrollo de la pitahaya (. *Revista de Ciencias de la Vida*, 22(2), .

Madr. (26 de MARZO de 2024). *MADR*. Obtenido de MADR: <https://brand-key.com/difference-between-a-blog-post-and-a-website-article/>

MAG[Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2023). *MAG*. Obtenido de MAG: <https://www.agricultura.gob.ec/>

Michaux, S. &. (2016). *Las cinco fuerzas de Porter: Cómo distanciarse de la competencia con éxito*. .

Noatum. (2022). Operaciones Internacionales.

Pedrés, D. M. (2012). *Análisis del entorno*. Ediciones Díaz de Santos.

Proecuador. (2023). *PROECUADOR NEGOCIO SIN FORNTERAS*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/boletin/>

Raeburn. (2024). Flujogramas de Procesos.

Sapag. (2000). *Preparación y evaluación de proyectos*.

Sapag Chain, N. S. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos*. Mc Graw Hill educación.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Smith. (2020).

Valencia, W. A. (2011). Indicador de rentabilidad de proyectos. 15-18.

14 ANEXOS

Anexo A Modelo de Entrevista

A continuación se detallan las preguntas realizadas en la entrevista:

A los expertos en Exportación de Frutas:

Objetivo de la Entrevista

Sección	Contenido
Objetivo de la Entrevista	Obtener información especializada sobre los procesos, regulaciones, tendencias de mercado y mejores prácticas para la exportación de pitahaya hacia los Estados Unidos, con enfoque en optimización de costos, cumplimiento normativo y estrategias de mercado para incrementar competitividad.
Confidencialidad	La entrevista será utilizada para fines académicos
Instrucciones	Con las preguntas planteadas queremos recabar su apreciación personal.
Duración	30 minutos
DATOS GENERALES SOBRE LA ENTREVISTA	
Dirección donde se realiza la entrevista	Vía Online
Fecha	15/07/2025
Nombre del Entrevistador	John Villacis y Victor Gaibor
Hora de la entrevista	6:00 PM

Les saludan John Villacis y Victor Gaybor, somos estudiantes de postgrado de la Escuela de Superior Politécnica de Administración de Empresas (ESPAE) Promoción XIII, quienes como parte del proceso de graduación, hemos desarrollado una idea de Negocio denominado “Creación

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

de una empresa para exportar Pitahaya roja, pulpa blanca hacia Los Estados Unidos”. Con la finalidad de descubrir la viabilidad de este servicio se diseñó una breve entrevista para conocer la opinión de los expertos respecto al servicio, determinar la demanda del servicio por parte de los expertos e identificar el tamaño de mercado.

DATOS GENERALES SOBRE LOS EXPERTOS	
Cuáles son sus nombres y apellidos	Bryan Guevara
Cuál es su título Profesional	Master en manejo de Proyectos
Donde trabaja en la actualidad	Dole
Cargo que ocupa	Superintendente de Frutas
Cuántos años tiene de experiencia en la exportación de fruta	5 años

Inicio de Entrevista:

1.- ¿Cuáles son los principales mercados internacionales a los que exportan pitahaya roja y por qué eligieron estos destinos?

2.- ¿Qué factores determinan la elección de un proveedor de pitahaya roja en Ecuador?

3.- ¿Cuáles son las principales barreras regulatorias o fitosanitarias que encuentran al exportar barras de pitahaya roja a Estados Unidos?

4.- ¿Qué desafíos logísticos enfrentó al enviar pitahaya roja desde Ecuador a los EE. UU. y cómo los resolvió?

5.- ¿Qué estándares de calidad debe cumplir la pitahaya roja para ser aceptada en el mercado internacional?

6.- ¿Qué cambios habéis visto en la demanda de pitahaya de pulpa roja en los últimos años y cómo os habéis adaptado a esos cambios?

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

7.- ¿Cuál es el perfil típico de los importadores de pitahaya roja en los EE. UU. (Por ejemplo, mayoristas, distribuidores, supermercados)?

8.- ¿Qué estrategias publicitarias utiliza para aumentar el conocimiento y las ventas de la pitahaya roja en los mercados extranjeros?

9.- ¿Cómo se gestiona la estacionalidad de la pitahaya roja en términos de oferta y demanda en el mercado internacional?

10.- ¿Cuáles son sus planes para diversificar los mercados de exportación de pitahaya roja fuera de Estados Unidos?

Estas preguntas tienen como objetivo recopilar información valiosa para ayudar a comprender mejor la situación de las exportaciones de pitahaya roja, las estrategias de los fabricantes y exportadores, así como las barreras y oportunidades en el mercado estadounidense.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

A los expertos en temas de permisos dentro del Ecuador para poder exportar:

Objetivo de la Entrevista

Sección	Contenido
Objetivo de la Entrevista	Obtener información especializada sobre permisos y normativas a cumplir para la exportación de pitahaya hacia los Estados Unidos.
Confidencialidad	La entrevista será utilizada para fines académicos
Instrucciones	Con las preguntas planteadas queremos recabar su apreciación personal.
Duración	30 minutos
DATOS GENERALES SOBRE LA ENTREVISTA	
Dirección donde se realiza la entrevista	Vía Online
Fecha	20/diciembre del 2024
Nombre del Entrevistador	John Villacis y Victor Galbor
Hora de la entrevista	4:00 PM

Les saludan John Villacis y Victor Gaybor, somos estudiantes de postgrado de la Escuela de Superior Politécnica de Administración de Empresas (ESPAE) Promoción XIII, quienes como parte del proceso de graduación, hemos desarrollado una idea de Negocio denominado “Creación de una empresa para exportar Pitahaya roja, pulpa blanca hacia Los Estados Unidos”. Con la finalidad de descubrir la viabilidad de este servicio se diseñó una breve entrevista para conocer la opinión de los expertos respecto al servicio, determinar la demanda del servicio por parte de los expertos e identificar el tamaño de mercado.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

DATOS GENERALES SOBRE LOS EXPERTOS	
Cuáles son sus nombres y apellidos?	Victor Hugo Salazar
Cuál es su título Profesional	Ing. En alimentos
Donde trabaja en la actualidad	Agro calidad
Cargo que ocupa	Asesor de Productos
Cuantos años tiene de experiencia en la exportacion de fruta	4 anos

Inicio de Entrevista:

Preguntas sobre licencias requeridas para exportar desde Ecuador:

- 1.- ¿Qué licencias y certificaciones requiere el gobierno ecuatoriano para exportar pitahaya a Estados Unidos?
- 2.- ¿Qué organismo en Ecuador regula y licencia la exportación de productos agrícolas como la pitahaya?
- 3.- ¿Existen requisitos especiales de etiquetado y documentación al exportar pitahaya desde Ecuador?
- 4.- ¿Cuánto tiempo lleva obtener las licencias necesarias para exportar pitahaya y cuáles son los costos involucrados?
- 5.- ¿Qué tipo de inspección o fitosanitaria debe someterse el producto antes de ser exportado desde Ecuador?

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

A los expertos en temas de permisos dentro de Estados Unidos para que la fruta pueda ingresar al país:

Objetivo de la Entrevista

Sección	Contenido
Objetivo de la Entrevista	Obtener información especializada sobre los procesos, regulaciones, para importación de pitahaya en los Estados Unidos.
Confidencialidad	La entrevista será utilizada para fines académicos
Instrucciones	Con las preguntas planteadas queremos recabar su apreciación personal.
Duración	30 minutos
DATOS GENERALES SOBRE LA ENTREVISTA	
Dirección donde se realiza la entrevista	Vía Online
Fecha	20 de noviembre del 2024
Nombre del Entrevistador	John Villacis y Victor Galbor
Hora de la entrevista	10:00 AM

Les saludan John Villacis y Victor Gaibor, somos estudiantes de postgrado de la Escuela de Superior Politécnica de Administración de Empresas (ESPAE) Promoción XIII, quienes como parte del proceso de graduación, hemos desarrollado una idea de Negocio denominado “Creación de una empresa para exportar Pitahaya roja, pulpa blanca hacia Los Estados Unidos”. Con la finalidad de descubrir la viabilidad de este servicio se diseñó una breve entrevista para conocer la opinión de los expertos respecto al servicio, determinar la demanda del servicio por parte de los expertos e identificar el tamaño de mercado.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

DATOS GENERALES SOBRE LOS EXPERTOS	
Cuáles son sus nombres y apellidos?	Michael Smith
Cuál es su título Profesional	Gerente de Operaciones
Donde trabaja en la actualidad	Fruit company
Cargo que ocupa	5:00 AM
Cuántos años tiene de experiencia en la exportacion de fruta	10 anos

Inicio de Entrevista:

Preguntas sobre las licencias requeridas para importar productos a los Estados Unidos:

1.- ¿Cuáles son los requisitos para que el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) y el Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal (APHIS) autoricen la importación de pitahaya a Estados Unidos?

2.- ¿Qué permiso fitosanitario o certificado fitosanitario se requiere para introducir pitahaya al mercado estadounidense?

3.- ¿Existen restricciones o prohibiciones específicas a la importación de pitahaya a los Estados Unidos, como restricciones de plagas?

4.- ¿A qué inspecciones debe someterse la pitahaya a su llegada a Estados Unidos y qué documentos deben acompañar el envío para satisfacer los requisitos aduaneros?

5.- ¿Cómo afectan las regulaciones de la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) y otras agencias reguladoras de alimentos a la importación de pitahaya a los Estados Unidos?

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

A los expertos en temas de transporte y envíos desde Ecuador hacia Estados Unidos:

Objetivo de la Entrevista

Sección	Contenido
Objetivo de la Entrevista	Obtener información especializada sobre temas de logística para exportaciones a Estados Unidos.
Confidencialidad	La entrevista será utilizada para fines académicos
Instrucciones	Con las preguntas planteadas queremos recabar su apreciación personal.
Duración	30 minutos
DATOS GENERALES SOBRE LA ENTREVISTA	
Dirección donde se realiza la entrevista	Vía Online
Fecha	26 de diciembre del 2024
Nombre del Entrevistador	John Villacis y Victor Gaybor
Hora de la entrevista	2:00 PM

Les saludan John Villacis y Victor Gaybor, somos estudiantes de postgrado de la Escuela de Superior Politécnica de Administración de Empresas (ESPAE) Promoción **XXX**, quienes como parte del proceso de graduación, hemos desarrollado una idea de Negocio denominado “Creación de una empresa para exportar Pitahaya roja, pulpa blanca hacia Los Estados Unidos”. Con la finalidad de descubrir la viabilidad de este servicio se diseñó una breve entrevista para conocer la opinión de los expertos respecto al servicio, determinar la demanda del servicio por parte de los expertos e identificar el tamaño de mercado.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

DATOS GENERALES SOBRE LOS EXPERTOS	
Cuáles son sus nombres y apellidos?	Quirina Salazar
Cuál es su título Profesional	Ing. En marketing
Donde trabaja en la actualidad	Ecu Worldwide
Cargo que ocupa	Asesor de envíos internacionales
Cuántos años tiene de experiencia en la exportacion de fruta	3 anos

Inicio de Entrevista:

1.- ¿Cómo gestionan el proceso logístico de exportación de frutas exóticas como la pitahaya desde Ecuador a Estados Unidos?

2.- ¿Existe algún requisito especial de embalaje o envío para frutas frágiles como la pitahaya para garantizar la entrega en buenas condiciones?

3.- ¿Cuáles son los mayores desafíos logísticos que enfrenta al enviar productos perecederos como la pitahaya, especialmente en términos de tiempo de tránsito y manipulación durante el envío?

4.- ¿Qué condiciones específicas se deben mantener durante el transporte marítimo para asegurar la calidad de la fruta como temperatura, humedad y ventilación?

5.- ¿Cuánto tiempo suele tardar en enviar pitahaya desde Ecuador a los principales puertos de destino de EE. UU?

6.- ¿Qué factores influyen en los cambios en estos términos?

7.- ¿Qué tipo de inspección o control de calidad realiza su empresa durante el envío para garantizar que la fruta le llegue en las mejores condiciones?

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

8.- Si ocurren problemas durante el transporte, como retrasos o daños en la fruta, ¿qué procedimientos tiene su empresa para gestionar estos incidentes y reducir el riesgo para el exportador?

9.- ¿Cuáles son los principales costos involucrados en el envío de frutas exóticas como la pitahaya vía marítima?

10.- ¿Qué estrategias utiliza usted para optimizar estos costos para el exportador?

11.- Dado que la pitahaya es altamente estacional, ¿cómo puede adaptar su logística a los cambios de volumen durante las diferentes estaciones?

12.- ¿Qué tecnología o sistema de seguimiento utiliza su empresa para rastrear el estado de los envíos de fruta en tránsito?

13.- ¿Cómo garantizar la trazabilidad y seguridad de las mercancías durante el transporte?

14.- ¿Cuánto cuesta enviar un contenedor de pitahaya desde Ecuador a Estados Unidos?

15.- ¿Qué factores afectan el coste de envío de un contenedor, como el tamaño del contenedor, la época del año o el tipo de transporte utilizado?

16.- ¿Existe una tarifa adicional por manejo de envío para productos perecederos como la fruta del dragón? ¿Cómo afectan estos costes adicionales al precio final?

17.- ¿Cuánto varían los costos de envío dependiendo de su puerto de destino en Estados Unidos?

18.- ¿Existen diferencias significativas entre California, Florida y Nueva York?

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

19.- ¿Ofrecen opciones de envío a diferentes precios, como envío con temperatura controlada o envío urgente, y cómo afectan estas opciones al costo total?

Resultados a las entrevistas con expertos:

De los expertos en Exportacion de Frutas:

1. ¿Cuáles son los principales mercados internacionales a los que exportan pitahaya roja y por qué eligieron estos destinos?

Los principales mercados internacionales de exportación de pitahaya roja son Estados Unidos, Europa (especialmente Alemania y Países Bajos) y China.

La elección de estas direcciones se basa en varios factores:

La demanda de frutas exóticas está creciendo. Estos mercados están experimentando una creciente demanda de frutas exóticas y saludables con propiedades antioxidantes. Priorizar productos frescos y naturales: En países como Estados Unidos y en Europa, los consumidores están cada vez más interesados en productos frescos, saludables y orgánicos. Acceso a portales de entrega acreditados: portales de EE. UU. Estados Unidos, especialmente en la costa oeste, y Europa proporcionan una infraestructura eficiente para importar frutas originarias de América Latina.

2. ¿Qué factores influyen en la elección de proveedores de pitahaya roja en Ecuador?

La selección de proveedores en Ecuador se basa en varios criterios clave:

Calidad estable del producto: Es muy importante que el proveedor cumpla con los estándares de calidad internacionales, asegurando que las pitahayas se entreguen frescas y en buenas condiciones.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Certificado fitosanitario: Los exportadores deben cumplir con las normas fitosanitarias internacionales, especialmente los requisitos estadounidenses.

Capacidad de volumen: la capacidad de un proveedor para manejar consistentemente grandes volúmenes de envíos es fundamental para satisfacer la demanda del mercado internacional. Reputación y confiabilidad. Dar prioridad a los proveedores con buena reputación en cuanto a entregas a tiempo y cumplimiento de los requisitos reglamentarios.

Costos competitivos. La competitividad de los precios es un factor importante, especialmente en mercados sensibles a los precios.

3. ¿Cuáles son las principales barreras regulatorias o fitosanitarias que usted encuentra al exportar palitos de pitahaya roja a Estados Unidos?

Las barreras regulatorias y fitosanitarias más comunes obstaculizan la exportación de pitahaya a Estados Unidos.

Obligaciones: Cumplimiento del programa de control de plagas: Estados Unidos El país tiene regulaciones estrictas para controlar las plagas que pueden afectar la producción agrícola nacional. La pitahaya debe cumplir requisitos fitosanitarios para evitar la introducción de plagas y enfermedades.

Requisitos especiales de embalaje: El embalaje no debe contener materiales que puedan transmitir insectos o enfermedades. El embalaje también debe cumplir las normas de etiquetado.

Cumplir con los procedimientos de cuarentena vegetal. A menudo se requieren tratamientos especiales, como la esterilización con vapor, para garantizar que la fruta esté libre de patógenos.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Certificado de Origen: La pitahaya debe tener un Certificado de Origen y cumplir con ciertas regulaciones de la FDA. EE.UU.) y USDA (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos).

4. ¿Qué desafíos logísticos enfrentó al enviar pitahaya roja desde Ecuador a Estados Unidos? y ¿cómo lo resolviste?

Las tareas logísticas clave incluyen:

Control de temperatura y manipulación adecuada: La pitahaya roja es una fruta muy sensible a las fluctuaciones de temperatura. Utilizamos contenedores refrigerados (refrigerados) y cooperamos con compañías navieras especializadas para garantizar el control de la temperatura durante toda la ruta.

Largo tiempo de entrega: Envío marítimo desde Ecuador a la costa oeste de EE. UU. Este proceso puede tardar de 10 a 14 días, lo que significa que la fruta debe manipularse de manera eficiente en todas las etapas de la cadena de suministro para evitar su deterioro.

Congestión en los puertos y tiempos de espera en las aduanas. La congestión en puertos como el de Los Ángeles puede provocar retrasos. Hemos simplificado nuestras relaciones con agentes de aduanas y empresas de logística para minimizar los tiempos de espera y agilizar las inspecciones.

5. ¿Qué estándares de calidad debe cumplir Red Pitahaya para ser aceptada en el mercado internacional?

Para ser aceptada en el mercado internacional, la pitahaya roja debe cumplir con varios estándares de calidad:

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tamaño y forma: La pitahaya debe tener el mismo tamaño y forma. No deben tener deformaciones ni manchas evidentes.

Condición física: El fruto debe estar firme, sin protuberancias ni daños en la piel.

Color: La pitahaya roja debe ser pálida, de color uniforme, sin signos de sobre maduración ni decoloración.

Sabor y frescura: El sabor debe ser dulce y fresco. La fruta debe procesarse para que permanezca fresca hasta su venta.

Cumplimiento fitosanitario: La pitahaya debe cumplir con estándares fitosanitarios internacionales para prevenir la propagación de plagas.

6. ¿Qué cambios han observado en la demanda de pitahaya de pulpa roja en los últimos años y cómo os habéis adaptado a estos cambios?

En los últimos años, hemos visto una creciente demanda de pitahaya de pulpa roja, especialmente en mercados como el de Estados Unidos. y Europa debido a la creciente demanda de frutas exóticas y saludables. Nos hemos adaptado a estos cambios:

Mejoras en la producción: Hemos invertido en mejorar los métodos agrícolas para aumentar la producción sin reducir la calidad.

Diversificación de productos: Actualmente ofrecemos pitahaya roja en muchas presentaciones diferentes (entera, lonchada, congelada) para adaptarnos a la demanda del mercado.

Estrategia de marketing: Hemos aumentado nuestras campañas publicitarias destacando los beneficios para la salud de la pitahaya roja, como su alto contenido en vitamina C y antioxidantes.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

7. ¿Cuál es el perfil típico de los importadores de pitahaya roja en Estados Unidos? (Por ejemplo, mayorista, distribuidor, supermercado)?

Importadores de pitahaya roja en EE.UU. Generalmente es:

Los mayoristas y distribuidores compran fruta a granel para distribuirla a cadenas de supermercados, tiendas de frutas exóticas y mercados locales. El objetivo de los supermercados es ofrecer a los clientes productos nuevos e inusuales. Estos supermercados suelen cooperar con proveedores grandes y fiables. La plataforma de comercio electrónico vende frutas exóticas directamente a los consumidores a través de su sitio web.

8. ¿Qué estrategias publicitarias utiliza para aumentar el conocimiento y las ventas de la pitahaya roja en los mercados extranjeros?

Algunas de las estrategias que utilizamos incluyen:

Marketing digital: Las campañas en redes sociales y Google Ads promueven el valor nutricional de la pitahaya roja. Asista a ferias comerciales: asista a ferias y eventos comerciales internacionales como Expo West y Fruit

Logística para promocionar sus productos y establecer relaciones comerciales. Promociones en el punto de compra: nos asociamos con supermercados para ofrecer degustaciones y promociones que ayuden a los consumidores a experimentar el sabor y los beneficios de la pitahaya roja.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

9. ¿Cómo se regula la estacionalidad de la pitahaya roja en términos de oferta y demanda en el mercado internacional?

La cosecha máxima de pitahaya en Ecuador es de octubre a marzo. Para gestionar la estacionalidad.

Almacenamiento y conservación: Utilizamos técnicas de conservación como enfriamiento rápido y envasado adecuado para prolongar la vida útil del producto.

Diversificación de suministros: Trabajamos con diferentes regiones de Ecuador para asegurar un suministro continuo de pitahaya roja durante todo el año.

10. ¿Cuáles son sus planes para diversificar los mercados de exportación de pitahaya roja fuera de Estados Unidos?

Estamos explorando nuevos mercados en Asia (especialmente China y Japón), donde la demanda de frutas exóticas y saludables está creciendo. Además, estamos explorando el potencial de los mercados de América Latina y Canadá a medida que las oportunidades de consumo de fruta fresca en estas regiones están creciendo rápidamente.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Resultado de los expertos en temas de Permisos dentro del Ecuador para poder exportar:

1. ¿Qué licencias y certificaciones requiere el gobierno ecuatoriano para exportar pitahaya a Estados Unidos?

Para exportar pitahaya a Estados Unidos, los exportadores ecuatorianos deben obtener ciertas licencias y certificaciones, tales como:

Certificado fitosanitario: El producto debe estar libre de plagas. Esto se puede lograr mediante un certificado fitosanitario emitido por la Agencia Nacional de Administración, Control y Vigilancia de la Salud (ARCSA).

Cumplir con el USDA: Quien establece requisitos de calidad e inocuidad para la fruta importada. Los exportadores deben cumplir con las regulaciones fitosanitarias del Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal (APHIS).

Certificación Global GAP. Para garantizar que la producción de pitahaya cumpla con los estándares internacionales de calidad y sostenibilidad, muchos exportadores optan por obtener la certificación Global GAP.

2. ¿Qué organismo en Ecuador regula y licencia la exportación de productos agrícolas como la pitahaya?

En Ecuador, el principal organismo encargado de regular y licenciar la exportación de productos agrícolas, incluida la pitahaya, es la Agencia Nacional de Administración, Control y

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Vigilancia Sanitaria (ARCSA). ARCSA es responsable de emitir certificados fitosanitarios y garantizar que los productos cumplan con los estándares de calidad e inocuidad. Además, en el proceso de promoción de las exportaciones también participa la Corporación Nacional de Desarrollo Agropecuario (CNPAG).

3. ¿Existen requisitos especiales de etiquetado y documentación al exportar pitahaya desde Ecuador?

Sí, existen requisitos especiales de etiquetado y documentación al exportar pitahaya a Estados Unidos:

Etiquetado: Las etiquetas deben cumplir con los estándares establecidos por la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) y el Departamento de Agricultura de EE. UU. Deben incluir información sobre el origen del producto, el nombre y dirección del exportador, el tipo de producto (en este caso, pitahaya), número de lote o fecha de cosecha, y otros detalles.

Certificado Fitosanitario: Documento que acredita que el producto ha sido testado y se encuentra libre de plagas.

Factura comercial y documentos de envío: Deben acompañar el envío y proporcionar información detallada sobre el producto, origen y cantidad.

Cumplir con los estándares de calidad. En algunos casos, se puede requerir un certificado de calidad como Global GAP, dependiendo del acuerdo comercial con el importador.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

4. ¿Cuánto tiempo lleva obtener las licencias necesarias para exportar pitahaya y cuánto cuesta?

El tiempo necesario para obtener licencias y certificados puede variar, pero a los exportadores les puede llevar un promedio de 2 a 4 semanas obtener los certificados fitosanitarios y cumplir con los requisitos de inspección inicial. Si se requieren certificaciones adicionales como Global GAP, puede llevar más tiempo.

Los costos relacionados incluyen:

Inspección fitosanitaria: La inspección ARCSA incluye diferentes costos dependiendo del volumen de exportación.

Certificación Global GAP. Esta certificación puede costar entre \$500 y \$3000, dependiendo de la empresa y la complejidad del proceso de evaluación.

Costos administrativos. El costo de completar los documentos requeridos también incluye tarifas de registro, costos de mantenimiento de cuentas comerciales y otros costos relacionados.

5. ¿Qué tipo de control fitosanitario o cuarentena debe pasar el producto antes de ser exportado desde el Ecuador?

Antes de la exportación, la pitahaya debe someterse a una inspección fitosanitaria por parte de ARCSA o una agencia designada. El propósito de esta inspección es verificar que el producto esté libre de plagas, enfermedades y otros patógenos que puedan dañar la salud pública o los cultivos en el país importador.

Las pruebas pueden incluir:

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Inspección visual: La fruta se inspecciona en busca de plagas, daños físicos o signos de enfermedad.

Pruebas de residuos: Se pueden realizar pruebas para confirmar que el producto no contiene residuos de pesticidas u otros productos químicos que representen un peligro para la salud.

Certificado de exportación: Una vez que el producto pase la inspección, se emitirá un certificado fitosanitario que permitirá la exportación.

Resultados de los expertos en temas de permisos dentro de Estados Unidos para que la fruta pueda ingresar al país:

1. ¿Qué requisitos exigen el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) y el Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal (APHIS) para permitir la importación de pitahaya a los Estados Unidos?

Para que se apruebe la importación de pitahaya a los Estados Unidos, se deben cumplir los siguientes requisitos:

Inspección fitosanitaria: La pitahaya debe cumplir con los requisitos fitosanitarios establecidos por APHIS para garantizar que los productos estén libres de plagas y enfermedades que podrían amenazar la agricultura y la biodiversidad estadounidenses.

Certificado fitosanitario: Los exportadores deben contar con un certificado fitosanitario emitido por la autoridad sanitaria ecuatoriana correspondiente (como ARCSA) para garantizar que la fruta ha sido inspeccionada y cumple con los requisitos fitosanitarios de Estados Unidos.

Cumplimiento de estándares de calidad: La pitahaya debe cumplir con los estándares de calidad

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”
establecidos por el USDA para la fruta importada. Estas incluyen reglas relacionadas con el tipo, tamaño, empaque e higiene del producto.

Manejo de plagas: si la fruta corre riesgo de sufrir plagas, debe tratarse con métodos aprobados por el APHIS, como irradiación o tratamiento térmico.

2. ¿Qué licencias o certificados fitosanitarios se requieren para introducir pitahaya al mercado estadounidense?

La principal licencia necesaria para importar pitahaya a Estados Unidos es un certificado fitosanitario. Este certificado debe ser emitido por la autoridad fitosanitaria del Ecuador (por ejemplo, ARCSA) y garantiza que la fruta ha sido analizada y está libre de plagas. Este certificado debe acompañar el envío y cumplir con las regulaciones del APHIS para que la pitahaya sea aceptada en el país.

3. ¿Existen restricciones o prohibiciones especiales a la importación de pitahaya a los Estados Unidos, como restricciones de plagas?

Sí, existen ciertas restricciones y prohibiciones a la importación de pitahaya a los Estados Unidos debido al riesgo de plagas. Estas son algunas de las restricciones más comunes:

Plagas específicas: si la pitahaya es atacada por determinadas plagas específicas, como el pulgón negro o el gorgojo de la fruta, se puede prohibir la importación de pitahaya. Medidas de cuarentena vegetal. Dependiendo del país de origen, es posible que sea necesario tratar la fruta para eliminar o reducir el riesgo de plagas. Estos tratamientos pueden incluir la aplicación de calor, vapor o irradiación antes de la exportación. Las frutas tienen daño físico. Si la fruta del dragón

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

muestra signos evidentes de deterioro o deterioro, es probable que sea rechazada por la Aduana de Estados Unidos.

4. ¿A qué inspecciones deben someterse las pitahayas al llegar a Estados Unidos y qué documentos deben acompañar el envío para satisfacer los requisitos aduaneros?

Al llegar a los Estados Unidos, la pitahaya debe pasar las siguientes inspecciones:

Inspección fitosanitaria: Los funcionarios de aduanas del APHIS inspeccionarán el envío para garantizar que la fruta esté libre de plagas, hongos y enfermedades. Inspección de calidad: El producto será inspeccionado para garantizar que cumpla con los requisitos de calidad del USDA en cuanto a tamaño, madurez y empaque.

Documentos requeridos: El envío debe contar con los siguientes documentos:

Certificado fitosanitario emitido por autoridades competentes ecuatorianas. La factura comercial indica claramente la cantidad y el valor de los bienes. La lista de embalaje describe el embalaje del producto. Certificado adicional de tratamiento fitosanitario en caso de tratamiento especial. La declaración aduanera tiene información completa del envío para los trámites aduaneros.

5. ¿Cómo afectan las regulaciones de la FDA y otras agencias reguladoras de alimentos a la importación de pitahaya a los Estados Unidos?

La FDA y otras agencias reguladoras de alimentos como el USDA y el APHIS tienen una influencia significativa sobre la importación de pitahaya a los Estados Unidos. A continuación se detallan algunos aspectos a los que afectan:

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Estándares de seguridad alimentaria: la FDA establece estándares de seguridad alimentaria para garantizar que la fruta importada no contenga contaminantes ni residuos de pesticidas que puedan afectar la salud pública.

Etiquetado y embalaje: la FDA regula los estándares de etiquetado para garantizar que la información del producto sea clara y precisa. Esto incluye información sobre la fuente, el nombre del fabricante o importador y cualquier información nutricional relevante. La FDA también analiza los productos importados en busca de residuos de pesticidas o contaminantes, y cualquier incumplimiento puede resultar en la retención de un envío.

Cumplimiento de calidad: El USDA regula la calidad de la fruta para garantizar que el producto que ingresa al mercado estadounidense cumpla con los estándares de frescura, tamaño y apariencia.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Resultados de los expertos en temas de transporte y envíos desde Ecuador hacia Estados Unidos:

1. ¿Cómo gestiona la empresa el proceso logístico de exportación de frutas exóticas como pitahaya desde Ecuador a Estados Unidos?

El proceso logístico comienza con la cosecha de la fruta, la cual debe ser seleccionada cuidadosamente para garantizar que cumpla con los estándares de calidad. Luego, la pitahaya se envasa en cajas especiales para proteger la fruta durante el transporte. El siguiente paso es coordinar el transporte terrestre desde la finca o almacén hasta el puerto de exportación, generalmente en Guayaquil, donde se realizan las inspecciones fitosanitarias. Luego, la fruta se coloca en contenedores refrigerados y se envía por mar al puerto de destino en los Estados Unidos. Estados Unidos, por ejemplo Miami, Los Ángeles o Nueva York. Este proceso es gestionado por empresas logísticas responsables de cada etapa, garantizando el cumplimiento de los requisitos regulatorios de ambos países.

2. ¿Existen requisitos especiales de embalaje o envío para frutas frágiles, como la pitahaya, para garantizar la entrega en buenas condiciones?

Sí, la pitahaya es una fruta frágil y requiere un embalaje especial para evitar daños durante el transporte. Las cajas de cartón con compartimentos se utilizan para separar las frutas y protegerlas de los impactos. Además, las cajas deben estar ventiladas para permitir la circulación del aire y evitar que se condense la humedad. Para mayor protección, también puedes utilizar materiales acolchados como cojines de aire o espuma. Para mantener la fruta en óptimas condiciones se suelen utilizar recipientes con temperatura controlada.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

3. ¿Cuáles son los mayores desafíos logísticos que enfrenta al enviar productos perecederos como la pitahaya, especialmente en términos de tiempos de envío y manipulación durante la entrega?

Los mayores problemas incluyen:

Tiempo de envío: La pitahaya es un producto perecedero y tiene una vida útil limitada. Los largos tiempos de tránsito pueden afectar la calidad del producto, por lo que es importante minimizar los tiempos de entrega y garantizar el buen funcionamiento de los puertos de destino.

Condiciones de manipulación: La pitahaya puede dañarse durante la manipulación. Una manipulación descuidada o un embalaje deficiente pueden dañar la fruta y provocar su pérdida.

Control de temperatura: Mantener temperaturas estables durante todo el proceso logístico es importante para evitar daños al producto. Los tanques de almacenamiento refrigerados son necesarios, pero si el sistema falla, la calidad del producto puede verse afectada negativamente.

4. ¿Qué condiciones especiales se deben mantener durante el transporte marítimo para asegurar la calidad de la fruta, como temperatura, humedad y ventilación?

Durante el transporte es importante mantener:

Temperatura: La pitahaya debe transportarse a una temperatura de 7-10°C para evitar daños por calor o frío excesivos.

Humedad: La fruta necesita una humedad controlada (alrededor del 85-90%) para evitar la deshidratación o la humedad excesiva que puede provocar moho. Ventilación: Los contenedores deben tener una ventilación adecuada para asegurar una circulación de aire adecuada y evitar la acumulación de gases que pueden acelerar el deterioro de la fruta.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

5. ¿Cuánto tiempo suele tardar el envío de pitahaya desde Ecuador a los principales puertos de destino de Estados Unidos?

Los plazos de entrega varían dependiendo del puerto de destino pero suelen ser entre 10 y 15 días. Por ejemplo: De Guayaquil a Miami: unos 10-12 días. De Guayaquil a Los Ángeles: unos 12-14 días. De Guayaquil a Nueva York: unos 14-15 días.

6. ¿Qué factores influyen en la variación de estas condiciones?

Los factores que afectan el tiempo de tránsito incluyen:

Condiciones climáticas: Las tormentas o el mal tiempo pueden retrasar la llegada de los contenedores.

Congestión portuaria: en algunos puertos, como Los Ángeles y Miami, los tiempos de espera pueden ser más largos debido a los altos volúmenes de importación.

Rutas marítimas: La presencia de rutas directas o la necesidad de escalas intermedias pueden aumentar o disminuir los tiempos de viaje.

7. ¿Qué tipo de pruebas o controles de calidad realiza su empresa durante la entrega para garantizar que la fruta le llegue en las mejores condiciones?

Las pruebas incluyen:

Inspección visual: Verificar la calidad de la fruta, asegurándose que esté en buen estado, libre de daños o signos de enfermedades.

Comprobación de temperatura: asegúrese de que el contenedor esté a la temperatura adecuada durante todo el viaje.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Inspección fitosanitaria: Antes del envío, asegurarse de que la fruta cumpla con los requisitos fitosanitarios.

8. Si surgen problemas durante el envío, como retrasos o fruta dañada, ¿qué procedimientos debe seguir su empresa para resolver estos problemas y reducir el riesgo para el exportador?

En caso de retraso o daño, la empresa sigue estos procedimientos:

Evaluación de incidentes: Una investigación realizada para determinar la causa del retraso o daño.

Notificar a las autoridades: En caso de daños, se notificará a las autoridades aduaneras y fitosanitarias.

Indemnización: En caso de daño se negociará una indemnización o se realizará una reclamación a la compañía de seguros si la mercancía está asegurada.

Planes de contingencia: Disponibilidad de rutas de entrega alternativas y mejor gestión del tiempo de tránsito para minimizar el riesgo de retrasos.

9. ¿Cuál es el costo principal del envío marítimo de frutas exóticas como la pitahaya?

Los costos principales incluyen:

Envío marítimo: El costo de envío depende del volumen, peso y destino.

Embalaje: Materiales de embalaje especiales y caja ventilada.

Seguro de carga: cubre todas las pérdidas y daños durante el transporte. Inspección y certificación: Costos relacionados con la cuarentena y certificación vegetal.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tasas portuarias: tasas de carga y descarga en el puerto.

10. ¿Qué estrategias utilizan para optimizar estos costos para los exportadores?

Las estrategias incluyen:

Consolidación de mercancías: agrupar múltiples envíos en un solo contenedor para reducir costos unitarios.

Optimización de rutas: elija las rutas más directas y eficientes para reducir el tiempo de viaje y los costos de transporte.

Negociar con proveedores de logística: buscar mejores tarifas de empresas de transporte por carretera, empresas de transporte y compañías de seguros.

Utilice el contenedor adecuado: elija el contenedor del tamaño adecuado para maximizar su carga y reducir su costo por tonelada.

11. Dado que la pitahaya es un producto de temporada, ¿cómo se ajusta la logística para adaptarse a los cambios de volumen en diferentes épocas del año?

Durante los períodos pico de cosecha, aumentan las opciones de almacenamiento y transporte. Esto incluye rutas planificadas previamente y espacio para contenedores, así como el uso de servicios de transporte flexibles para manejar mayores volúmenes sin demora. El almacenamiento en frío también se puede utilizar para almacenar el exceso de fruta durante la temporada alta.

12. ¿Qué tecnología o sistema de seguimiento utiliza su empresa para monitorear el estado de los envíos de fruta en tránsito?

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

La empresa utiliza sistemas de rastreo GPS y tecnología de rastreo en tiempo real para monitorear los contenedores. También aprovecha las plataformas de gestión de la cadena de suministro que permiten a los clientes recibir actualizaciones en tiempo real sobre el estado y las condiciones de entrega de los contenedores.

13. ¿Cómo garantizar la trazabilidad y seguridad de las mercancías durante el transporte?

La trazabilidad está asegurada mediante el uso de etiquetas RFID y códigos de barras, que permiten identificar cada lote de fruta durante todo el proceso de transporte. Además, se utilizan sellos de seguridad en los contenedores para evitar cambios durante el transporte.

14. ¿Cuánto cuesta enviar un contenedor de pitahaya desde Ecuador a Estados Unidos?

Los costos varían según el puerto de destino, pero enviar un contenedor de 20 pies puede costar entre \$2000 y \$4000, dependiendo de factores como el volumen, el tipo de mercancías y los servicios adicionales (por ejemplo, envío refrigerado o seguro).

15. ¿Qué factores afectan el coste de envío de un contenedor, como el tamaño del contenedor, la época del año o el tipo de transporte utilizado?

Los factores incluyen:

Tamaño del contenedor: Un contenedor de 40 pies suele ser una tonelada más barato que uno de 20 pies, pero el costo total es mayor.

Temporada: durante la temporada alta (por ejemplo, antes de las vacaciones), los precios pueden aumentar debido a la alta demanda de envío.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Tipo de transporte: El uso de transporte refrigerado aumenta significativamente los costos debido a la necesidad de mantener una temperatura constante durante el transporte.

16. ¿Existe un cargo de envío adicional para productos perecederos como la fruta del dragón? ¿Cómo afectan estos costes adicionales al precio final?

Sí, para productos perecederos como la fruta del dragón, a menudo se aplican tarifas adicionales por manipulación especial, como el uso de un contenedor frigorífico. Esto puede aumentar sus costos totales de envío entre un 10% y un 25% en comparación con el envío estándar. Esto se refleja en el precio final, lo que puede provocar un aumento de los costes de exportación.

17. ¿Cuánto varía el costo de envío dependiendo del puerto de destino en EE.UU.?

Los costos de envío varían dependiendo del puerto. Los puertos más cercanos a Ecuador, como Miami y Los Ángeles, suelen ser más baratos en términos de costos de envío debido a la distancia geográfica. En cambio, los costos pueden ser más altos en puertos como Nueva York debido a la congestión y las distancias más largas.

18. ¿Existen diferencias significativas entre California, Florida y Nueva York?

Sí, existen diferencias de costos debido a la congestión en puertos como Los Ángeles, California y Nueva York. Miami, Florida, es generalmente más rentable, mientras que los puertos del noreste tienen precios más altos debido al volumen de tráfico y la infraestructura de manejo de carga.

“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Anexo B Tasas de interés bancario de la CFN



“Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya en la zona de
Los Ríos hacia Estados Unidos.”

Anexo C Formulario Permiso de Funcionamiento



No de Certificado _____

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO No _____

AÑO _____

 000000000

Código del Establecimiento _____

Nombre o Razón Social del Establecimiento: _____

Nombre del Propietario o Representante Legal: _____

Número de RUC del Establecimiento: _____

Ubicación del Establecimiento: _____

Código del Establecimiento: _____

Tipo de Establecimiento: _____

Categoría: _____

Actividad (es): _____

Orden de Pago No: _____

Fecha de Expedición: _____

Fecha de Vencimiento: _____

Administrador: _____

Director Ejecutivo de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)

Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria

Nota: Las condiciones en la cual se expide el Permiso de Funcionamiento, son detalladas en cualquier momento por la Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria.



Ministerio de Salud Pública
Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria
Solicitudes de Permiso de Funcionamiento - ANRCSA

MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA
AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA

SOLICITUD DE PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

Formulario No. PF-ARCSA-2013-001

Fecha de solicitud				
Nombre y razón social del establecimiento:				
Nombre del propietario o representante legal				
Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC)		Código de unidades del propietario del establecimiento:		
Ubicación del establecimiento				
Dirección	Provincia	Cantón	Parroquia	Sección
Tipo de Establecimiento: Categoría de Establecimiento:				
Tipo de empresa Actividad o actividades que se realizarán en el establecimiento: Número de permisos de funcionamiento por tipo de servicios: Criterio principal: Número: Criterio adicional: Criterio: Fecha: Dirección electrónica:				