

**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES  
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**TEMA:**

Estudio de factibilidad para la exportación de galletería con lupinus mutabilis  
hacia España 2021-2025.

**AUTORAS:**

**Guaranga Muñoz Nancy Alicia**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe

**Manobanda Gaibor Daniela Verónica**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Licenciada en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe

**TUTORA:**

Ing. María Josefina Alcívar Avilés, PhD.

**Guayaquil, Ecuador**

**Guayaquil, a los 23 del mes de febrero del año 2022**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES  
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Guaranga Muñoz, Nancy Alicia y Manobanda Gaibor, Daniela Verónica**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe y Licenciada en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

**TUTOR**

---

Ing. María Josefina Alcívar Avilés, PhD.

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.

**Guayaquil, a los 23 del mes de febrero del año 2022**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES  
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Guaranga Muñoz, Nancy Alicia**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad para la exportación de galletería con lupinus mutabilis hacia España 2021-2025**, previo a la obtención del título de **Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 23 del mes de febrero del año 2022**

**LA AUTORA:**

---

**Guaranga Muñoz, Nancy Alicia**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES  
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Manobanda Gaibor, Daniela Verónica**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Estudio de factibilidad para la exportación de galletería proteica con lupinus mutabilis hacia España 2021-2025**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 23 del mes de febrero del año 2022**

**LA AUTORA:**

---

**Manobanda Gaibor, Daniela Verónica**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES  
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **Guaranga Muñoz, Nancy Alicia**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad para la exportación de galletería proteica con lupinus mutabilis hacia España 2021-2025**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 23 del mes de febrero del año 2022**

**LA AUTORA:**

---

**Guaranga Muñoz, Nancy Alicia**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES  
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Manobanda Gaibor, Daniela Verónica**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad para la exportación de galletería proteica con lupinus mutabilis hacia España 2021-2025**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 23 del mes de febrero del año 2022**

**LA AUTORA:**

---

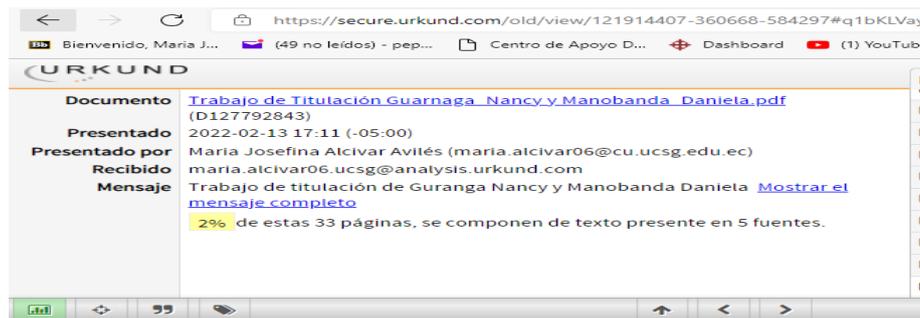
**Manobanda Gaibor, Daniela Verónica**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES  
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**Certificación de Antiplagio**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Estudio de factibilidad para la exportación de galletería con lupinus mutabilis hacia España 2021-2025**, presentado por las estudiantes **Guaranga Muñoz, Nancy Alicia y Manobanda Gaibor, Daniela Verónica**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (2%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.



Ing. María Josefina Alcívar Avilés, PhD.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por ser el motor de mi vida, quien me ha dado sabiduría y fuerza siempre, además, por permitirme tener y disfrutar de mi familia.

Gracias a mi familia por impulsarme en cada decisión y proyecto.

No ha sido sencillo el proceso, pero gracias a sus aportes, a su amor, a sus palabras de ánimo y apoyo, lo complicado de lograr esta meta se ha notado menos, y este nuevo logro es en gran parte gracias a ustedes. Les agradezco, y hago presente mi gran afecto hacia ustedes, mi hermosa familia.

Agradezco inmensamente a mis formadores, personas de gran sabiduría y conocimiento, ya que, con sus enseñanzas y apoyo, constituyen la base de mi vida profesional.

En especial, quiero agradecer a mi tutora de tesis Ing. María Josefina Alcívar, la confianza que deposito en mí, su constante apoyo, por su paciencia, sus indicaciones y orientaciones indispensables en el desarrollo de este proyecto.

*Guaranga Muñoz Nancy Alicia*

Primeramente quiero agradecer a Dios por permitirme vivir este momento por darme la dicha de estar viva y tener una experiencia académica inolvidable, a mis padres quienes han sido mi pilar fundamental desde niña, y me han brindado su amor, sus consejos y su apoyo en todo lo que quería lograr ,gracias a mi universidad por darme la oportunidad de prepararme durante todos estos años y poder convertirme en una profesional y mi querida tutora y docentes por implantar sus conocimientos en todo este trayecto.

*Manobanda Gaibor Daniela verónica*

## DEDICATORIA

A Dios, por su infinita gracia, por darme la vida, por tener la dicha de tener aun a mi familia y por darme la fuerza de llegar hasta aquí.

A mis padres, que creyeron en mí, a pesar de las adversidades que pasaba en el transcurso del camino, me sacaron adelante, dándome ejemplos de fe, superación, dedicación y esfuerzo, por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros se los debo a ustedes entre los que se incluye este. A toda mi familia, es grato compartir mi logro con todos ustedes, ya que me motivaron constantemente para alcanzar mis sueños.

*Guaranga Muñoz Nancy Alicia*

De corazón quiero dedicar mi tesis a mi madre por ser mi apoyo incondicional y compañera desde que nací, por siempre creer en mí, por brindarme tú amor, por traerme a este mundo, motivarme todos los días, gracias mamá, por tanto, sé cuánto significa esto para ti.

En especial quiero dedicarle este logro a mi ángel, mi padre, quien hoy hubiera estado orgulloso de mi una vez más, un momento el cual tanto lo conversábamos desde que empecé la universidad, de cuando llegara este día, gracias a él también pude llegar a lograrlo, gracias a su apoyo, sus consejos y a su amor, por ser esa luz y guía que me protege e ilumina desde el cielo, lo logré papá, esto es para ti.

Gracias queridos padres por siempre haberme guiado por el camino del bien. Esto no hubiera sido posible sin ustedes, los amo.

*Manobanda Gaibor Daniela Verónica*



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES  
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

Ing. María Josefina Alcívar.

TUTOR

---

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.  
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

---

Ing. Echeverría Bucheli Mónica, Mgs.  
COORDINADOR DEL ÁREA

---

Econ.Hidalgo Proaño Jose Luis, Mgs.  
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES  
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**CALIFICACIÓN**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
Daniela Manobanda	<b>10</b>
Nancy Guaranga	<b>10</b>

Ing. María Josefina Alcívar Avilés, PhD.

TUTORA

## Índice de contenido

Introducción .....	2
Capítulo I .....	5
Generalidades de la investigación .....	5
Antecedentes .....	5
Justificación.....	7
Planteamiento del problema .....	8
Formulación del Problema.....	10
Preguntas de Investigación .....	10
Objetivos .....	11
Objetivo General .....	11
Objetivos Específicos.....	11
Limitaciones .....	11
Capítulo II .....	12
Fundamentación teórica de la investigación.....	12
Marco Teórico .....	12
Teorías del comercio internacional .....	12
Seguridad alimentaria .....	12
Teoría de la ventaja absoluta.....	13
Teoría Pura.....	13
Comercio internacional .....	15
Marco Conceptual .....	16
Marco referencial.....	16
Normativas de consumo humano y vulnerable en España .....	17
Legislación de Seguridad Alimentaria en España .....	17
Legislación sobre consumo vulnerable .....	19

Capítulo III .....	25
Metodología .....	25
Método de investigación .....	26
Alcance de Investigación .....	27
Estudio de caso .....	27
Enfoque mixto de la investigación .....	27
Tipo de fuente .....	28
Fuentes primarias de investigación .....	28
Entrevista.....	28
Fuentes secundarias de investigación .....	29
Análisis bibliográfico .....	29
Técnicas e instrumentos de investigación .....	30
Capítulo IV .....	31
Estudio de mercado .....	31
Objetivos .....	31
General.....	31
Específicos .....	31
Segmentación de mercado.....	31
Cultura de negocios .....	32
Análisis de Cinco Fuerzas Porter .....	33
Poder de negociación de los clientes.....	33
Análisis FODA .....	34
Fortalezas.....	34
Análisis Pestel .....	37
Análisis PESTEL del Ecuador. ....	37
Capítulo V .....	42
Estudio Técnico .....	42

Galleta proteica de <i>lupinos mutabilis</i> .....	42
Descripción de <i>lupinos mutabilis</i> .....	42
Morfología de la planta de <i>lupinos mutabilis</i> .....	42
Historia del chocho .....	43
Propiedades del <i>lupinos mutabilis</i> .....	43
Usos de <i>lupinos mutabilis</i> .....	44
Beneficios de <i>lupinos mutabilis</i> .....	44
Advertencias y contraindicaciones.....	45
Producción nacional de lupinos mutabilis .....	45
Zonas de cultivo de lupinos mutabilis .....	45
Clima .....	45
Suelo .....	45
Plagas.....	46
Productos sustitutos.....	46
Información de valor nutricional.....	46
Componentes nutricionales de la galleta proteico lupinos .....	47
Moneda que se utiliza en España .....	47
Proceso de Producción .....	48
Descripción del proceso de producción.....	48
Ingredientes .....	48
Utensilios .....	48
Equipos.....	49
Costos de Producción .....	51
Ingredientes .....	51
Materiales y Herramientas .....	51
Costos de Embalaje.....	52
Certificación de Calidad.....	52

Certificados para ingresar con el producto a España .....	54
Ubicación de la Planta de producción.....	54
Capítulo VI.....	56
Planificación Operativa .....	56
Planificación legal.....	56
Definición de la persona jurídica de la empresa .....	56
Razón social .....	56
Logo del producto .....	57
Slogan .....	57
Requerimientos para constitución de empresa .....	57
Directrices Organizacionales y de Estructura. ....	58
Misión .....	58
Visión.....	58
Objetivos de la empresa.....	58
Objetivo general.....	58
Objetivos específicos .....	58
Valores Corporativos .....	59
Estructura organizacional .....	60
Marketing Estratégico.....	60
Estrategia de precios .....	61
Precio de Introducción .....	61
Publicidad .....	61
Descuentos.....	61
Generar links en Internet.....	61
Las alianzas estratégicas.....	62
La implementación del marketing estratégico en el presente proyecto ...	62
Plan de Acción.....	62

Logística del proyecto.....	64
Embalaje, Etiquetado y condiciones para el transporte de mercadería.....	64
El producto .....	64
La galleta .....	65
Empaque 1 .....	65
Empaque 2 .....	66
Caja de cartón .....	67
Embalaje de cartón.....	67
Etiquetado del empaque .....	68
Control de calidad.....	68
Almacenamiento en el avión durante el transporte .....	69
Términos internacionales de Negociación (Incoterms) .....	69
Aerolínea que se utilizara para exportar el producto y su costo por kilo. .	70
Duración de llegada del producto desde Ecuador a España-Murcia .....	70
Condiciones de Pago.....	70
Cadena de distribución.....	72
Investigación de mercado español .....	73
Análisis de oferta nacional e internacional.....	75
Oferta nacional .....	75
Principales destinos de exportación.....	75
Oferta internacional.....	75
Demanda internacional.....	76
Procedimiento aduanero .....	77
Fase de Preembarque .....	77
Fase Post-Embarque .....	78
Capítulo VII .....	81
Factibilidad financiera .....	81

Requerimiento de Activos.....	81
Capital de trabajo al iniciar el negocio .....	81
Financiamiento .....	82
Cuadro de Amortización de préstamo al 14% capital inicial.....	82
Activos.....	83
Costo de Materia Prima por Año .....	84
Proyección de Venta Estimado (Caja de 15 paquetes – 2 kilos).....	84
Ingresos Totales (Embalaje de 90 paquetes) .....	85
Costos Totales Anuales.....	85
Punto de equilibrio por año.....	86
Estado de resultados (pérdidas y ganancias) .....	86
Balance General.....	87
Flujo Neto de Caja.....	88
Evaluación del proyecto .....	89
Conclusiones .....	90
Recomendaciones .....	91
Referencias.....	92

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> <i>Costo de ingredientes</i> .....	51
<b>Tabla 2.</b> <i>Costos Materiales y herramientas.</i> .....	51
<b>Tabla 3.</b> <i>Costos de embalaje</i> .....	52
<b>Tabla 4.</b> <i>Plan de acción</i> .....	62
<b>Tabla 5.</b> <i>Requerimiento de activos.</i> .....	81
<b>Tabla 6.</b> <i>Capital de trabajo.</i> .....	81
<b>Tabla 7.</b> <i>Financiamiento.</i> .....	82
<b>Tabla 8.</b> <i>Cuadro de Amortización.</i> .....	82
<b>Tabla 9.</b> <i>Activos</i> .....	83
<b>Tabla 10.</b> <i>Costo de Material prima.</i> .....	84
<b>Tabla 11.</b> <i>Proyección de Venta estimado.</i> .....	84
<b>Tabla 12.</b> <i>Ingresos Totales</i> .....	85
<b>Tabla 13.</b> <i>Costos Totales Anuales</i> .....	85
<b>Tabla 14.</b> <i>Punto de equilibrio por año</i> .....	86
<b>Tabla 15.</b> <i>Estado de resultado.</i> .....	86
<b>Tabla 16.</b> <i>Balance General.</i> .....	87
<b>Tabla 17.</b> <i>Flujo neto de caja.</i> .....	88
<b>Tabla 18.</b> <i>Evaluación del proyecto</i> .....	89

## Índice de figura

<b>Figura 1.</b> <i>Proceso de Producción.</i> .....	49
<b>Figura 2.</b> Planta de producción de la empresa. Tomado de Google Maps..¡ <b>Error!</b> <b>Marcador no definido.</b>	
<b>Figura 3.</b> Logo de la empresa.....	57
<b>Figura 4.</b> <i>Logotipo</i> .....	57
<b>Figura 5.</b> <i>Organigrama.</i> .....	60
<b>Figura 6.</b> <i>Publicidad.</i> .....	63
<b>Figura 7.</b> <i>Producto.</i> .....	64
<b>Figura 8.</b> <i>Empaque1 del producto.</i> .....	65
<b>Figura 9.</b> <i>Empaque 2 de frente del producto.</i> .....	66
<b>Figura 10.</b> <i>Empaque 2 al revés del producto.</i> .....	66
<b>Figura 11.</b> <i>Caja de 15 Unidades del producto.</i> .....	67
<b>Figura 12.</b> <i>Caja de embalaje</i> .....	67
<b>Figura 13.</b> Procedimiento Exportaciones. Tomado de: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.....	79
<b>Figura 14.</b> Punto de Equilibrio .....	86

## Resumen

El presente trabajo de investigación consiste en un estudio de factibilidad financiera para la exportación de galletas de chocho desde la Ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo en el Ecuador hacia el mercado de la ciudad de Murcia en España. El estudio consiste en un análisis de mercado objetivo de Murcia y una proyección financiera a cinco años que permita conocer la utilidad de la actividad exportadora de la galleta de chocho. La metodología de investigación fue un enfoque mixto no experimental de alcance descriptivo a través de la utilización de fuentes primarias, utilizando la entrevista como instrumento. La proyección realizada nos permite observar que la actividad financiera es rentable debido a que los parámetros de evaluación el VAN y el TIR arrojan resultados favorables. El crecimiento sostenido en el transcurso del proyecto, permite determinar que al poco tiempo el producto estará posicionado en el mercado de Murcia España. El presente trabajo se constituye como guía para el inversionista en la exportación de productos nutritivos de alta calidad y se convierte en referencia para la exportación de otros tipos de productos alternativos muy apetecidos en España.

**Palabras Claves:** PRODUCCIÓN DE CHOCHOS; OFERTA NACIONAL; DEMANDA INTERNACIONAL; DISEÑO LOGÍSTICO; ANÁLISIS FINANCIERO.

## **Abstract**

The present research work consists of a financial feasibility study for the export of lupine cookies from the City of Riobamba, province of Chimborazo in Ecuador to the market of the city of Murcia in Spain. The study consists of an analysis of the target market of Murcia and a five-year financial projection that allows knowing the usefulness of the lupine biscuit export activity. The research methodology was a non-experimental mixed approach with a descriptive scope through the use of primary sources, using the interview as an instrument. The projection made allows us to observe that the financial activity is profitable because the evaluation parameters, the NPV and the IRR, show favorable results. The sustained growth in the course of the project, allows to determine that soon the product will be positioned in the Murcia Spain market. This work is constituted as a guide for the investor in the export of high-quality nutritional products and becomes a reference for the export of other types of alternative products that are highly desired in Spain.

**Keywords:** LUPINE PRODUCTION; NATIONAL SUPPLY; INTERNATIONAL DEMAND; LOGISTICS DESIGN; FINANCIAL ANALYSIS.

## Introducción

La presente investigación consiste en el estudio de la factibilidad comercial para exportación de galletas de chocho desde la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo, Ecuador hacia la ciudad de Murcia en España.

El chocho se produce en El Ecuador en las provincias de Chimborazo y Cotopaxi, siendo las comunidades de Los cantones Alausí, Colta, Guano, Riobamba, Penipe y Guamote, los que más producen este alimento con una gran carga nutricional rica en proteínas, calcio y fósforo (Marquez, 2016).

El chocho se (*Lupinus mutabilis*) es una leguminosa, de crecimiento herbáceo, el cual se desarrolla en una altura de 2800 m.s.n.m. y a una temperatura de 7 a 14°C. La cosecha consiste en cortar los racimos con hoz o manualmente, para luego ser seleccionadas plantas sanas y cosechar por aparte los ejes centrales, para luego ser trillado de manera manual o trilladoras.

La alimentación saludable se está convirtiendo en una tendencia de evolución fundamental del consumo y la industria a nivel mundial. Una de las diez tendencias alimenticias es el consumo de productos bajos en grasa, que son demandados por el 63% de los consumidores, de los cuales el 55% se centran en productos con poca grasa saturada. El 40% compra alimentos bajos en carbohidratos y el 71% revisa las etiquetas para comprobar la proporción de grasas en los alimentos que quiere comprar (Martínez, 2018).

La galleta es considerada uno de los primeros tipos de horneado de masa sin levadura. En España se llamaba "pan dulce" y es un alimento muy apetecido por niños, jóvenes y adultos. La galleta de chocho constituye una opción de consumo deliciosa y saludable para la sociedad española, especialmente para la ciudad de Murcia.

La investigación se orienta a conocer la factibilidad de la actividad exportadora desde Riobamba hacia Murcia, para lo cual se elabora un estudio del

mercado objetivo de destino y proyección financiera que permita conocer la utilidad de la actividad exportadora de galletas de chocho.

La metodología se basa en los conceptos paradigmáticos del comercio exterior en la línea de la producción de chocho y en su exportación en forma de galleta como un alimento alternativo en la búsqueda de alimentos saludables por parte de ciudadanos españoles.

Mediante la postura paradigmática constructivista se construye un análisis crítico del proceso de industrialización y exportación del chocho en forma de galleta proteica de alta calidad.

Utilizando el método inductivo, permite conducir al lector al análisis del fenómeno sobre la producción de un alimento derivado del chocho y la posibilidad de su venta en el mercado español.

Se utilizará el estudio de caso basado en una observación individual del fenómeno que consiste en la elaboración de galletas con el principal ingrediente, el chocho. El enfoque mixto en el que se integra los métodos cualitativos y cuantitativos permite aprovechar las ventajas de cada uno orientándose a la búsqueda de resultados en fuentes primarias de investigación como libros, revistas científicas, documentos oficiales como el registro fitosanitario, SRI, SENA, informes técnicos, etc.

En el Capítulo I se presentan las generalidades de la investigación que nos permite conocer los antecedentes, la justificación, planteamiento y formulación del problema, las preguntas de investigación, delimitación del problema científico, objetivos y limitaciones del trabajo.

En el Capítulo II se da a conocer el marco teórico, el marco conceptual y marco referencial de la investigación.

En el Capítulo III constituye el marco metodológico de la investigación, metodología, alcance, enfoque y fuentes de investigación.

En el Capítulo IV se realiza el estudio de mercado destino, objetivos, segmentación de mercado, cultura de negocios, las cinco fuerzas de Porter, análisis FODA y PESTEL

En el Capítulo V se realiza el estudio técnico con la descripción del producto hecho a base de *lupinus mutabilis*, morfología de la planta, su historia, propiedades, usos, beneficios, advertencias y contraindicaciones, producción nacional, zona de cultivo, factores medio ambientales, productos sustitutos, valor nutricional, moneda utilizada en España, proceso y descripción de producción, ingredientes, costos de embalaje, certificaciones, ubicación de la planta de producción.

En el Capítulo V se realiza la planificación operativa, planificación legal, directrices organizaciones y de estructura, marketing estratégico, alianzas estratégicas, plan de acción, logística del proyecto, condiciones de pago, créditos a plazo, trámites de exportación, cadena de distribución, investigación del mercado español, análisis de oferta nacional e internacional, demanda internacional, procedimiento aduanero.

En el Capítulo VI se hace el análisis financiero que permite conocer los requerimientos de activos, el capital necesario para iniciar el negocio, los costos e ingresos, el punto de equilibrio, el Estado de Pérdidas y Ganancias, balance general, el flujo neto de cada y la evaluación del proyecto mediante el VAN y la TIR.

# Capítulo I

## Generalidades de la investigación

### Antecedentes

El *Lupinus mutabilis*, conocido en Ecuador como “chocho”, es una leguminosa cuyo cultivo data de dos culturas milenarias procedentes de Egipto y los Andes, que fue domesticada y utilizada para su alimentación hace aproximadamente cuatro mil años. Curiosamente, estas dos culturas sumergieron y lavaron este “Chocho” para eliminar alcaloides antes de usarlo para su consumo. (Tapia Núñez, 2015).

Su origen se remonta a la región andina de Ecuador, Perú y Bolivia, y se han encontrado hallazgos sobre su cultivo con el descubrimiento de semillas en tumbas de la cultura nazca e ilustraciones de la planta en objetos de alfarería en Tiahuanaco con 2700 años de antigüedad. El cultivo del chocho evolucionó paralelamente entre culturas mediterráneas y preincaicas antes de su cruce y encuentro (Eichstetter, 2017).

. (Salazar, 2019)

El chocho es un alimento de alto valor proteico, de grasa y rico en aminoácidos como la lisina y minerales como el hierro, fósforo y calcio que varía entre el 41% y 51%. Por su contenido nutricional es recomendado para niños y mujeres en gestación o lactancia.

En Ecuador, el chocho es cultivado en la zona de la sierra - norte , Chimborazo posee la mayor producción de chocho en el país con alrededor de 800 hectáreas, siendo Guamote uno de sus cantones principales en la siembra de esta leguminosa con el centro de acopio más grande del país con un promedio de 1.200 toneladas anuales, no obstante, tomando en cuenta la producción total del país que es de 1.725 ton., no abastecen la demanda nacional, por lo que en los mercados ingresan chochos importados desde el Perú. Por tal motivo, cada vez más agricultores de la provincia del Chimborazo optan por este cultivo y se

organizan para su comercialización, además de que no requieren de agua de regadío, son rentables y pueden ser co-plantadas o rotadas con otros productos (Márquez, 2020)

La agricultura constituye uno de los sectores más importantes del mundo, y se ha mantenido ausente por la mayor parte de la población. En efecto, no se ha valorado la importancia que merece llegando a ser valorado como un sector marginal con una valoración reducida del empleo y del PIB de los países de amplia presencia agrícola. La crisis de la pandemia por Covid-19 reafirmó la importancia que posee para el país en la protección y difusión de un sistema agroalimentario amplio. Es un sector que ha contribuido social y económicamente por medio de su actividad durante el tiempo que ha durado el estado de emergencia con la producción alimentario durante el confinamiento, reafirmado su valor e importancia como sector. (Soto García, 2020)

En relación a ello, el sector agroalimentario ha logrado sostenerse durante la pandemia por medio de la asociatividad que es el ejercicio de una facultad social que opera de forma colectiva como un mecanismo de acción y relación conjunta entre diferentes actores que van de personas a empresas u organizaciones unidas en la realización de un objetivo común y bien definido.

La asociatividad ha sido un factor fundamental de la producción mediante el apoyo mutuo en la adquisición de insumos, contratación de maquinaria y en la permanencia de la siembra, que en la provincia de Chimborazo y sus alrededores ha puesto énfasis en el manejo sostenible de la agricultura y la alimentación en donde instituciones como el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), la Organización de Naciones Unidas para la Alimentación (FAO), el Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), Agencia Ecuatoriana para la Regulación del Agro (Agrocalidad), entre otras entidades, han reconocido el rol de los pequeños y medianos agricultores y productores de la provincia; en el desarrollo económico, ecológico y social de las comunidades campesinas e indígenas, además de recibir capacitaciones, acompañamiento técnico y certificaciones de buenas prácticas agrícolas (FAO, 2016)

La elaboración de la galletería a base de chocho aumenta la cadena de valor, puesto que diversifica su comercialización y posiciona un producto alimenticio que contribuye y equilibra la salud de los seres humanos. En conclusión, es importante para incentivar la producción activa del chocho que se realicen investigaciones que propongan evolución de la cadena de valor del chocho como también de innovaciones.

### **Justificación**

El presente trabajo investigativo está orientado a la indagación de la factibilidad comercial de la exportación de productos derivados del chocho hacia Europa, puesto que es un producto de alta demanda internacional, y Ecuador como uno de los países originarios de su producción posee una ventaja ya que cuenta con la materia prima demandada por el mercado extranjero.

El desarrollo de la investigación contribuye al estudio del chocho y sus antecedentes desde una perspectiva comercial, lo que facilita que se amplíe un énfasis en la situación del mercado a nivel nacional, de la producción y la condición de la exportación, lo que permite identificar sus condiciones y posibilidades de comercialización a nivel internacional.

La investigación contribuye a comprender el valor e importancia de la producción nacional mediante el reconocimiento del alcance del chocho como producto de exportación, lo que permitirá reconsiderar la apreciación de la potencialidad de Ecuador como un país con valor competitivo en el mercado. De esta manera, también se trabaja en concientizar sobre la importancia de promover productos de calidad nutricional que contribuyan positivamente a la salud del consumidor.

Se propone un estudio de factibilidad que brinde una alternativa a las necesidades de la población que por falta de tiempo o por intolerancia a ingredientes como el gluten o la lactosa requiere de opciones alimenticias.

El desarrollo de la investigación propone a los pobladores de España como beneficiarios directos sin diferencia de género, nivel económico u ocupación

puesto que la exportación de galletería proteica a base de chocho permitirá al país competir con productos alternativos e innovadores con un impacto social derivado de la factibilidad comercial del producto, lo que contribuye a la generación de empleo en la ciudad de Riobamba de la provincia de Chimborazo, ya que se requiere de materia prima y personal dedicado al procesamiento y distribución del producto para su exportación.

Por ende, la finalidad del presente trabajo consiste en dar a conocer una nueva alternativa alimentaria nutritiva a base de Chocho (*Lupinus mutabilis*), como un suplemento proteico que proporcione un mayor bienestar y que mejore la calidad de vida, así mismo, identificar un perfil que se acople al consumidor español partiendo desde los objetivos del Plan Nacional Toda una Vida 2017 – 2021, fomentando la productividad, competitividad y calidad de los productos nacionales e impulsar la producción de alimentos saludables mediante el desarrollo de mercados alternativas que contribuyan a la demanda nacional en lineamiento con la producción local y la pertinencia cultural.

### **Planteamiento del problema**

La actividad industrial alimentaria compone la transformación de los alimentos obtenidos en la agricultura, la ganadería y la pesca, en productos alimenticios dirigidos a la satisfacción de las necesidades y deseos de una población, la cual se encuentra estrechamente relacionada a los cambios producidos a lo largo de la historia. La presencia de productos alimenticios industrializados en el mercado ha representado consigo una diversidad de cuestionamientos sobre su calidad nutricional, el desarrollo de enfermedades como la obesidad y otras enfermedades crónicas se asocia al consumo de estos productos ya que presentan una inferioridad nutricional, en comparación con los alimentos no procesados.

Con ello, el interés del consumidor por los “superalimentos”, término empleado para referirse a productos alimenticios de alto contenido nutricional y antioxidante, es la tendencia creciente que ha direccionado al mercado hacia la búsqueda de alternativas alimentarias. El chocho es un producto milenario que se caracteriza por alto nivel nutricional en proteínas, vitaminas y minerales que son

indispensables para mejorar metabolismo y es útil en la regulación de la glucosa de la sangre en personas diabéticas. El desarrollo de productos derivados de esa leguminosa, representa una alternativa competitiva en la tendencia actual por el consumo de productos saludables.

La aparición de la pandemia por Covid – 19 produjo un impacto negativo en la estabilidad de la agricultura, los agricultores evidenciaron importantes problemas con la producción agrícola procedentes de la dificultad en el transporte de productos a los mercados, seguido de la disminución del valor de la producción, obtención de insumos y dificultades para obtener mano de obra. La pandemia a su vez evidenció el reconocimiento de la agricultura, en relación a la necesidad de promover un desarrollo adecuado de los sistemas agroalimentarios, incentivando la necesidad de trabajar sobre políticas de protección social y mejora de la infraestructura y el mercado, puesto que también garantiza el acceso a alimentos saludables y nutritivos para la población a nivel global.

En Ecuador, la malnutrición es un mal permanente en la población ecuatoriana desde edades tempranas. Alrededor del 23% de niños menores a 5 años padece desnutrición crónica. A medida que la edad avanza se presentan problemas como el sobrepeso y la obesidad (64% del total). El porcentaje de desnutrición crónica en niños de identificación indígena en el 2018 fue de 40,71% del total, en comparación al 21% de niños de identificación étnica mestiza. (Unicef, 2021)

La malnutrición es un problema de gran actualidad que se encuentra muy presente a nivel global, el cual no obtiene una respuesta en la demanda común alimentaria, razón del creciente interés del consumidor por la búsqueda de productos alimenticios que beneficien a la salud.

En lo que respecta a España, el chocho o “altramuz”, nombre con el que también se conoce, es un producto de consumo moderado en comparación con otros cereales, sin embargo, por sus propiedades nutricionales es una alternativa ideal que puede equipararse a las necesidades del consumidor como un producto

que se acopla al ritmo de vida de los españoles y es una alternativa como producto sin gluten y lactosa (Peláez, 2021).

En relación a la cadena de valor, el chocho es un producto de calidad que contribuye al consumidor con beneficios nutricionales, además de que cuenta con un suelo con características y un adecuado para el cultivo. Se identifica que en relación a su proceso se debe fomentar una mejor diversificación de su uso como materia prima, lo cual es reconocido y respondido mediante el desarrollo de la investigación, en la cual también se contribuye a fomentar la generación de empleo, puesto que el desarrollo de una galletería a base de chocho contribuye positivamente a los pobladores de Chimborazo que se dedican a esta actividad para su sustento porque genera un incremento en la recaudación de divisas para la provincia.

### **Formulación del Problema**

¿Cuál es la factibilidad para la exportación de galletería proteica con Chocho *lupinus mutabilis* hacia España 2021-2025?

### **Preguntas de Investigación**

1. ¿Cómo se fundamenta teóricamente esta investigación?
2. ¿Cómo debe ser la planificación operativa de la producción?
3. ¿Cuál es el nicho de mercado para esta producción?
4. ¿Cuál es la factibilidad financiera?

### **Delimitación de la investigación**

**Delimitación del mercado:** El proyecto va dirigido a la población de España que consuman galletas proteicas como alternativa nutricional.

**Delimitación del tiempo:** El periodo a llevar a cabo la presente investigación será entre los años 2021 y 2025.

**Delimitación de producción:** El proceso de producción de la galletería proteica se llevará a cabo en la ciudad de Riobamba de la Provincia de Chimborazo.

**Delimitación teórica:** Ventaja absoluta, ventaja comparativa, ventaja competitiva, teoría del comercio exterior y seguridad alimentaria.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Realizar un estudio de factibilidad para la exportación de galletería proteica con *lupinus mutabilis* hacia España 2021-2025

### **Objetivos Específicos**

- Fundamentar la investigación teóricamente.
- Determinar la planificación operativa.
- Establecer el nicho de mercado.
- Analizar la factibilidad financiera.

## **Limitaciones**

La limitación principal es el estudio de campo directo, ya que por motivos del confinamiento debido al COVID – 19, es complejo realizar viajes hacia la Unión Europea, por lo que como plan de contingencia se realizó todo vía Online.

## **Capítulo II**

### **Fundamentación teórica de la investigación**

En este capítulo, las investigadoras fundamentan teórica y conceptualmente la investigación además de proponer el diseño metodológico con el que se llevará a cabo la recolección de la información y se propone la profunda postura epistemológica de las mismas.

#### **Marco Teórico**

##### **Teorías del comercio internacional**

El comercio tiene un antecedente que remonta de la antigüedad, y posee un lugar en la historia de una nación en la cobertura de las necesidades físicas e intelectuales que la integran. El intercambio de recursos materiales y humanos es elemental en el desarrollo de un sustento fundamental de la vida ya que en las condiciones naturales del mundo no es posible una independencia absoluta que no requiera del intercambio de productos, razón por la cual el comercio es una herramienta fundamental para el sustento y el desarrollo de relaciones a nivel internacional.

Las teorías del comercio internacional son fundamentales en la determinación de flujos, y de manera especial contribuye con el desarrollo de las fuerzas que integran la dinámica. Son aplicadas a nivel empresarial como una forma de identificar estrategias de internacionalización que proporcionen una ventaja en el mercado. Entre las teorías clásicas que componen al comercio internacional y a la investigación se hallan las siguientes:

##### **Seguridad alimentaria**

De acuerdo a una definición propuesta por la FAO en la Cumbre Mundial de la Alimentación (CMA) de Roma en 1996, la seguridad alimentaria se define como la condición de accesibilidad social y económica indefinida que todas las personas tienen hacia alimentos seguros, nutritivos y en la cantidad

necesaria para satisfacerse nutricional y alimentariamente, para de esta manera llevar una vida activa y saludable. (Rodríguez Pecino, 2019)

Según la FAO, la seguridad alimentaria es un derecho de suma importancia para los seres humanos, que debe ser preservado puesto que de él depende el desarrollo de un estado de bienestar y un hábito nutritivo y alimenticio de forma general.

### **Teoría de la ventaja absoluta**

Es un concepto base de la economía y del comercio internacional, elaborada por Adam Smith que consiste en la especialización de los países en la producción de bienes con ventaja absoluta, que impliquen la menor cantidad de recursos destinados a su producción. (López & Wstreicher, 2020)

De acuerdo con esta teoría, la producción de bienes que requieran de un menor gasto de recursos permite a los países productores tener ganancias que les permitirá obtener bienes de otros países, logrando la ventaja absoluta.

### **Teoría Pura**

Es una teoría que indica que el comercio internacional está formado por dos tipos de teoría. Se relaciona al intercambio internacional a partir de las técnicas diferenciales que integran la organización de la demanda entre países que combinan factores y principios asociados a los bienes. Así, los países abiertos al comercio tienen una ventaja en la comercialización sustentada en la implementación de los factores empleados con mayor frecuencia. (EALDE, 2018)

La teoría pura se enfoca la relación entre los participantes de una actividad comercial de intercambio, que engloba a países. Compone una distinción característica de la inmovilidad desde la perspectiva internacional, los factores asociados a la producción, la presencia de sistemas monetarios independientes y de limitaciones políticas.

### **Ventajas competitivas de David Ricardo**

La ventaja competitiva es una teoría económica elaborada por David Ricardo que postula que, si una empresa o país no dispone de ventaja absoluta sobre la producción de una mercancía, pueden comerciar los bienes que representen una ventaja comparativa. Según este autor, a diferencia de la ventaja absoluta, se debe optar por la producción de bienes que produzcan menor costo comparativo y de esta manera, competir en el mercado internacional y desarrollar el comercio internacional. (Jiménez Palacios, 2019)

La teoría de la ventaja competitiva es una teoría que propone una mejora de la teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith, con la diferencia de que establece que los países deben exportar bienes para los que están en capacidad de fabricar a partir de costes relativamente bajos. Y a partir de ello, todo país o empresa se debe especializar en la fabricación de productos a un nivel inferior de coste sin considerar si los requisitos son ventajosos o no.

### **Ventajas competitivas de Porter**

Según Porter, la posición de una empresa en una industria se vincula a la capacidad de producir una rentabilidad superior a la media dentro de su sector, lo que requiere de una ventaja competitiva sostenible.

### **Estrategia de liderazgo en costes**

Consiste en la venta de productos o servicios a un precio menor al de los competidores, no requieren ser superiores, solo tener una calidad determinada.

Se relaciona a los consumidores orientados al precio e involucra a una empresa de cada sector. Parte de la creación de una economía en base a un proceso empresarial, por lo cual requiere de un mercado grande. Corre el riesgo de retrasar su evolución según la innovación tecnológica de los competidores.

### **Estrategia de diferenciación**

Consiste en proporcionar una cualidad diferencial y de un precio superior al producto o servicio que puede relacionarse al diseño, atributo técnico, desempeño, atención al cliente, rapidez de entrega, oferta de servicios complementarios, entre otros. A diferencia del anterior, la diferenciación no es

individual, puede ser replicada por muchas empresas, lo cual destaca en el diseño y rendimiento superior. No se ignora el coste, puesto que el valor adicional debe ser superior a la diferencia en precio de los productos competidores. Es aplicable a mercados poco receptivos al precio y corre el riesgo de que su diferenciación sea emulada por los competidores y no sea valorada adecuadamente.

### **Estrategia del enfoque**

Forma parte de un segmento específico del mercado, a través de la creación de productos y servicios orientados a necesidades y preferencias dirigidas a un mercado menor pero más eficiente. Es importante un equilibrio que proporcione rentabilidad y potencial de crecimiento. El riesgo principal es que la competencia involucre la segmentación y pierda oportunidades en relación a otros segmentos del mercado. (Pérez, 2021)

La adaptación a un entorno competitivo requiere de estrategias de mercado competitivas para una adecuada toma de decisiones. Es importante proponer decisiones que involucren un conocimiento del mercado y de estrategias que propongan una gran eficacia. La estrategia competitiva es un plan orientado al largo plazo enfocado al desarrollo de una sostenibilidad que proporcione un posicionamiento en el mercado. Integra una ventaja competitiva que identifique a los objetivos marcados.

### **Comercio internacional**

El comercio internacional posee la capacidad de proporcionar un aprovechamiento de los recursos que engloban a una nación mediante la optimización de los procesos de producción y ganancia, facilitando un incremento del crecimiento y productividad en el campo económico.

Se define como una actividad económica que consiste en el intercambio de bienes y/o servicios entre personas o empresas de diferentes países y regulada por lineamientos comerciales y de negociación propuestos por la Organización Mundial de Comercio. La liberalización del comercio ha contribuido a incrementar el intercambio internacional logrando el desarrollo de economías abiertas. (Garrido Gálvez , 2021)

El objetivo principal del comercio internacional consiste en la satisfacción de la demanda del consumidor y permite aprovechar la competitividad propia de cada país. Permite a las empresas una accesibilidad a bienes y servicios de forma económica mediante el ofrecimiento de bienes variados.

## **Marco Conceptual**

**Superalimentos:** No hay una definición oficial de superalimentos, desde el punto de vista científico. Se define así a aquellos alimentos que poseen un alto nivel de nutrientes, vitaminas y minerales, con potencial antioxidante y un alto nivel de grasas saludables que protegen la salud y brinda un aporte extra de energía. Mayoritariamente son alimentos crudos porque poseen un valor nutricional superior al de los alimentos cocinados y procesados preservando sus propiedades naturales. (Navarro, 2019)

**Celíaco:** Se define como celíaco a aquel individuo que presenta enfermedad celíaca, la cual es una patología del sistema inmunitario en las personas que sufren daños en su intestino delgado a causa del gluten, una proteína presente en el trigo, centeno y cebada por lo que su consumo es prohibido para su salud (Ruíz, 2019).

## **Marco referencial**

### **Producción de *lupinus mutabilis* en Ecuador**

La producción del *lupinus mutabilis* es realizada en las provincias de la Sierra centro – norte y su cultivo es producido en altitudes de 2.800 a 3.500 metros sobre el nivel del mar; a temperaturas entre 7 a 14 °C. Entre los principales productores de chocho en el Ecuador se encuentra la provincia de Chimborazo, Cotopaxi, Tungurahua, Imbabura y Carchi. En Chimborazo, los principales cantones que lo producen son Alausí, Colta, Riobamba, Penipe, Guano y Guamote. Entre las 4 provincias abarcan la mayor parte de la producción del chocho en el mercado internacional. (Llangari Yaguachi, 2017)

El chocho, como un alimento ancestral del Ecuador abarca una dimensión que va más allá de su aporte nutricional, puesto que su producción ha permitido posicionar al sector de la agricultura fomentando el desarrollo de las comunidades por la posición estratégica que tiene para el mercado internacional.

## **Normativas de consumo humano y vulnerable en España**

### **Legislación de Seguridad Alimentaria en España**

La legislación alimentaria compone la suma de reglas jurídicas que proponen una regulación de la industria alimentaria y que tiene como objetivo la protección de la salud del consumidor mediante el desarrollo de obligaciones legales en materia de higiene y seguridad alimentaria. Protege también al consumidor de fraudes y adulteraciones que fuera del riesgo que pueda representar o no para la salud, reduzca la calidad alimentaria de los productos.

El Reglamento (CE) nº 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de enero de 2002, por el que se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria, se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria, establece el marco de regulación de la Unión Europea en materia de seguridad alimentaria.

Dicho Reglamento fue desarrollado y complementado por varias disposiciones, a las que se denomina en conjunto “paquete de higiene”, entre las que se incluyen el Reglamento (CE) nº 852/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 29 de abril de 2004, relativo a la higiene de los productos alimenticios, el Reglamento (CE) nº 853/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 29 de abril de 2004, por el que se establecen normas específicas de higiene de los alimentos de origen animal, así como el Reglamento (CE) nº 854/2004 y el Reglamento (CE) nº 882/2004, actualmente derogados por el Reglamento (UE) 2017/625 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de marzo de 2017, relativo a los controles y otras actividades oficiales realizados para garantizar la aplicación

de la legislación sobre alimentos y piensos, y de las normas sobre salud y bienestar de los animales, sanidad vegetal y productos fitosanitarios.

Además, desde el 14 de diciembre de 2019, el Reglamento Delegado (UE) 2019/624 de la Comisión, de 8 de febrero de 2019 y el Reglamento de Ejecución (UE) 2019/627 de la Comisión, de 15 de marzo 2019, regulan el control oficial de los productos de origen animal destinados al consumo humano.

Existen también reglamentos de desarrollo del paquete de higiene, que continúan en vigor como son:

- Reglamento (CE) nº 2073/2005 de la Comisión, de 15 de noviembre de 2005, relativo a los criterios microbiológicos aplicables a los productos alimenticios.
- Reglamento (CE) nº 2074/2005 de la Comisión, de 5 de diciembre de 2005, por el que se establecen medidas de aplicación para determinados productos con arreglo a lo dispuesto en el Reglamento (CE) nº 853/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo y para la organización de controles oficiales con arreglo a lo dispuesto en los Reglamentos (CE) nº 854/2004 y 882/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, se introducen excepciones a lo dispuesto en el Reglamento (CE) nº 852/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo y se modifican los Reglamentos (CE) nº 853/2004 y 854/2004.
- Reglamento de Ejecución (UE) 2015/1375 de la Comisión, de 10 de agosto de 2015, por el que se establecen normas específicas para los controles oficiales de la presencia de triquinas en la carne.

Habida cuenta la existencia de este marco normativo comunitario, se hizo preciso adoptar, en el ámbito español, una disposición que clarificase el marco regulador, lo que se concretó en la publicación del Real Decreto 640/2006, de 26 de mayo, por el que se regulan determinadas condiciones de aplicación de las disposiciones comunitarias en materia de higiene, de la producción y comercialización de los productos alimenticios.

Pasada más de una década desde la publicación de los reglamentos del paquete de higiene y del citado real decreto, teniendo en cuenta la experiencia adquirida, los avances científicos y en los sistemas de producción y de comercialización de alimentos, las nuevas demandas de la sociedad y la unidad del mercado interior, fue necesario proceder a la revisión de la normativa nacional sobre higiene de los alimentos.

Así, el Real Decreto 640/2006 ha sido derogado y, desde el 11 de diciembre de 2020, es de aplicación el Real Decreto 1086/2020, por el que se regula la producción y comercialización de la Unión Europea.

Con la publicación de esta norma, España facilita la aplicación de la normativa de la Unión Europea de forma armonizada en todo el territorio nacional y permitiendo alcanzar los objetivos de los reglamentos de higiene en determinados establecimientos alimentarios que, por su especificidad, por su tamaño o capacidad productiva, precisan una consideración diferenciada.

De manera adicional, se integra, simplifica y adapta la normativa nacional sobre higiene de los alimentos que se encontraba dispersa en diversos reales decretos, la mayoría de ellos anteriores a los reglamentos de higiene, y que esta norma deroga. (Aesan, 2020)

## **Legislación sobre consumo vulnerable**

### **1. Objeto del Real Decreto-Ley**

La Nueva Agenda del Consumidor de la Unión Europea para el periodo 2020-2025 identifica la importancia de plantear las necesidades específicas del consumidor que debido a sus características involucren una protección de la garantía en la toma de decisiones que forma parte de las relaciones de consumo alineadas con sus intereses.

La figura del consumidor vulnerable integrada en la normativa autonómica, se incorpora en la normativa estatal, integra la figura de la persona

consumidora vulnerable, de atención de las autoridades públicas y privadas en las relaciones de consumo.

## **2. Concepto de consumidor vulnerable**

La vulnerabilidad influye en la toma de decisiones y conlleva la aceptación de condiciones contractuales que no se aplicaría en otras condiciones. Que el consumidor tenga resultados está condicionado en relación a la dificultad para obtener información sobre una compra, elección y acceso a una práctica comercial determinada. Se considera vulnerable que no involucre circunstancias personales, sino que plantee aspectos de tipo social y demográfico ligado a un mercado determinado.

La normativa conmina a proteger a las personas consumidoras vulnerables, también en relación a la edad, sexo, clase social, origen nacional o étnico, lugar de procedencia, situación familiar, económica, de salud, de violencia, migrante o solicitante de protección internacional, como las personas con carencias económicas o en riesgo de exclusión, o cualquier situación de desventaja en sus relaciones de consumo.

- Afecta a todos los ámbitos de consumo.
- Identifica la vulnerabilidad en un ámbito de consumo, pero no en otro y es una condición que puede variar con el paso del tiempo.

Por ello, el Real Decreto-ley se modifica el artículo 3 de la LGDCU, al que se añade un apartado 2, indica lo siguiente:

“Se entiende como personas vulnerables a aquellas personas físicas que, de forma individual o colectiva, por sus características, necesidades o circunstancias personales, económicas, educativas o sociales, se encuentran, aunque sea territorial, sectorial o temporalmente, en una especial situación de subordinación, indefensión o desprotección que les impide el ejercicio de sus derechos como personas consumidoras en condiciones de igualdad”.

### **3. Otras modificaciones en la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios**

Artículo 8 (sobre derechos básicos de los consumidores y usuarios): se añade un apartado 2, en el que se indica que los derechos de las personas consumidoras vulnerables gozarán de una especial atención, que será recogida reglamentariamente y por la normativa sectorial que en cada caso resulte de aplicación.

Artículo 17 (relativo al derecho a la información): se añade un apartado 3 introduciendo la referencia a las personas consumidoras vulnerables, de forma que se dispone que se prestará especial atención a aquellos sectores que, debido a su complejidad o características propias, cuenten con mayor proporción de personas consumidoras vulnerables entre sus clientes o usuarios, atendiendo de forma precisa a las circunstancias que generan la situación de concreta vulnerabilidad.

Artículo 18 (etiquetado y presentación de bienes y servicios): Se modifica el apartado 2 para establecer que, sin perjuicio de las exigencias concretas que se establezcan reglamentariamente y de la normativa sectorial que en cada caso resulte de aplicación, que prestarán especial atención a las personas consumidoras vulnerables, todos los bienes y servicios puestos a disposición de los consumidores y usuarios deberán ser de fácil acceso y comprensión y, en todo caso, incorporar, acompañar o, en último caso, permitir obtener de forma clara y comprensible, información veraz, eficaz y suficiente sobre sus características esenciales.

Artículo 19 (prácticas comerciales): Se modifica para prever que las prácticas comerciales de los empresarios estarán también sujetas a la Ley de Competencia Desleal y a la Ley de Ordenación del Comercio Minorista.

Artículo 20 (información necesaria en la oferta comercial): se modifica el apartado 2 y se añade un apartado 3 para establecer que la información necesaria a incluir en la oferta comercial deberá facilitarse a los consumidores o usuarios, principalmente cuando se trate de personas consumidoras vulnerables, en

términos claros, comprensibles, veraces y en un formato fácilmente accesible, de forma que aseguren su adecuada comprensión y permitan la toma de decisiones óptimas para sus intereses.

Artículo 43 (cooperación en materia de control de calidad): se modifica con la finalidad de dotar al texto de coherencia semántica y gramatical en relación con la nueva figura de persona consumidora vulnerable.

Artículo 60 (información previa al contrato): se incorpora un segundo párrafo al apartado 1 para prever de manera expresa la información a las personas consumidoras vulnerables, especificando que el empresario deberá facilitar, de forma clara y comprensible, la información relevante, veraz y suficiente sobre las características principales del contrato, en particular sobre sus condiciones jurídicas y económicas, y estableciéndose, sin perjuicio de la normativa sectorial que en su caso resulte de aplicación, los términos y formato en que deba ser suministrada dicha información, principalmente cuando se trate de personas consumidoras vulnerables, para garantizar su adecuada comprensión y que les permita la toma de decisiones óptimas para sus intereses. (BOE, 2021)

La norma modifica la Ley General de Derechos de los Consumidores y Usuarios (LGDCU) y propone un concepto de consumidor vulnerable como aquella persona que en su relación de consumo se halla en una situación de desventaja, desprotección o indefensión, por sus características, necesidades o circunstancias personales que dificulta el ejercicio de sus derechos como personas consumidoras en condiciones de igualdad. A parte, Real-Decreto propone una atención a los derechos del colectivo vulnerable, identificando que los poderes públicos deben trabajar en políticas de garantía para los derechos en condiciones de igualdad, a través de la condición de vulnerabilidad que lo identifican. (ICEX, 2021)

### **Exportación de Ecuador a España**

Ecuador es un país en el cual la producción de chocho ha tenido un incentivo desde el trabajo de los pequeños y mediados productores, abriendo una posibilidad de diversificación que compita en mercados potenciales. En la

provincia de Carchi, la producción de chocho es una constante debido a que en el país hay zonas que cumplen con la condición climática apropiada para su producción. Desde el aspecto nutricional, el chocho es un alimento con un gran aporte nutricional que presenta la posibilidad de competir en el mercado de los superalimentos.

La producción de chocho destinado a la exportación como vía para el desarrollo del sector agrícola es una iniciativa motivada por el ámbito público y privado, el cual, a través del apoyo a la investigación, asistencia técnica, capacitación y cartera crediticia de bajo costo quiere crear las condiciones propicias para su desarrollo. Es así, como el Ministerio de Agricultura y Ganadería mantiene una alianza con empresas extranjeras para la exportación certificada del producto en el mercado extranjero. (Prensa.ec, 2020)

Por ello, desde la perspectiva internacional, la exportación desde Ecuador evidencia que países como Estados Unidos cuentan con la mayor demanda de importación en los últimos años. Otros países que le siguen son Colombia, Francia, Alemania e Italia.

Sin embargo, en España no se presenta una demanda de importancia de un nivel considerable puesto que continúa reducida en comparación a los países anteriores. Sin embargo, en lo que concierne a la exportación de productos a este país, Ecuador ha sido durante muchos años uno de los principales productores, logrando que se vaya creando una aceptación en el mercado español del producto nacional.

España, al ser un país que produce muchos productos agrícolas diferentes, cuenta con un consumo escaso del *lupinus mutabilis* de la región andina de América. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), este país no registra exportaciones del producto, siendo únicamente de consumo interno solo en ciudades como Bilbao, Valencia e Islas Canarias. Hay productos derivados conocidos como altramuces, de la familia de las leguminosas, sin embargo, su consumo no es amplio ni frecuente entre los españoles, pero su importación continúa desarrollándose. A pesar de que su consumo no es habitual, desde el contexto de los superalimentos hay una

potencial posibilidad de que se desarrolle un mercado concerniente a ello.  
(Llangari, 2017)

## **Capítulo III**

### **Marco metodológico de la investigación**

Se comprende como metodología de investigación a una disciplina orientada al desarrollo y organización de técnicas, métodos y procedimientos elementales en el proceso de realización del conocimiento. Implica la suma ordenada de información destinada a un estudio que representará el orden y análisis de los datos recolectados. (Mata Solis, Conceptos básicos de la investigación científica, 2019)

Su uso como instrumento es elemental para alcanzar una lógica que fundamente el conocimiento científico. Por lo cual, es exclusivo de los procesos de investigación, porque es empleada en la ejecución de un plan determinado. Se parte de un proceso de organización, conocimiento, análisis crítico, hipótesis, organización de información y conclusiones, lo cual es elemental para el proceso de investigación.

#### **Metodología**

El paradigma es un modelo conceptual que es empleado como referencia para el desarrollo de la investigación científica. Forma parte de áreas determinadas que son fundamentadas a través de técnicas que proporcionen soluciones a determinados problemas. Por ende, el paradigma compone un marco para la comprensión del fenómeno de la realidad, proporciona una guía hacia interrogantes y problemáticas dentro de un esquema de criterios. (Miranda Beltrán & Ortiz Bernal, 2020)

Por lo tanto, la presente investigación desarrollada se ampara bajo los conceptos paradigmáticos del comercio exterior en la línea de la producción de chocho y la exportación de galletería a base de este. Entre los paradigmas, el constructivismo es un paradigma investigativo que integra una metodología hermenéutica e interpretativa mediante la cual establece un análisis y crítica sobre la construcción del conocimiento en la realidad a través de la comprensión de los

fenómenos que la componen, proporcionándole un significado a las interacciones producidas entre el investigador y el fenómeno investigado. (Peiró, 2021)

En la presente investigación, las investigadoras se acogen a una postura epistemológica de tipo paradigmático constructivista, desde la cual se abordará el estudio del fenómeno que compone a la investigación de la producción de galletas proteico a base de *lupinos mutabilis*, se utilizará el uso de la postura epistemológica paradigmática constructivista para establecer un análisis crítico de todos lo que constituye al proceso del chocho como un producto de potencial diversificación alimentaria, determinando mediante la crítica y el análisis la viabilidad de su comercialización como galletería proteica y su valor potencial como superalimento.

## **Método de investigación**

### **Método inductivo**

El método inductivo es un método científico que se caracteriza por la obtención de una serie de conclusiones o respuestas, desde las cuales se elabora un desarrollo de premisas de carácter particular o específico. Integra elementos como la observación, estudio, clasificación y registro de las premisas que puedan ser productivas. (Calderón, 2021).

La presente investigación se diseñó bajo el método inductivo porque en su desarrollo se emplea la obtención de una porción particular del fenómeno, desde el cual se planteará a través de la generalización un estudio de la investigación. Mediante su aplicación se empleará una parte reducida del fenómeno que corresponde a la producción de productos derivados del chocho y la viabilidad de su comercialización en el mercado extranjero.

## **Alcance de Investigación**

### **Estudio de caso**

El estudio de caso es un método de gran utilidad en el análisis de las situaciones que identifican a un fenómeno, lo que permite identificar los elementos que integran a la investigación. Se define como estudio de caso a la observación de la complejidad, importancia y comprensión de las actividades que forman parte de la investigación. Se enfoca en el caso objetivo de una sola persona o grupo, que es exclusivo y particular de una persona o grupo (Salas Ocampo, El estudio de caso, 2021).

La mayor ventaja del estudio de caso integra un grado de información que se ofrece desde el estudio de lo que conforma a un fenómeno. Engloba el conjunto de circunstancias sobre las que es indispensable obtener un tipo de información de interés en el ámbito investigativo. En la presente investigación se empleará el estudio de caso porque se utilizará una observación individual del fenómeno que compone a la elaboración de productos derivados del chocho. Para ello, se propone un estudio del proceso que conforma su desarrollo y elaboración, como el contexto que rodea su producción y posibilidad como superalimento en el mercado extranjero.

### **Enfoque mixto de la investigación**

Es un tipo de investigación en la cual se utiliza una metodología que integre el método cualitativo y cuantitativo dentro del estudio. A través de su uso se puede aprovechar de mejor manera las ventajas que cada enfoque tiene por separado ofreciendo una apertura que contribuya a la realización de los resultados obtenidos (Ayala, 2021).

Es empleada en el desarrollo de una profundización del problema de investigación. Con la recolección conjunta de datos cuantitativos y cualitativos, el investigador obtiene una mayor comprensión en el desarrollo de la investigación. El enfoque mixto contribuye porque mediante la recolección de información a través de la observación, entrevista y análisis identifica la visión panorámica de los resultados. Por otro lado, la investigación cuantitativa integra una metodología

orientada al uso de datos estadísticos que puedan ser utilizados para medir respuestas, preguntas o para la comprobación de hipótesis.

En la presente investigación se hará uso de la investigación mixta para efectuar una recolección de datos que permita indagar en los aspectos cualitativos y cuantitativos del proceso de producción de chocho, su comercialización y exportación, proporcionando una visión más amplia del fenómeno que lo integra.

## **Tipo de fuente**

### **Fuentes primarias de investigación**

Se define como el material, el objeto, los registros orales, audiovisuales o escritos, oficiales o no oficiales, generados en la época de estudio. Engloba documentos primarios que pueden ser libros, revistas científicas y de entretenimiento, periódicos, diarios, documentos oficiales de instituciones públicas, informes técnicos y de investigación de instituciones públicas o privadas, patentes, normas técnicas (Vizcaíno Verdú, 2020).

### **Entrevista**

La entrevista es una técnica dirigida a la recolección de información y datos que es efectuada a partir de una conversación cuya orientación corresponde a un propósito específico de estudio. Es una técnica muy utilizada para la recolección de datos cualitativos (Mata Solis, 2020).

Es una técnica que facilita la interacción, proporciona la facilidad para crear nuevas hipótesis, y enriquecer enfoques teóricos. Permite obtener información útil desde la perspectiva cualitativa y cuantitativa. Engloba una mayor comprensión de datos obtenidos.

Para el desarrollo de la investigación, se aplicará la entrevista como fuente primaria de información y como método de recolección de datos, y específicamente se utilizará la entrevista a profundidad, la cual será dirigida a 2 expertos en la temática que se detalla a continuación:

- Yoselyn Castro – Jefa comercial de la empresa Quevexport S.A.
- Borys Arteaga – Contador y Docente Universitario

### **Fuentes secundarias de investigación**

La información secundaria, requiere el uso de fuentes documentales y consiste en utilizar datos o medidas recogidos por otros investigadores en contraste con la primaria, que conlleva la recogida de sus propios datos. Hay diferentes razones para desarrollar una investigación secundaria, puede reducir el tiempo y recurso en la recolección de información. Puede también integrar una recopilación de datos que puedan ser analizados en el desarrollo investigativo. Tiene como objetivo profundizar e incrementar el valor de las conclusiones obtenidas previamente, ya que integra un mayor número de datos (Salas Ocampo, 2020).

### **Análisis bibliográfico**

Es un proceso a través del cual se recopilan conceptos con la intención de poseer un conocimiento sistematizado. Tiene como objetivo producir información elemental de un tema particular. Es un tipo de investigación que posee nombres derivados de diferentes fuentes que pueden ser de tipo documental, bibliográfica, de la literatura, secundaria, resumen, entre otras. Es fundamental en el proceso investigativo porque se basa en un enfoque cuantitativo o cualitativo (Salas Ocampo, 2019).

Dentro de la investigación, el análisis bibliográfico es utilizado porque el proceso investigativo mediante la recolección de información bibliográfica permite profundizar en el chocho desde el contexto socioeconómico como producto de exportación, permite ahondar en la importancia que tiene en el ámbito nutricional y en la apertura que su comercialización puede representar para el mercado internacional.

## **Técnicas e instrumentos de investigación**

**La observación:** Es una técnica de investigación de tipo cualitativa que se basa en una participación en profundidad en las situaciones que rodean al fenómeno, dentro del cual se mantiene un rol activo. Se emplea en la indagación de contextos sociales o culturales que permitan identificar un problema facilitando la producción de hipótesis, puede ser simple o directa (Piza Burgos, Amaiquema Márquez, & Beltrán Baquerizo, 2019).

El método de observación proporciona una obtención del registro del comportamiento durante su desarrollo. No se producen errores y se cuenta con una mayor exactitud en la recolección de información, ya que determinado tipo de información solo puede ser recolectada a través de la observación.

El investigador llevará a cabo un tipo de observación simple, puesto que no forma parte del fenómeno, sino que al contrario se hace presente con el único propósito de recolectar información sobre el mismo. Para ello hará uso de la entrevista a profundidad como instrumento de investigación, destinada a un experto en el área de exportación de superalimentos en España.

## **Capítulo IV**

### **Estudio de mercado**

En el presente capítulo se va a determinar el mercado objetivo al que se quiere destinar el producto, su oferta y su demanda, las cinco fuerzas Porter, análisis FODA y análisis PESTEL.

#### **Objetivos**

##### **General**

Obtener información del mercado español sobre el consumo de galletas de chocho con la finalidad de elaborar un estudio técnico – financiero que conduzca a conocer cuál es la factibilidad de exportación del producto hacia ese mercado.

##### **Específicos**

- Encontrar la necesidad para determinar la demanda
- Determinar los productos de consumo alternativos, la competencia y el impacto en el proyecto.
- Puntualizar el conocimiento del mercado sobre el producto y qué interés genera la promoción del mismo.
- Comprobar el grado de aceptación de producto que permita la inserción del mismo en el mercado español.

#### **Segmentación de mercado**

Nos permite realizar un estudio de demanda por segmento de mercado

##### **a. Segmento Geográfico:**

Tipo de Región: Costera

Región: Murcia

Ciudad: Murcia (capital de la región)

Tamaño de la ciudad: Zona metropolitana de diez municipios

Densidad poblacional: Urbana

### **b. Segmento Demográfico:**

Edad:

0 – 14 años Jóvenes

15 – 64 años adultos jóvenes y adultos

65 en adelante: Adultos mayores

Género: Femenino - Masculino

Estado civil: Indistinto.

Situación Económica: Media

Nivel de formación y ocupación: Bajo - Medio

### **c. Segmento Psicológico:**

Personalidad: indistinto

Estilo de vida: Personas que buscan cambios en sus hábitos alimenticios.

Expectativas y beneficios del consumidor: Alimentación sana y vida saludable.

### **d. Segmento Sociocultural**

Cultura: Desarrollada

Creencia: El consumo de productos procesados ricos en azúcar perjudica la salud. Alimentos con base en ingredientes vegetales son buenos para la salud.

Raza: Indistinto.

### **e. Comportamiento del consumidor:**

Tasa de uso: Usuarios frecuentes

Grado de lealtad hacia una marca: alta.

### **Cultura de negocios**

La cultura empresarial de España es el manejo del tiempo. La jornada laboral tiende a ser más larga y dividida en dos partes, separadas por una larga pausa para el almuerzo y a veces puntuada por una o dos pausas para el café. Aunque algunas empresas más grandes están cambiando hacia un horario más típico de 9 a.m. a 5 pm, un día de trabajo que comienza a las 9 de la mañana termina alrededor de las 8 de la tarde, con un largo almuerzo de 2 pm a 5 pm.

Cuando se trata de la cultura de negocios en España, es conveniente llegar siempre a tiempo a las reuniones y citas con los empresarios españoles, al menos hasta que conozca mejor a cada persona y entienda cuál es su filosofía personal sobre la puntualidad.

La cultura de negocios en España está llena de almuerzos y cenas, casi siempre en un restaurante, y es una forma de fortalecer las relaciones. La mayoría de las veces, los asuntos de negocios serios no se discuten hasta el final de la comida, cuando se sirve el café.

- **Idioma en España**

El idioma oficial de España es el Castellano

- **Cadena de distribución del producto en Murcia, España.**

La cadena de distribución se dará mediante la entrega a distribuidores mayoristas (importadores) en base a los INCOTERMS los mismos que se encargarán de la distribución en la ciudad a supermercados y tiendas fitness.

## **Análisis de Cinco Fuerzas Porter**

A continuación, realizaremos un análisis de la empresa utilizando las cinco fuerzas de Porter.

### **Poder de negociación de los clientes.**

Los clientes a menudo verifican precios, comparan y en diferentes ocasiones llegar a conclusiones de cambiar el producto o de no ser fiel a un producto por diferentes variantes, por ende, vamos a ofrecer con las galletas de chochos propiedades nutritivas que promete resguardar la salud de sus familias.

### **Poder de negociación de los proveedores**

Para poder tener un producto de excelente calidad se requiere de una materia de buena calidad, para esto al momento de hacer contrataciones con proveedores es preferible asegurar que el proveedor sea confiable, serio y que sólo se aseguren de entregar una materia prima de primera, para esto se hacen abonos con anticipación para el cumplimiento de las partes.

### **Amenazas de competidores**

Lanzar un producto al mercado hoy en día es algo fácil, lo difícil es que al volver tan sencillo un lanzamiento de producto también con eso llegan competidores nuevos, y existentes, pero para esto se realizarán de manera paulatina diferentes estudios donde se busque innovar el producto a base de chocho sacando diferentes derivados que llamen a más consumidores.

### **Amenaza de productos sustitutos**

En el mercado existen diferentes productos sustitutos como lo son los cereales, las frituras de diferentes marcas, marcas que llevan la delantera en cuanto a innovar productos, que hacen que al producto se le dificulte el fácil ingreso del mismo, además de que en ocasiones estos tienen precios bajos.

### **Rivalidad entre competidores**

Existen competidores tanto pequeños como grandes tales como: Nestlé, Nabisco que ya tienen segmentado el mercado en Murcia, sin embargo, se encuentra incursionando también la marca Superior con las galletas Salticas, galletas apétitas dulces y saladas.

## **Análisis FODA**

### **Fortalezas**

- **Producto con presentación llamativa para los consumidores.**

El producto tendrá una presentación llamativa para los consumidores y didáctica para los niños, para que a primera vista el producto se vea nutritivo.

- **Producto innovador.**

El producto es innovador, ya que es la primera y una nueva forma de comer esta semilla nutritiva.

- **Materia prima fácil de obtener.**

La galleta de chocho tiene su proveedor de chochos directamente de los cantones aledaños a la ciudad de Riobamba por ende la materia prima está cerca de la matriz de la empresa.

- **Personal capacitado.**

El personal de cada área estará capacitado en todo, por ejemplo, en la preparación las personas entenderán del manejo de la semilla, para las estrategias se contratará personal únicamente parado en su cargo.

- **Ingredientes naturales.**

Todos lo ingrediente a utilizar serán de origen natural y nutritivos puesto que es a base de la semilla de chocho según el Instituto Ecuatoriano de Normalización.

## **Oportunidades**

- **Producto rico en minerales y vitaminas.**

Es un producto lleno de nutrientes que ayuda a la buena alimentación.

- **Beneficios medicinales.**

Aporta diferentes beneficios medicinales tales como: en sus nutrientes, ayuda a personas de hipertensión, con diabetes, entre otros.

- **Mercado sin explotar.**

En la actualidad el mercado aun no explota todos los beneficios del chocho.

- **Se puede ampliar el mercado según la demanda**

El producto puede ser llevado a diferentes mercados, y lugares se puede también innovar realizando alguna derivación del mismo.

### **Debilidades**

- **No existe publicidad.**

El producto al ser nuevo en el mercado no tiene publicidad alguna es por tal motivo que se realizaran estrategias de publicidad.

- **Desconocimiento del producto y de sus propiedades.**

Al ser un producto nuevo este no es conocido por ende los consumidores no saben de los beneficios que tiene el chocho lo que puede ser una debilidad al momento de tratar de ingresarlo al mercado.

- **El tiempo de cultivo de la materia prima es variado**

Por diferentes motivos, por desastres naturales, el cultivo de la materia prima no tiene un promedio fijo, por lo que al momento de tener pedidos los mismos se pueden dañar en cuanto al horario.

### **Amenazas**

- **Alta competencia de empresas que se dedican a la elaboración de galletas.**

Al momento de tener ya bastante competencia en el mercado esto puede perjudicar al producto por la acogida que tiene su competencia.

- **Desinterés por parte de los usuarios por desconocer los beneficios de la materia prima del producto.**

Al momento de realizar compras las personas siempre se deciden por buscar los mismos, sin saber los diferentes productos con grandes beneficios que tendrán.

- **Presencia de desastres naturales como: plagas, inundaciones, sequias.**

Un desastre natural es un problema que no nos tiene advertidos por ende los desastres naturales pueden afectarnos en cuanto a cronogramas, producción.

### **Análisis Pestel**

El análisis PESTEL constituye una herramienta de planeación estratégica que le permite a una empresa analizar los factores macroeconómicos del ambiente en el cual opera. En decir, el análisis PESTEL se concentra en analizar las condiciones externas del ambiente.

El análisis PESTEL engloba factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos. En la presente investigación es utilizado para determinar los diferentes factores que definen el entorno concerniente a la exportación de la galleta chochokies hacia España.

### **Análisis PESTEL del Ecuador.**

#### **Político**

Hace referencia a la forma en que las decisiones o posturas gubernamentales a nivel local, regional, nacional e internacional pueden afectar a la marcha del negocio. Los incentivos empresariales, las políticas fiscales, el respaldo de ciertos lobbies, el fomento del comercio exterior, la existencia de tratados internacionales o la propia estabilidad política pertenecen a este grupo.

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) publicado en 201050 establece como órgano rector de la institucionalidad del desarrollo productivo al Consejo Sectorial de la Producción, el cual en el marco de sus atribuciones contempla la definición y coordinación de las políticas de

fomento y desarrollo de las mipymes de forma transversal. En el 2017, se dispone que las atribuciones del Consejo en materia de fomento de las mipymes sean asumidas por el entonces Ministerio de Industrias y Productividad. En 2018 se transfieren las atribuciones del Consejo Sectorial de la Producción al recién creado Consejo Sectorial Económico y Productivo, que un año más tarde adquiere la figura de Gabinete Sectorial Económico y Productivo. Esta instancia tiene el objetivo de formular y aprobar la política intersectorial, bajo un marco de coordinación acompañado de la Vicepresidencia y la Secretaría General de la Presidencia.

En cuanto al apoyo a la producción en el contexto de la pandemia de Covid19, la política se centra en la apertura de nuevos emprendimientos desde el primer día sin requisitos. Los gobiernos autónomos descentralizados (GADs) podrán emitir permisos de operación provisional válidos por 180 días. En este tiempo se deberán regularizar temas tributarios, municipales etc. (Ley Orgánica de Apoyo Humanitario del 19 de junio de 2020).

Plataforma Juntos Ecuador: iniciativa lanzada en mayo 2020 para promover el consumo de productos locales y la vinculación de las mipymes con grandes cadenas comerciales y gremios de la producción.

### **Económico**

Contiene la dimensión macroeconómica que rodea a la empresa, que puede relacionarse a la inflación, el tipo de interés, el Producto Interno Bruto (PIB) y todo lo concerniente a ello, es importante su conocimiento para determinar el éxito de un negocio.

De acuerdo al Banco Central del Ecuador (BCE), el Producto Interno Bruto (PIB) en 2021 registra un crecimiento interanual de 3,55% (USD 68.661 millones en valores constantes año base 2007), una recuperación frente a la contracción de 7,75% de 2020, lo cual evidencia un crecimiento del PIB en comparación al 2,8% proyectado hasta la actualidad.

El incremento se halla relacionado al plan de vacunación, al aumento del crédito del sistema financiero nacional (USD 4.926 millones en el período enero-octubre de 2021) y a la recuperación de la exportación petrolera y al correcto desempeño de la exportación no petrolera, el aumento en el flujo de las remesas, que involucra el consumo final del hogar y la inversión.

La recuperación de 2021 responde al crecimiento del gasto de consumo final de hogares (4,6%), exportaciones de bienes y servicios (4,7%) y formación bruta de capital fijo (FBKF) en 2,6%. En relación a la industria hay un mayor crecimiento en la refinación de petróleo (22,7%); pesca excepto camarón (13,9%); acuicultura y camarón (10,9%); comercio (7,9%) y comunicaciones (6,7%).

En lo concerniente a oportunidades de crédito para los microempresarios, se encuentran aquellos otorgados por instituciones como la CFN Y BIESS de \$ 84,000 hasta \$ 5'000.000 con montos desde USD 25.000 hasta USD 100.000 para segmento PYME, con una tasa desde el 8.95% reajutable con un plazo de 18 meses. Microcrédito de BanEcuador hasta \$ 150,000 a tasas reajustables desde 11,25% hasta 15,30%. Pyme hasta USD 1'000.000 a la tasa reajutable del 9,76%, Reactíivate Ecuador del Banco del Pacífico, de \$ 500 hasta USD 500.000 con una tasa de interés fija de 5% con plazo de hasta 36 meses, alto interés en microcréditos en la banca privada de costo administrativo.

El Programa Reactíivate Ecuador: programa de apoyo crediticio para canalizar recursos públicos a través de entidades financieras públicas, privadas y del sector financiero popular y solidario para la implementación de líneas de crédito enfocadas en las mipymes, artesanos y organizaciones de la economía popular y solidaria (Decreto 1070 del 11 de junio de 2020). El programa cuenta con recursos por un valor de USD 1.150 millones dirigidos a:

- Fondo público: USD 500 millones (aliados internacionales)
- Corporación Financiera Nacional (CFN): USD 260 millones (Banco Mundial)
- Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias (CONAFIPS): USD 90 millones (BID)

- Sistema Financiero privado: USD 300 millones (Corporación Financiera de Desarrollo Internacional -DFC)

### **Socio – cultural**

Se refiere a los programas sociales, culturales y demográficos del mercado, son elementos que afectan de manera favorable o desfavorable, directa o indirectamente los resultados de una empresa debido a que los aspectos sociales cambian y presentan diferentes tendencias.

Desde el ámbito socio – cultural, Ecuador posee una caficultura de amplia relevancia y posicionamiento social en relación a la producción de diferentes tipos de productos en las diferentes provincias del país, lo cual reafirma que forma parte de la actividad productiva, comercial y del modo de vida de la comunidad de las diferentes provincias productoras del país, el cultivo de chocho es una actividad que se encuentra arraigada como tradición familiar en las comunidades de la provincia de Riobamba con un alcance generacional. Dar a conocer la cultura del Ecuador mediante la exportación del producto es un hecho relevante a rescatar en el presente proyecto.

### **Tecnológico**

Se trata de la tecnología y las innovaciones que la rodean y cómo puede influir en el desarrollo de la empresa. Por ello, se estudia el impacto que tiene la tecnología en la empresa, debido a que de ello depende el nivel de penetración en el público objetivo y con ello, el grado de vetustez que pueda tener la empresa en relación al tiempo, y de esta manera determinar las innovaciones que requiera.

Desde el aspecto tecnológico, el productor moderno debe contar con toda la información necesaria acerca de las condiciones climáticas y ambientales del entorno geográfico que corresponde a la zona de cultivo, ya que las limitaciones en el control de plagas, el uso de agua de riego y la condición nutricional del suelo puede afectar de sobremanera el desarrollo de una adecuada producción. La modernización de la agricultura de regadío mediante el proyecto de irrigación tecnificada proporciona a los agricultores una mejora del cultivo rescatándolo de

las condiciones que limitaban la irrigación, donde se utiliza prácticas que no podían cubrir todo el cultivo. El sistema de riego tecnificado parcelario, a través del uso de aspersores, micro aspersores y goteo ha contribuido con el incremento de la producción cada año generando un incremento del 60% para los campesinos.

### **Ecológico**

Se refiere al medio ambiente y a las actividades y regulaciones que se relacionen con ello, lo cual se traduce en la concientización y búsqueda de hábitos de consumo más sostenibles. Dentro de ello, integra regulaciones e incentivos gubernamentales que fomenten el desarrollo y aplicación de medidas de cuidado ambiental. En el Ecuador el cultivo de chocho se localiza en las provincias de Cotopaxi, Chimborazo, Pichincha, Bolívar, Tungurahua, Carchi e Imbabura, ubicadas en la sierra.

### **Legal**

Integra las normativas legales que sustentan y sostienen a la empresa y que son determinantes para su desarrollo y éxito. Para ello se requiere que la empresa y su constitución estén acordes a los lineamientos legislativos.

Dentro de ello se encuentra la ley de apoyo humanitario, aprobada el 12 de noviembre del 2020 establece que trabajadores y empleadores pueden llegar a acuerdos en la modificación de las condiciones económicas en la relación laboral con el objetivo de preservar las fuentes de trabajo y garantizar estabilidad. Proporciona incentivos tributarios orientados a dar créditos productivos y refinanciar créditos presentes a través de la garantía de acuerdos, que pueden ser de utilidad para los productores.

La Ley Orgánica para el Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo y Estabilidad y Equilibrio Fiscal cuya aplicación corresponde al fortalecimiento de Pymes, eliminación del pago mínimo del anticipo del impuesto a la renta y a la reducción gradual del Servicio de Rentas Internas.

## **Capítulo V**

### **Estudio Técnico**

El siguiente capítulo se definirá el *lupinos mutabilis*, sus propiedades y características para posteriormente conocer cómo influye en la alimentación y nutrición humana, cultivo se da por la necesidad de mejorar la alimentación humana desde tiempos de antaño.

#### **Galleta proteica de *lupinos mutabilis***

##### **Descripción de *lupinos mutabilis***

*Lupinus mutabilis*, conocido como tarwui, lupino, chocho o altramuz, es una leguminosa de origen americano, cultivada en los Andes. Por su alto contenido de proteína, similar al de la soja, es considerada una planta de interés para la nutrición humana.

##### **Morfología de la planta de *lupinos mutabilis***

Es una leguminosa herbácea erecta de tallos robustos, algo leñosa. Su tamaño alcanza una altura de 1,8 a 2 m. Su cultivo se lleva a cabo entre los 2000 y 3800 metros de altura, en climas templados y fríos.

El chocho es un producto que los pueblos andinos estiman y saben usar sus propiedades. Se cultiva chocho cuando la tierra no tiene suficientes nutrientes, por su característica fertilizante pues logra que se fije el nitrógeno atmosférico al suelo.

La planta del chocho entra en su máxima floración en los meses de febrero y marzo, por lo que la flor del chocho simboliza para las culturas andinas del norte del Ecuador, la época de florecimiento-primavera y abundancia de granos tiernos para comer, época que es celebrada en la fiesta del Pawkar Raymi.

## **Historia del chocho**

El tarwi es un superalimento que los antiguos peruanos han sabido aprovechar desde antes de los incas. Existen semillas encontradas en sepulturas de la civilización Nasca (500 a 100 años a.C.) y también pinturas de esta planta en ceramios y vasos ceremoniales de la cultura Tiahuanaco (1000 a 500 años a.C.) (Antúnez de Mayolo, 1982). En aquellas épocas tuvo un rol clave en la alimentación y los sistemas de producción agrícola. La legumbre alcanzó su máximo esplendor y mejoramiento en la época incaica, durante la cual era parte importante de la dieta cotidiana del imperio, donde también se preparaba con carne de camélidos y pescado seco en pequeñas cantidades. Era una importante fuente de proteína y ácidos grasos para la población. La primera referencia sobre el tarwi durante la época colonial proviene del cura Valverde, quien, en una carta dirigida al rey de España en 1539, sugiere que los impuestos a los indígenas se paguen con este grano. En esta época y en la República, el tarwi redujo su consumo, lo que lo llevó a desaparecer de algunos sistemas agrícolas. Sin embargo, las comunidades indígenas supieron mantener la variabilidad genética de los cultivos hasta la actualidad.

El origen del lupino se atribuye a dos grandes grupos: los del Viejo Mundo (Mediterráneo), denominados altramuces o Lupinus dulces (*Lupinus albus* L., *Lupinus luteus* L. y *Lupinus angustifolius* L.), y los del Nuevo Mundo (Ecuador, Perú y Bolivia), denominados tarwis o chochos (*Lupinus mutabilis* Sweet) y sus parientes silvestres.

### **Propiedades del *lupinus mutabilis***

El *Lupinus Mutabilis* posee un elevado contenido de ácidos grasos entre los que se destacan los no saturados como el oleico, linoleico y linolénico. Además, tiene menos cantidad de carbohidratos que otras menestras y contiene mayor cantidad de proteínas que la soya.

## **Usos de *lupinus mutabilis***

En cuanto a los usos del chocho, se debe mencionar que la semilla, una vez que se ha desamargado y retirado los alcaloides, es la parte más utilizada de la planta del chocho; la misma que es aprovechada en la alimentación tanto de los seres humanos como de los animales, debido a los diversos nutrientes que posee, destacándola así de otras leguminosas. Se lo puede preparar en purés, ensaladas, pepián, estofados, entre otros.

## **Beneficios de *lupinus mutabilis***

Entre los principales beneficios que brinda tenemos los siguientes:

### **1. Regula la glucosa**

De acuerdo a diversos estudios, el chocho posee menos carbohidratos a comparación de otras menestras, una propiedad que permite regular el contenido de azúcar en la sangre. Por ello, se sugiere que paciente con diabetes la incluyan dentro de su dieta.

### **2. Laxante natural**

Asimismo, tiene la capacidad de limpiar o eliminar los desechos del organismo de forma natural, por su gran cantidad de fibra. Por ello, es el remedio perfecto para purgar el sistema digestivo.

### **3. Combate el estrés**

Contiene un alto porcentaje de triptófano, una sustancia que produce una sensación de tranquilidad, bienestar y optimismo, favoreciendo la reducción de estrés.

### **4. Mejora la digestión**

Debido a su alto porcentaje de fibra, el chocho es ideal para combatir el estreñimiento y para regular la mala digestión. Esto, te permitirá mantener un sistema digestivo sano, evitando la aparición de futuras enfermedades.

Es ideal como alternativa nutricional para los vegetarianos y quienes tienen una dieta pobre. Contribuye a la formación de tejido muscular y a la absorción del calcio. Se recomienda a los niños en etapa de crecimiento, mujeres embarazadas y en periodo de lactancia. Es ideal para los diabéticos debido a su bajo contenido de carbohidratos.

### **Advertencias y contraindicaciones**

Este alimento tiene muchas propiedades y ninguna contraindicación.

### **Producción nacional de lupinos mutabilis**

En Ecuador la producción de chocho andino (*Lupinus mutabilis* sweet) es menor al consumo. Esto provoca que el país debe realizar importaciones desde Perú y Bolivia para satisfacer la demanda local. Anualmente se cosechan algo más de 1.700 toneladas de chocho, según el Ministerio de Agricultura.

### **Zonas de cultivo de lupinos mutabilis**

En el Ecuador el cultivo de chocho se localiza en las provincias serranas de Cotopaxi, Chimborazo, Pichincha, Bolívar, Tungurahua, Carchi e Imbabura.

## **Factores medioambientales**

### **Clima**

Requiere de clima frío y templado. La temperatura óptima para este cultivo se halla entre los 8 y 14°C, no se debe sembrar en áreas con riesgo de heladas y granizadas las cuales afectan en especial la planta en sus fases iniciales de desarrollo, en su edad adulta si las puede soportar.

### **Suelo**

El chocho (*Lupinus mutabilis* Sweet) es un cultivo que exige un suelo bajo en nutrientes y se desarrolla en suelos marginales, sin embargo, su aporte es valioso ya que presenta un alto valor nutritivo, preserva la fertilidad de los suelos, mediante la fijación de nitrógeno; al incorporarlo a la tierra como abono verde en estado de floración, aumenta la cantidad de materia orgánica, mejora la estructura y capacidad de retención de humedad del suelo.

## **Plagas**

Incidencias importantes de las pudriciones radiculares se observan principalmente en zonas lluviosas, suelos compactos, topografía ondulada, ausencia de rotación y falta de control de plagas y enfermedades, falta de fertilización y el no uso de semilla certificada.

Pruebas de patogenicidad permitieron identificar a los hongos: *Fusarium oxysporum*, *Pythium* sp. y *Rhizoctonia solani*, como los patógenos de suelo más importantes del chocho. Entre las principales enfermedades tenemos:

- Fusariosis
- Mal del talluelo
- Rhizoctoniosis
- Enfermedades foliares
- Antracnosis
- Cercosporiosis
- Mancha anular
- Mancha del tallo o ascoquita
- Pudrición blanca
- Roya
- Mildiu

## **Productos sustitutos**

Uno de los productos sustituto del chocho es la soja, por lo que se la conoce como la soja andina del Ecuador.

## **Información de valor nutricional.**

## Componentes nutricionales de la galleta proteico lupinos

**Tabla 1**

*Información Nutricional*

<b>INFORME NUTRICIONAL</b>		
Tamaño por porción		45g
Porciones por envase		3
Energía (calorías) por porción		1006kJ (kcal)
Energía de grasas (calorías de grasa)		377kJ (90kcal)
		% de valor diario*
Grasa total	10g	16%
Grasa saturada	5g	25%
Grasa trans	0g	-
Grasa mono insaturada	4g	-
Grasa poli insaturada	1g	-
Colesterol	16mg	5%
Sodio	150mg	6%
Carbohidratos totales	32g	11%
Fibra dietética	-	5%
Azúcares	8g	-
Proteína	6g	12%
Hierro	-	-
Calcio	-	-

\*Porcentaje de valores diarios basados en una dieta de 2000 calorías.

Elaborado por: Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda  
Gaibor

### Moneda que se utiliza en España

Como en todos los países que pertenecen a la Unión Europea, la moneda oficial es el euro.

## **Proceso de Producción**

Un proceso de producción es el conjunto de actividades orientadas a la transformación de recursos o factores productivos en bienes y/o servicios. En este proceso intervienen la información y la tecnología, que interactúan con personas. Su objetivo último es la satisfacción de la demanda.

Un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran relacionadas entre sí y cuyo objetivo no es otro que el de transformar elementos, sistemas o procesos. Para ello, se necesitan unos factores de entrada que, a lo largo del proceso, saldrán incrementado de valor gracias a la transformación. Se podrían resumir en una combinación de esfuerzo, materia prima e infraestructura.

A continuación, se analizará el proceso de transformación de la harina de chocho en galleta de chocho.

## **Descripción del proceso de producción.**

### **Ingredientes**

- Endulcorante eritritol
- Polvo De Hornear
- Aceite de Oliva
- Esencia de Vainilla
- Harina de Chocho
- Agua purificada

### **Utensilios**

- Bandejas de Acero
- Cucharas de acero
- Mandiles
- Cuchillos

- Guantes
- Malla
- Redecilla para cabello
- Papel para afinado
- Mascarillas
- Manga pastelera
- Espátulas de acero
- Batidor de Acero

### Equipos

- Horno Industrial
- Procesador de Alimentos
- Gas
- Congelador

### Proceso de producción

**Figura 1**

*Proceso de Producción*



*Elaborado por:* Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda Gaibor

#### 1. Recepción de ingredientes

Se reciben todos los ingredientes y se procede a verificar la calidad del producto a recibir.

## **2. Formulación**

Se consideró el peso de la materia prima con el propósito de determinar rendimientos, también la cantidad apta según la capacidad de los equipos.

## **3. Mise en place**

Se ordenan los productos según su uso para cada proceso, al igual que todas las herramientas a utilizar.

## **4. Amasado**

Se procede a adicionar los ingredientes y mezclar poco a poco la harina, el polvo de hornear, edulcorante, esencia de vainilla, agua y aceite de oliva por 10 min aproximadamente hasta obtener una masa homogénea a una temperatura ambiente de 20°C.

## **5. Reposo**

Dejar reposar la masa por 10 min para que fermente la masa

## **6. Moldeado.**

En bandeja de acero se coloca el papel para finado y generar porciones por 11g para cada galleta.

## **7. Horneado**

Se enciende el horno industrial y cuándo esté a 80°C se insertan las bandejas listas para su horneado durante 30 minutos.

## **8. Enfriamiento**

Se deja enfriar las galletas a temperatura ambiente de manera gradual antes de ser empaquetada y de esta forma evitar alteraciones organolépticas de las mismas.

## **9. Empacado**

Luego de estar frías se las empaca en bolsas de polietileno de baja densidad que son las indicadas para preservar las características organolépticas

de las galletas y así también evitar alguna alteración fisicoquímica o microbiológicas.

## 10. Almacenado

Consistió en almacenar la galleta en un lugar con condiciones óptimas libre de agentes patógenos o humedad, se almacenará a temperatura ambiente, estas condiciones mantienen sus características organolépticas.

### Costos de Producción

El costo de producción se los está tomando en cuenta la cantidad por Kilo de Harina a base de chocho con la cual se elaboran 7.5 paquetes.

### Ingredientes

**Tabla 1**

*Costo de ingredientes*

Descripción	Cantidad en gramos a utilizar para 7.5 paquetes	Valor total para 7.5 paquetes
Endulcorante eritritol	25.9 g	\$14.00
Polvo De Hornear	5.18 g.	\$15.90
Aceite de Oliva	111 g o 0.111 L	\$24.00
Esencia de Vainilla	25.9 gr o 0.0259 L	\$30.00
Harina de Chocho	8.58 g	\$36.36
Agua Purificada	74 gr o 0.074 L	\$0.50
	<b>Total</b>	<b>\$295,00</b>

*Elaborado por Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda Gaibor.*

### Materiales y Herramientas

**Tabla 2**

*Costos Materiales y herramientas.*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
-------------	----------	----------------	-------------

Bandejas de Acero	4	\$7.00	\$28.00
Cucharas de acero	12	\$1.33	\$15.96
Mandiles	4	\$10.00	\$40.00
Cuchillos	2	\$15.00	\$15.00
Guantes Desechable	1 caja de 100	\$10.00	\$10.00
Redecilla para cabello	1 caja de 100	\$5.00	\$5.00
Papel para afinado	1 caja de 15. unidades	\$5.00	\$5.00
Mascarillas	1 caja de 50	\$2.00	\$2.00
Manga pastelera	5	\$3.00	\$15.00
Espátulas de acero	2	\$20.00	\$40.00
Batidor de Acero	2	\$15.00	\$30.00
Horno Industrial	1	\$1.845	\$1.845.00
Procesador de Alimentos	1	\$300.00	\$300.00
Gas Industrial	2	\$20.00	\$40.00
Congelador	1	\$800.00	\$800.00
<b>Total</b>			<b>\$3.286,00</b>

*Elaborado por Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda Gaibor.*

### **Costos de Embalaje**

Los costos de embalaje se los detalla por Unidad dependiente la cantidad a utilizar según la demanda del producto.

**Tabla 3. Costos de embalaje**

<b>Descripción</b>	<b>Valor Total</b>
Cartones para 36.	\$0.35
Empaque de Polietileno	\$0.01
Cintas de embalaje	\$1.00
TOTAL	

Elaborado por las autoras

### **Certificación de Calidad**

Para la comercialización de los productos de la industria alimentaria, es importante que la empresa cuente con certificados que garanticen un proceso productivo impecable, los certificados de calidad son otorgados por autoridades

que garantizan la calidad y el comercio justo. Los certificados de calidad son obligatorios según el país al que desee exportar o importar. Los certificados para productos alimenticios son los siguientes: Fairtrade - comercio justo FLO, Iniciativa para el comercio ético, HACCP, Certificación orgánica JAS, Kosher, Naturland, OHSAS, Buenas prácticas de manufactura, Procedimientos estándar de saneamiento operativo (ProEcuador, 2017).

Para obtener un certificado de calidad, se establece un primer contacto entre la empresa y el certificador, seguido de formularios completados preparados por el certificador y luego se procede a la inspección de la empresa que requiere la obtención del certificado. Una vez finalizada la evaluación, la empresa que quiere certificarse recibe documentación veraz y clara de los cambios que debe realizar en sus procesos productivos para obtener el certificado. Cuando la empresa cumple con los cambios requeridos para obtener la certificación, el certificador de certificación emite o es responsable del certificado solicitado a la casa matriz responsable (ProEcuador, 2017).

La empresa exportará un producto procesado al mercado estadounidense para lo cual se requerirán los siguientes certificados:

**Buenas prácticas de fabricación:** es una herramienta básica para la obtención de productos inocuos como alimento, se centra en la higiene y la forma en que se manipulan los alimentos, contribuyen a la producción de alimentos inocuos, saludables e inocuos como alimento. La certificación de alimentos GMP es emitida por organismos de inspección acreditados por el Servicio de Acreditación Ecuatoriano como el (Servicio de Acreditación Ecuatoriano, 2018)

Los requisitos generales cubiertos por estas normas son que las áreas exteriores de la empresa deben mantenerse limpias y en buen estado, las áreas abiertas deben estar despejadas, la estructura debe evitar la acumulación de suciedad y asegurar una temperatura adecuada en las áreas de personal. debe La empresa debe tener uniformes limpios. Los requisitos para el área de producción, los pisos, paredes y techos deben ser fáciles de limpiar y desinfectar,

los envases deben estar limpios y tapados e implementar agentes efectivos de control de plagas y roedores (Servicio de Acreditación Ecuatoriano, 2018).

La empresa utilizará dos tipos de procedimientos operativos de limpieza y desinfección, el SSOP01 LD, que corresponde al control de limpieza diario por turno. Para mantenerlo en orden, limpio y listo para volver a iniciar el proceso, también se utiliza el SSOP03 LM, que corresponde a una limpieza a fondo mensual en las áreas de la empresa para evitar la acumulación de suciedad y escombros.

### **ISO 22000 (Organización Internacional de Normalización):**

Este reglamento fue creado como respuesta al aumento de enfermedades por contaminación de alimentos y la creación de numerosas certificaciones nacionales y privadas. ISO 22000 establece requisitos para un sistema de gestión de seguridad alimentaria y especifica lo que debe hacer una organización para demostrar su capacidad para controlar los peligros de seguridad alimentaria a fin de garantizar la seguridad de los alimentos emitidas por el ARCSA (ProEcuador, 2017).

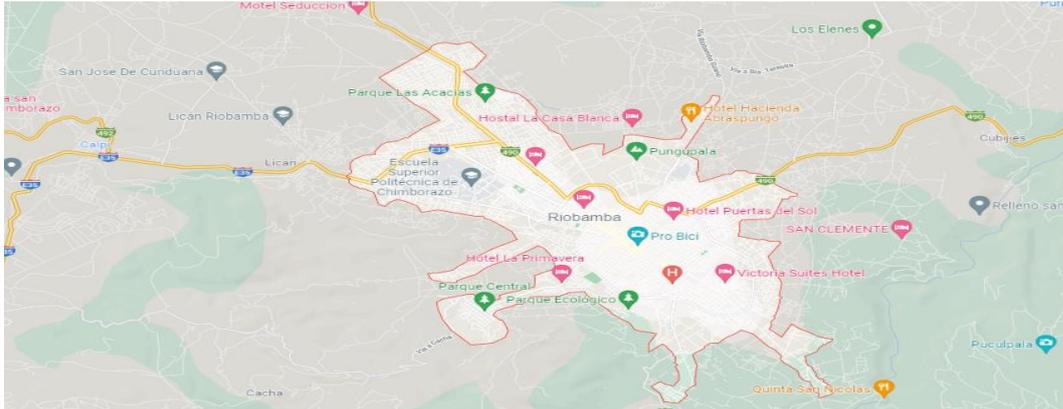
### **Certificados para ingresar con el producto a España**

El certificado sanitario de exportación genérico se emplea para exportaciones de alimentos, piensos, productos de no consumo, animales vivos y material genético (semén, óvulos y embriones), cuando no exista un modelo de certificado sanitario de exportación acordado con el país de destino para el producto que se desea exportar, pero tampoco haya constancia de ninguna restricción aplicable a dicha exportación.

### **Ubicación de la Planta de producción.**

La planta de producción del proyecto estará ubicada en la ciudad de Riobamba de la Provincia de Chimborazo, en donde la producción de chocho es alta y cuenta en sus alrededores con el centro de acopio más grande del país de esta leguminosa. El Terreno es propio y cuenta con 200M2.

**Figura 2**  
*Planta de producción de la empresa.*



*Nota:* Esta figura presenta la ubicación de la planta en la ciudad de Riobamba para la elaboración de la galletería proteica. Tomado de Google Maps .  
<https://www.google.com/maps/place/Av+Edelberto+Bonilla+Oleas,+Riobamba/@-1.6736787,-78.6350913,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91d3a835e0f19cc7:0x64ff18e7cedee027!8m2!3d-1.6736787!4d-78.6329026>

## **Capítulo VI**

### **Planificación Operativa**

En este capítulo se pondrá la planificación legal, la planeación estratégica, descripción del producto que conformará la oferta internacional de la investigación y los procesos de producción.

#### **Planificación legal**

##### **Definición de la persona jurídica de la empresa**

La personería jurídica o personalidad jurídica es el reconocimiento a un ser humano, una organización, una empresa u otro tipo de entidad para asumir una actividad o una obligación que produce una plena responsabilidad desde el punto de vista jurídico, tanto frente a sí mismo como respecto a otros. A continuación, conoceremos como se encuentra conformada legalmente la empresa creada para la exportación de galletas de chocho a España.

##### **Razón social**

Nanda s.a. La empresa tendrá por nombre “nanda s. A.” Cuenta con dos socias que son las autoras del presente proyecto, por lo que se constituirá como sociedad anónima. La actividad comercial es dedicarse al procesamiento de galletas proteicas hecha a base de *lupinos mutabilis* y su exportación, ofreciendo un producto saludable 100% orgánico.

### **Figura 3**

*Logo de la empresa*



*Elaborado por Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda Gaibor.*

### **Logo del producto**

**Figura 4.** *Logotipo*



*Elaborado por Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda Gaibor.*

### **Slogan**

Come sano, vive mucho, mantente saludable.

### **Requerimientos para constitución de empresa**

- SRI: Registro único de contribuyentes
- Super intendencia de Compañías: Registro del Nombre de la empresa
- ARCSA: Permiso de funcionamiento
- ARCSA: Registro del representante técnico
- IEPI: Obtener y registrar la marca

- GAD Riobamba: Patente Municipal
- GAD Riobamba: Permiso de uso de suelo
- GAD Riobamba: Tasa de habilitación y control
- Cuerpo de Bomberos de Riobamba: Permiso de seguridad y trabajo
- Banco Central del Ecuador: Registro de firma electrónica (Security Data)
- SENA: Registro de exportador
- ECUAPASS: Registro de representante legal o titular del producto

## **Directrices Organizacionales y de Estructura.**

### **Misión**

Una compañía que crea alimentos saludables, impulsada por la vitalidad de los alimentos ancestrales, para su rescate, renovación y renacimiento.

### **Visión**

La empresa busca posicionarse como una de las mejores en países europeos en cuanto a snacks nutritivos, galletas, expandiéndose en diferentes sucursales, siendo los pioneros en venta de productos de chochos para el año 2026.

## **Objetivos de la empresa.**

### **Objetivo general**

Producir y comercializar internacionalmente productos para la industria de la galletería garantizando la calidad del producto y la entrega oportuna mediante un servicio que posicione la marca en el mercado de exportación mediante un mejoramiento continuo.

### **Objetivos específicos**

- Ofrecer a los clientes productos de calidad
- Cumplir a cabalidad con las especificaciones demandadas por nuestros clientes

- Establecer un valor agregado al producto mediante el servicio post venta que establezca una relación de confianza y credibilidad.
- Elaborar productos innovadores, deliciosos y a bajo costo
- Ofrecer altos estándares de calidad, asepsia y organización en el proceso de elaboración de nuestro producto.

## **Valores Corporativos**

**Respeto:** Un valor fundamental que consiste en comprender las diferentes opiniones, formas de pensar, criterios, modos de actuar y sentir de los demás, aunque sean distintos al de nosotros. Cada uno de los colaboradores de la empresa se caracteriza por establecer relaciones cordiales, aceptación e inclusión y mostrar empatía entre todos los colaboradores y clientes.

**Lealtad:** Se cuenta con un alto sentido de compromiso y fidelidad por parte de nuestra productora y comercializadora con los clientes, actuando de una manera ética, y moral en cuanto al servicio que ofrecemos basándonos en la calidad

**Responsabilidad Social:** Mostrar seriedad, entrega y dedicación por cada miembro que colabora en la institución, cada uno esmerándose por cumplir con las tareas asignadas de una manera eficiente y eficaz comprometiéndose con la comunidad en general al ofrecer nuevas alternativas para mejorar la calidad de vida y alimentación a través de productos 100 % naturales.

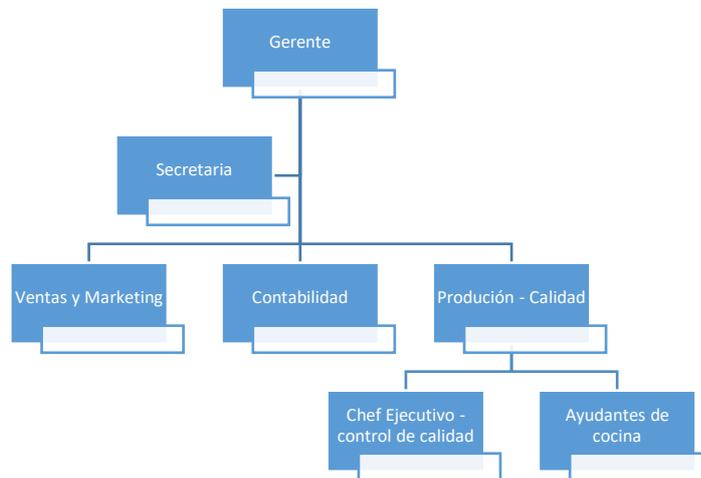
**Cordialidad:** Es la disposición permanente para colaborar a las demás personas, tanto interna como externamente de la compañía. Ofreciendo el mejor servicio posible a nuestros clientes.

**Creatividad:** La empresa se encargará de la búsqueda permanente de técnicas, habilidades, generación de propuestas e ideas que permitan captar clientes potenciales en el mercado de las galletas proteicas.

## Estructura organizacional

**Figura 5**

*Organigrama*



*Elaborado por Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda Gaibor.*

## Marketing Estratégico

Es mediante el marketing estratégico que la empresa se diferencia de la competencia y permite el alcance de los objetivos de venta y consolidación del mercado, propuesto en la presente investigación.

Siendo el precio un aspecto fundamental que genera en el cliente una clara diferenciación entre una empresa y otra, es necesario una estrategia que valiéndose de las Tic's atienda a los clientes en función de sus gustos, preferencias y calidad del producto.

El marketing estratégico consiste en dar a conocer las galletas a base de chocho como una opción al momento de optar por una alimentación saludable y de buen sabor a precios accesibles al mercado español, por lo que el mercado objeto de estudio quedó bien establecida la segmentación hacia quien va dirigido.

El marketing estratégico empieza con un diagnóstico de la competencia para en función de sus fortalezas y debilidades buscar la forma de debilitarla y atraer a sus clientes mediante la implementación de políticas de precio, presentación, tamaño, puntos de venta, etc.

### **Estrategia de precios**

La fijación de precios se lo hará según el nivel de ingresos de la población. Se deberá ofrecer al cliente un producto innovador, de calidad a un precio que sea accesible a su presupuesto y que además pueda competir en el mercado con un valor inferior al de la competencia.

### **Precio de Introducción**

Se busca convencer al cliente que puede acceder a un producto de alta calidad nutricional con las seguridades de una marca con registro sanitario a un precio menor al de la competencia. Se deja claro en la campaña que es un precio de introducción para motivar a probar el producto.

### **Publicidad**

Mediante esta herramienta se propone dar a conocer los atributos y beneficios nutritivos de la galleta a base de chocho. Para esto se requiere de campañas publicitarias intensas mediante el uso de los medios de comunicación masiva como la radio, televisión, diarios de la localidad y las redes sociales.

### **Descuentos**

La política de descuentos consiste en realizar un descuento en función del volumen de compras, la calidad de mayorista, por temporada.

### **Generar links en Internet**

Consiste en anuncios en diferentes páginas en internet que al hacer un clic re dirige a la página donde se da a conocer el producto. Esta estrategia es muy utilizada en redes sociales como Facebook, twitter, Instagram, etc.

## Las alianzas estratégicas

Según Franco & De Lombaerde (2000) sobre las alianzas estratégicas dicen que:

Las alianzas estratégicas constituyen una ventaja competitiva en los países de destino por el conocimiento, la experiencia y la marca que tienen las empresas locales en el momento de competir con aquellas que se convertirían en la competencia. La alianza estratégica puede ser de corta o larga duración o por una actividad o proceso determinado según el acuerdo entre las partes.

## La implementación del marketing estratégico en el presente proyecto

La estrategia de precios, precio de introducción, descuento, publicidad y generación de links en redes sociales se las realizará con una empresa nacional que mantenga alianzas estratégicas con empresas de marketing en España.

El encargado de marketing y publicidad de la empresa se reunirá virtualmente en forma tripartita con los responsables de la empresa nacional y los responsables de la empresa del exterior para diseñar las campañas de marketing estratégico que podrán ser puestas en marcha luego de la aprobación de la gerencia de la empresa.

## Plan de Acción

**Tabla 4.** *Plan de acción*

<b>Acción</b>	<b>Responsable</b>
Investigar y contactar empresas de marketing y publicidad nacionales que tengan alianzas estratégicas con empresas de marketing y publicidad española.	Gerente - jefe de ventas y publicidad
Seleccionar y contratar los servicios de marketing y publicidad con la empresa nacional	Gerente - jefe de ventas y publicidad

---

Diseñar el marketing estratégico conjuntamente con los responsables de la empresa nacional y española. Gerente - jefe de ventas y publicidad

Establecer y presentar el presupuesto Gerente - jefe de ventas y publicidad

Aprobar el Plan y asignar presupuesto Gerente - jefe de ventas y publicidad

Ejecutar el plan de marketing estratégico Gerente - jefe de ventas y publicidad

Realizar seguimiento y evaluación del Plan Gerente - jefe de ventas y publicidad

---

Elaborada por Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda Gaibor.

### Figura 6

*Publicidad*



Elaborado por: Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda Gaibor.

## **Logística del proyecto.**

Aunque por los costos, el transporte más conveniente es el marítimo, la exportación se realiza por transporte aéreo por la rapidez de llegada a su destino teniendo en cuenta que el producto es perecedero.

Al solicitar cotización para flete vía aérea, es importante dar a conocer el peso neto (peso del producto más contenedor), las dimensiones de los bultos (si son cajas; indicar el alto, ancho y largo en centímetros) indicar el nombre del aeropuerto de destino. Se debe especificar quién paga el servicio del flete, si se cancela en el destino, la empresa debe emitir una carta en la que se hace responsable del pago.

Por la naturaleza y alcance del presente proyecto se necesitan exportar mensualmente entre 200 y 300 embalajes de 90 cajas de 15 paquetes cada una, que a la vez contienen empaques de 12 unidades. Se empezará el primer mes con 200 embalajes.

## **Embalaje, Etiquetado y condiciones para el transporte de mercadería.**

### **El producto**

#### **Figura 7**

*Producto*



*Elaborado por Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda Gaibor.*

El producto a ofrecer se llamará “Chochokies” que serán galletas dulces elaboradas a base de chocho que cuenta con ingredientes como: Edulcorante, polvo de hornear, aceite de oliva, esencia de vainilla que será presentado tanto para niños, jóvenes y adultos esencialmente a deportistas los cuáles serán beneficiados por la gran variedad de nutrientes dadas por el producto.

### **La galleta**

La galleta es la unidad mínima de consumo, tiene forma redondeada con un peso de 11.25 g

### **Empaque 1**

#### **Figura 8**

*Empaque del producto.*



*Elaborado por Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda Gaibor.*

## **Empaque 2**

### **Figura 9.**

*Empaque 2 de frente del producto.*



### **Figura 10**

*Empaque 2 al revés del producto.*



El empaque 2 es externo constará de 135g con 3 porciones en donde cada porción es igual a 4 galletas individuales (1 porción = 4 galletas individuales). Por lo tanto, el total por empaque 2 será de 12 galletas individuales (3 porciones = 12 galletas individuales).

## Caja de cartón

### Figura 11

*Caja de 15 Unidades del producto.*



La caja constará de 15 empaques 2 de 135 g que constituyen 180 galletas con un total de 2.025 kg.

## Embalaje de cartón

### Figura 12

*Caja de embalaje*



El embalaje constará de 90 cajas de 2.025 kg que equivalen a 16.200 galletas con un peso total de 182.25 kg.

La razón por la que se eligió el cartón como empaque es porque este material resulta perfecto para conservar alimentos frágiles como son las galletas, debido a que es un material fuerte y resistente y evita que se aplaste el producto. Las cajas de cartón conservan muy bien las propiedades del alimento. Fácil para manipular y transportar.

Cada caja irá marcada con marcas principales (información del importador, lugar de destino y número de bulto), las marcas informativas (lugar de origen, información del exportador, peso bruto, peso neto y dimensiones) y las marcas de manipuleo pertinentes para una carga de naturaleza frágil, estas marcas de manipuleo son indispensables para evitar daños y quiebres en los paquetes internos, y mantener las galletas en óptimo estado para ser consumidas en España.

La caja de embalaje irá sobre el Lower deck pallet acondicionado para el transporte aéreo, los cuales pueden contener carga con volumen de 11.1 metros cúbicos o con un peso neto máximo de 6 669 kgs. por lo que llevará 36 cajas de embalaje, las cajas irán cubiertas de una malla para mantenerla compacta sobre el pallet y facilite su manipulación.

### **Etiquetado del empaque**

Debe de encontrarse debidamente etiquetada con las indicaciones de los cuidados que deben de tener con su traslado, así mismo, todo lo referente a la preparación, componentes, registro sanitario, fecha de vencimiento del producto, así también como el registro de salud de España.

### **Control de calidad.**

Antes del almacenado y después de la cocción de las galletas, se realiza el control de calidad de humedad que puede llevar a un mal sabor y a favorecer el crecimiento bacteriano, contenido en grasa o contenido en aceite, contenido en proteínas y grado de tostado o grado de horneado especial, que se realizaría una vez lista la galleta. Pero también se realizan controles de calidad en cuanto a recogida de materias primas como la harina de chocho, y la masa mezclada se puede analizar para asegurar que los ingredientes individuales se agregan en proporciones adecuadas o que no se pasen por alto los ingredientes principales.

### **Almacenamiento en el avión durante el transporte**

El producto solo requiere un lugar fresco para el almacenamiento en el avión. Debido a que el viaje es corto, de apenas 16 horas como promedio y por el empaque de cartón que lo mantiene fresco, el producto llegará a su destino sin ninguna afectación.

### **Almacenamiento en la empresa distribuidora**

El almacenamiento de las galletas para su distribución solo requiere de un lugar fresco, libre de humedad con un promedio de 20 grados centígrados.

### **Términos internacionales de Negociación (Incoterms)**

Incoterms es un organismo que establece una serie de reglas internacionales para la interpretación de los términos más utilizados en el comercio internacional con la finalidad de evitar incertidumbre o ambigüedad en las diferentes interpretaciones de estos términos utilizados en la negociación internacional.

El presente proyecto utilizará el término de negociación CPT, el cual tiene las siguientes características:

- Este término solo se utiliza en transporte aéreo o terrestre.
- El vendedor debe entregar la mercancía con todos los costos pagados al transportista o remitente e incluir el costo del flete internacional.
- El valor del flete incluye el costo de manejo y tránsito aduanero.
- El vendedor debe notificar.

- El riesgo para el vendedor se transfiere al transportista cuando se entregan las mercancías.

### **Aerolínea que se utilizara para exportar el producto y su costo por kilo.**

La aerolínea a utilizar será la línea Iberia para el transporte del producto desde Guayaquil a Murcia a un valor de 5,45 por kilo de carga.

### **Duración de llegada del producto desde Ecuador a España-Murcia**

El tiempo de llegada desde el aeropuerto de Guayaquil a Murcia se estima entre 16 y 17 horas de vuelo.

### **Condiciones de Pago**

En cuanto a las condiciones de pago tanto exportador como importador deben tener claro el método utilizado que brinde seguridad a ambas partes como es el INCOTERMS.

**Crédito a plazos:** Se lo realiza mediante carta de crédito, el banco pagador cancela el valor de la carta de crédito después de la fecha de envío de la mercancía.

**Trámites de exportación:** La exportación desde el Ecuador requiere la realización de los siguientes trámites:

- Obtener la carta de Crédito: La carta de crédito es un compromiso adquirido por el banco del importador de realizar el pago contra entrega del producto.
- Patente Municipal Anual: Es la licencia anual que expide el Municipio por tributos sobre bienes o servicios prestados.
- RUC: Es el registro único que otorga el SRI para la realización de las declaraciones y pagos de impuestos por parte del contribuyente.
- Registro en la Página Web del SENA: Constituye el registro como calidad de importador en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

## **Documentos para exportar**

Toda exportación deberá ser acompañada de los siguientes documentos:

- RUC de exportador actualizado y catalogado como exportador activo y con permisos para emitir facturas o recibos y guías de referencia.
- Factura comercial original emitida por el exportador con los siguientes datos:
  - Nombres del exportador e importador, con dirección y datos.
  - Detalles técnicos de la mercancía
  - Fecha y lugar de emisión
  - Unidad de medida
  - Cantidad de unidades facturadas
  - Precio unitario
  - Total, de venta
  - Moneda de venta
  - Condición de venta
  - Forma y plazos de pagos
  - Peso bruto y neto
  - Marca
  - Número de bultos
  - Medio de transporte
  - Firma al pie, de la persona responsable de la empresa o del sector de comercio exterior.

### **Autorizaciones previas**

- **Certificado de Origen**

Documento que demuestra que el producto es de origen ecuatoriano que le permite acceder a un trato arancelario preferencial. Es emitido por el Ministerio de Industria, la Subsecretaría de Pesca, la Asociación de Exportadores del Ecuador y cámaras de comercio e industria del país.

Registro de exportador

Obtenida en la página Web del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

- **Conocimiento de embarque**

- **Registro Fitosanitario**

Documento obligatorio para productos de preparación destinados al consumo humano.

- **Guía Aérea**

Contendrá la siguiente información: Nombre y dirección del remitente y del destinatario; embarque y destinos; marcas y numeración; clase; cantidad; peso; volumen; contenidos del paquete; tipo de mercancía; el valor del producto; otros gastos; Condiciones de entrega; entre otros.

- **Lista de empaque – packing list**

Documento que tiene como finalidad informar el contenido, peso bruto y neto de la mercancía a exportar. Lo emite el exportador con membrete de la empresa. Los principales datos contenidos en este documento son:

- Datos del exportador
- Datos del importador
- Marcas y números de los bultos
- Lugar y fecha de emisión
- Modo de embarque
- Cantidad de bultos y descripción de la mercadería
- Lugar y fecha de emisión
- Modo de embarque
- Cantidad de bultos y descripción de la mercadería
- Total de pesos. (Bruto y Neto)
- Tipo de embalaje
- Firma y sello del exportador

La lista de empaque puede omitirse si el envío solo contiene un tipo de mercancía debido a que en este documento se suele solicitar solo para cantidades grandes de envíos o para diferentes tipos de mercancías.

### **Cadena de distribución**

La cadena de distribución del producto consiste en la entrega del producto vía aérea al importador de España, el mismo que se encargará de la colocación del producto en los supermercados de la ciudad de Murcia.

### **Investigación de mercado español**

El mercado galletero español se encuentra en un proceso de transformación hacia una industria moderna, dinámica y abierta al exterior, dejando así atrás su imagen tradicional. Esto se ha traducido en los últimos años en la implantación de nuevos procesos industriales y nuevos modelos de gestión, mucho más profesionalizados, pero, sobre todo, en una completa renovación del lineal galletero, adecuándolo a la nueva demanda del público.

Así, en los últimos años, han proliferado las referencias de alto valor añadido, dirigidas principalmente a los adultos y con un perfil nutricional saludable. Esto ha permitido al mercado mantener sus niveles de actividad en los últimos años y disfrutar de revalorizaciones anuales al valor, también, de la gran acogida que están teniendo las galletas nacionales en el exterior. En el último año, no obstante, la producción galletera cayó ligeramente por el puntual descenso de las exportaciones, un retroceso ya compensado con los envíos realizados fuera de nuestras fronteras en los primeros meses del año. En cualquier caso, en términos económicos, el mercado volvió a crecer, de forma que la asociación Produlce ya lo cuantifica en 1.256,9 M€. Frente a la caída en el exterior, la demanda interna de galletas creció en el último año, impulsada principalmente por las galletas especialidades y las saladas, ambas, con notables crecimientos. Este comportamiento contrasta con el patrón de las galletas saludables como es el caso de nuestro producto hecho en base al chocho y con el nuevo descenso de las destinadas al desayuno, que no terminan de recuperarse pese a los esfuerzos de la industria por impulsar uno de sus buques insignia.

Las galletas son protagonistas del desayuno y merienda de los niños españoles en gran parte de hogares españoles en el momento actual, pero también lo fueron para sus antepasados. Se estima su origen hace 10 000 años, cuando los nómadas descubrieron que cocinando una pasta hecha a base de

cereales se obtenía un producto de consistencia similar al pan, fácil de transportar y de alto contenido energético.

En las últimas décadas, los cambios sociales y culturales han producido grandes modificaciones en los hábitos alimentarios en España, sufriendo la denominada transición nutricional. Los productos procesados e industriales, algunos dirigidos específicamente a la población infantil (entre ellos, las galletas), de mayor densidad energética y ricos en ácidos grasos de origen animal y azúcares, han sustituido en gran parte a los productos frescos y a la dieta mediterránea.

Por otro lado, la obesidad infantil se ha convertido en un grave problema de salud pública, con un alarmante crecimiento en los últimos años en toda Europa, siendo España uno de los países que presenta tasas más altas. Este notable aumento no puede ser atribuido a causas genéticas, sino más bien a factores ambientales, entre ellos, el consumo de alimentos hipercalóricos y la falta de actividad física, creando el llamado ambiente obeso génico, con el cual entra en contacto la población infantil desde edades tempranas.

Aunque no hay datos sobre qué porcentaje de población consume galletas con publicidad de reclamo, sabemos que dicho tipo de promoción de alimentos y bebidas poco saludables es ampliamente reconocida en Europa como un factor de riesgo significativo para la obesidad infantil y el desarrollo de enfermedades no transmisibles (ENT) relacionadas con la dieta.

Lo anteriormente expuesto nos permite deducir que el cuidado de la salud, principalmente de niños y personas de la tercera edad, partiendo de los estudios realizados, es imperativo para la sociedad española, y alimentos saludables como nuestra galleta de chocho será una opción deliciosa, nutritiva y libre de todo riesgo para la salud de la población española.

## **Análisis de oferta nacional e internacional**

### **Oferta nacional**

El ecuatoriano gusta de lo dulce. Y si se trata de una galleta, el paladar nacional privilegia esa preferencia. Aquello se refleja en las ventas de quienes están en el negocio, donde el 60% de la facturación representa las galletas de dulce y el 40% restante las de sal.

La tradición del consumidor ecuatoriano incluso está incidiendo en el desarrollo de nuevos productos en la línea de galletería dulce y en el ingreso de otros competidores nacionales y extranjeros.

Fabricantes como Nestlé, Alincorp, Kraft Foods-Nabisco, Noel, Supermaxi, Arcor y La Universal, que lanzó hace un mes galletas wafers, están en el negocio con más de una veintena de marcas.

Si bien el nivel de consumo de galletas en el país es menor al que registran Argentina, Brasil y Chile, el volumen es atractivo para los fabricantes. Se calcula que el ecuatoriano digiere anualmente entre 2,5 y 3 kilos de este producto.

### **Principales destinos de exportación**

Estados Unidos, Asia y Europa son mercados donde se encuentra la mayoría de consumidores de exportaciones ecuatorianas, según el último reporte estadístico de comercio exterior emitido por la Federación Ecuatoriana de Exportadores (Fedexpor).

### **Oferta internacional**

Documento que envía la empresa exportadora a nuestro cliente en España proponiéndole un acuerdo de compraventa. La oferta será redactada en idioma castellano, usando términos, expresiones y siglas internacionalmente aceptadas.

Contiene los siguientes requisitos:

- Evidenciar una voluntad o deseo de obligarse por parte del oferente para concluir un contrato con el destinatario de la oferta.
- Contener información veraz, clara y precisa, que ayude al destinatario a tomar una decisión al respecto.
- Ser firme y definitiva, sin contener reservas esenciales que pudieran modificar esencialmente las condiciones de un contrato.
- No estar sometida a formalismos salvo que el oferente exija que la aceptación se formule a una manera determinada, a la que deberá ajustarse el aceptante para su validez.
- Referirse a un plazo cierto.

Nuestra oferta internacional contendrá: descripción del producto; cantidad; condiciones de expedición; precio y divisa; condiciones de entrega; condiciones de pago; y plazo de entrega.

### **Demanda internacional**

La demanda del mercado de galletas dulces y saladas va en aumento, lo que genera nuevas oportunidades para que los fabricantes de alimentos desarrollen y consoliden sus marcas. Según Global Industry Analysts, se prevé que el sector panadero y confitero internacional alcance en 2015 los 410.000 M\$ en ingresos, y que el crecimiento se basará principalmente en las galletas saladas y las clásicas. Desde el punto de vista del envasado, la expansión de este mercado está impulsando la demanda de sistemas completamente automatizados que incrementan la eficiencia y permiten un procesamiento más higiénico. Además, la necesidad de equipos flexibles y soluciones a medida, junto con el apoyo de expertos, ayudará a los responsables de marca a aprovechar las oportunidades de mercado en productos de panadería y confitería y a satisfacer las diversas y cambiantes necesidades de los consumidores.

En ciertas regiones del Este y Sur de Europa, así como en Rusia, existe un mercado de galletas en claro crecimiento. Aquí ofrecemos algunas cifras que ponen de relieve las oportunidades de estos mercados. Según Euromonitor International, el índice de crecimiento anual compuesto (CAGR) previsto en el

sector de las galletas a nivel internacional entre 2012 y 2017 es del 2,9%. Aunque en Europa Occidental se espera un crecimiento modesto (del 2,4%), en Rusia se prevé que el mercado crezca un 7,1% y en Turquía un 32,7%.

Para que los fabricantes cubran la creciente demanda de galletas, es importante que cuenten con sistemas de automatización del envasado fiables y flexibles. Los equipos deben estar diseñados para conseguir una producción de gran calidad que cubra la demanda actual y futura; al mismo tiempo, deben ser fáciles de utilizar y mantener. Además, la eficiencia general de los equipos (OEE) sigue siendo un factor importante en las decisiones de compra.

En un producto como las galletas, las tecnologías automatizadas eficaces con líneas de proceso de gran capacidad pueden compensar los márgenes de beneficio bajos. En los centros de fabricación, donde también es importante el espacio, las líneas automatizadas de alta velocidad permiten obtener una productividad mayor en un espacio más reducido. Como no hay dos fabricantes que tengan las mismas necesidades, es crucial recurrir a un proveedor que pueda proporcionar un sistema de envasado a medida de las necesidades específicas.

## **Procedimiento aduanero**

### **Fase de Preembarque**

Empieza con el traslado y presentación de la orden de flete, documento que contiene la información sobre la intención de exportar. El exportador o su agente de aduanas transmite la información destinada mediante el formato electrónico de los pedidos de fletes, que se encuentra publicado en el sitio web de aduanas que registra datos relacionados con las exportaciones tales como: Datos del exportador, descripción comercial, cantidad, peso y factura provisional.

Luego de aprobado el pedido por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), se autoriza el traslado de la carga al área aduanera en donde se registrará el correo a la zona primaria y se enviará para su entrega la mercadería a exportar.

## **Fase Post-Embarque**

Se presenta el Declaración Aduanera Única (DAU) que se realiza después del envío. Llegado la mercadería a la zona primaria de exportación, el exportador tiene 15 días hábiles para regular la exportación presentando el DAU final de exportación.

En el caso de productos frescos perecederos exportados por vía aérea, el plazo es de 15 días hábiles posteriores a la finalización de la fecha de validez del pedido de envío. Envío de la información por los transportistas antes de presentar el DAU final de exportación por vía electrónica, de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transporte.

La información del DAU es validada por SICE basada en la información del manifiesto de carga. Si el proceso de validación es exitoso, se envía un mensaje de confirmación con la nota de la DAU al exportador o agente de aduanas. Luego de numerada la DAU, el exportador o agente de aduanas entrega los siguientes documentos al Departamento de Exportación del distrito por donde partieron las mercancías:

- DAU impresa.
- Orden de Embarque impresa.
- Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
- Documento(s) de Transporte.
- Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique).

A continuación, encontraremos un diagrama que representa el procedimiento de exportación, esta tabla se puede encontrar en el sitio web del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

**Figura 13**

*Procedimiento Exportaciones.*



*Nota:* Esta imagen representa el proceso para la exportación del producto. Tomado de: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. [https://www.google.com/search?q=procedimiento+de+exportaciones&client=safari&hl=es-ec&prmd=ivn&sxsrf=APq-WBv3xT-mIWCfa-aCXFWfrJ--2VM5Ew:1646772370543&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjj\\_a-Rsbf2AhUytjEKHXqiBI0Q\\_AUoAXoECAIQAQ&biw=414&bih=703&dpr=3#imgrc=ssfBSg4RD7ZzKM](https://www.google.com/search?q=procedimiento+de+exportaciones&client=safari&hl=es-ec&prmd=ivn&sxsrf=APq-WBv3xT-mIWCfa-aCXFWfrJ--2VM5Ew:1646772370543&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjj_a-Rsbf2AhUytjEKHXqiBI0Q_AUoAXoECAIQAQ&biw=414&bih=703&dpr=3#imgrc=ssfBSg4RD7ZzKM)

Cuando se trata de gastos relacionados con el proceso de exportación, incluidos, entre otros, los gastos de documentos de exportación, procesos legales, transporte interno y externo, seguros; Los precios propuestos son utilizados por la empresa que tiene un acuerdo sobre el transporte de productos congelados. Este no es el caso de otras empresas de transporte, ya que la carga que se va a enviar es muy propensa a sufrir accidentes.

En España existen leyes y procedimientos de control comunes a nivel nacional, además de normas estrictas mencionadas anteriormente que velan por la seguridad y buen estado de los productos consumidos en ese país. Las autoridades aplican una serie de medidas de control de los productos antes de llegar al mercado, como son la imposición de criterios normalizados con carácter

obligatorio para la producción de alimentos y la recolección previa de muestras comerciales. Los requisitos y garantías que se establecen para los productos nacionales son los mismos que para los productos importados, por lo que es imperativo el cumplimiento de todos los requerimientos impuestos para su distribución y venta en su territorio.

## Capítulo VII

### Factibilidad financiera

En el presente capítulo se hará un análisis financiero que permitirá evaluar la factibilidad económica del proyecto a cinco años desde el 2021 hasta el 2025.

#### Requerimiento de Activos

**Tabla 5**

*Requerimiento de activos.*

MUEBLES DE OFICINA	1.550,00
EQUIPOS DE OFICINA	5.000,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	5.700,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS DE PRODUCCIÓN	3.228,96
VEHÍCULO	26.000,00
MARCAS Y PATENTES	2.000,00
Total	43.478,96

Elaborado por : Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda Gaibor

El Total de activos requeridos para la ejecución del proyecto es de 43.478,97.

#### Capital de trabajo al iniciar el negocio

**Tabla 6**

*Capital de trabajo.*

REQUERIMIENTO DE ACTIVOS	43.478,96
SUELDOS Y SALARIOS DEL PRIMER MES	6.658,91
GASTOS OPERATIVOS DEL PRIMER MES	289.017,38
GASTOS DE VENTAS Y PUBLICIDAD DEL PRIMER MES	1.300,00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO NECESARIO</b>	<b>340.455,25</b>
AJUSTE	44,75
<b>CAPITAL DE TRABAJO NETO</b>	<b>340.500,00</b>

Elaborado por : Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda Gaibor

El capital que se requiere para el inicio del negocio es de 340.500,00.

## Financiamiento

**Tabla 7**

*Financiamiento*

PROPIO	102.150,00	30,00%
PRESTAMO BANCARIO	238.350,00	70,00%
TOTAL	340.500,00	100,00%

Elaborado por : Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda Gaibor

Para financiar el proyecto se necesita la participación propia de 102.150,00 que corresponde al 30% y 238.350,00 de préstamos bancario que corresponde al 70%.

## Cuadro de Amortización de préstamo al 14% capital inicial

**Tabla 8**

*Cuadro de Amortización.*

<u>AÑO</u>	<u>DIVIDENDOS DE CAPITAL</u>	<u>INTERESES</u>	<u>AMORTIZACIÓN</u>	<u>SALDO</u>
				238.350,00
2022	47.670,00	33.369,00	81.039,00	190.680,00
2023	47.670,00	26.695,20	74.365,20	143.010,00
2024	47.670,00	20.021,40	67.691,40	95.340,00
2025	47.670,00	13.347,60	61.017,60	47.670,00
2026	47.670,00	6.673,80	54.343,80	0,00

Elaborado por : Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda Gaibor

La amortización de capital se la hace al 14% de interés con dividendos anuales de 47.670,00.

## Activos

**Tabla 9**

Activos

ITEM	CANT	P/U	TOTAL	
<b>MUEBLES DE OFICINA</b>				<b>1.550,00</b>
ESCRITORIOS EJECUTIVOS	4,00	150,00	600,00	
ESCRITORIO DE GERENCIA	1,00	250,00	250,00	
SILLAS EJECUTIVAS	4,00	60,00	240,00	
1 SILLÓN EJECUTIVO	1,00	80,00	80,00	
ARCHIVADORES	4,00	70,00	280,00	
PERFORADORA, GRAPADORAS, SACAGRAPAS, TIJERAS, OTROS)	4,00	25,00	100,00	
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>		635,00		<b>5.000,00</b>
AIRE ACONDICIONADO	3,00	1.600,00	4.800,00	
TELÉFONOS INALÁMBRICOS	5,00	40,00	200,00	
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>				<b>5.700,00</b>
COMPUTADORAS DE ESCRITORIO	4,00	900,00	3.600,00	
IMPRESORA LASER	1,00	700,00	700,00	
LAPTOP	1,00	1.400,00	1.400,00	
<b>IMPLEMENTOS Y EQUIPOS</b>				<b>3.228,96</b>
Bandejas de Acero	4,00	7,00	28,00	
Cucharas de acero	12,00	1,33	15,96	
Cuchillos	2,00	15,00	30,00	
Espátulas de acero	2,00	20,00	40,00	
Batidor de Acero	2,00	15,00	30,00	
Horno Industrial	1,00	1.845,00	1.845,00	
Cilindro de gas Industrial	1,00	140,00	140,00	
Procesador de Alimentos	1,00	300,00	300,00	
Congelador	1,00	800,00	800,00	
<b>VEHÍCULOS</b>				<b>26.000,00</b>
Camión Hino 3.5 T	1,00	26.000,00	26.000,00	
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>				<b>2.000,00</b>
PATENTES Y MARCAS		2.000,00		
<b>TOTALES .....</b>				<b>43.478,96</b>

Elaborado por : Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda Gaibor

Se detallan los activos fijos y los diferidos.

## Costo de Materia Prima por Año

**Tabla 10**

*Costo de Material prima.*

<b>MATERIA PRIMA</b>	<b>2021</b>	<b>2021</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Harina de Chocho	0,31197	0,34317	0,37748	0,41523	0,45675
Endulcorante eritritol	0,36260	0,39886	0,43875	0,48262	0,53088
Polvo De Hornear	0,08236	0,09060	0,09966	0,10962	0,12059
Aceite de Oliva	0,00266	0,00293	0,00322	0,00355	0,00390
Esencia de Vainilla	0,00078	0,00085	0,00094	0,00103	0,00114
Agua Purificada	0,00004	0,00004	0,00004	0,00005	0,00005
<b>Total (1 KG, 7.5 PAQ. DE 12 GALLETAS)</b>	<b>0,76</b>	<b>0,84</b>	<b>0,92</b>	<b>1,01</b>	<b>1,11</b>

Elaborado por : Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda Gaibor

Con aumento de precios de 10% anual. Se detallan los valores de costo anual por materia prima requerida para la elaboración del producto.

## Proyección de Venta Estimado (Caja de 15 paquetes – 2 kilos)

**Tabla 11**

*Proyección de Venta estimado.*

<b>AÑO</b>	<b>CAJA 15 PQ</b>	<b>EMBALAJE 90 CAJAS</b>
2022	57,03	5.132,76
2023	62,73	5.646,04
2024	69,01	6.210,64
2025	75,91	6.831,70
2026	83,50	7.514,87

Elaborado por : Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda Gaibor

Se proyectan los precios de venta del producto anual por caja de 15 paquetes.

## Ingresos Totales (Embalaje de 90 paquetes)

**Tabla 12**

*Ingresos Totales*

<b>EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO</b>		
<b>AÑO</b>	<b>VENTAS</b>	<b>TOTAL</b>
2022	720,00	3.695.586,77
2023	871,20	4.918.825,99
2024	1.054,15	6.546.957,39
2025	1.275,52	8.714.000,29

Elaborado por : Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda Gaibor

Se proyectan los ingresos anuales por ventas del producto.

## Costos Totales Anuales

**Tabla 13**

*Costos Totales Anuales*

<b>GASTOS ANUALES</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2025</b>	<b>2025</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS	88.431,95	91.160,07	102.637,57	106.193,54	109.879,53
GASTOS OPERATIVOS	3.468.208,51	4.195.269,06	5.075.256,26	6.139.812,66	7.427.797,65
GASTOS FINANCIEROS	33.369,00	26.695,20	20.021,40	13.347,60	6.673,80
GASTOS DE SEGUROS	1.244,37	1.041,34	1.191,91	905,68	619,45
GASTOS DE VENTAS Y PUBLICIDAD	15.600,00	18.000,00	22.800,00	27.600,00	32.400,00
<b>TOTAL.....</b>	<b>3.606.853,83</b>	<b>4.332.165,67</b>	<b>5.221.907,14</b>	<b>6.287.859,48</b>	<b>7.577.370,43</b>

Elaborado por : Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda Gaibor

Se proyectan los costos totales anuales.

## Punto de equilibrio por año

**Tabla 14**

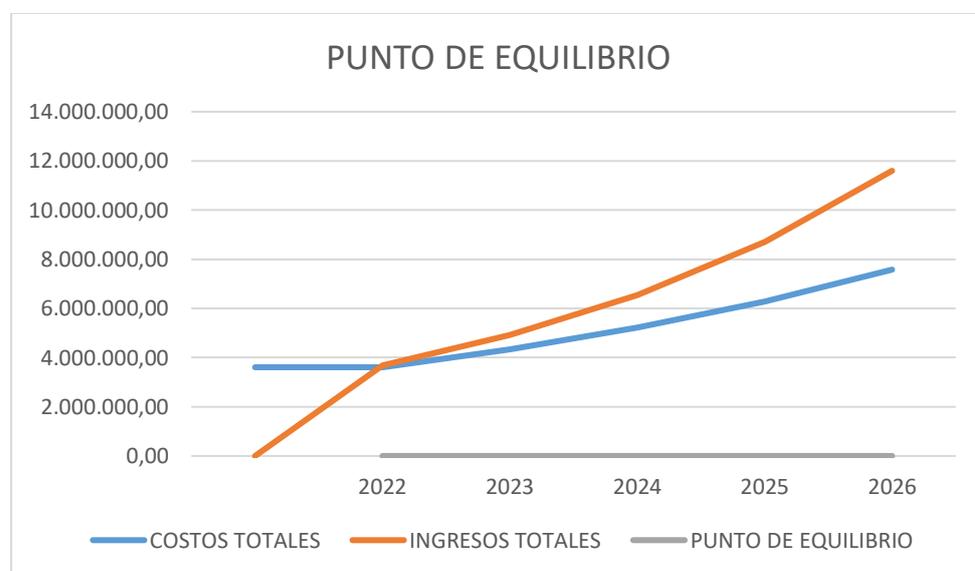
*Punto de equilibrio por año*

	2021	2022	2023	2024	2025
<b>COSTOS</b>					
TOTALES	3.606.853,83	3.606.853,83	4.332.165,67	5.221.907,14	6.287.859,48
<b>INGRESOS</b>					
TOTALES	0,00	3.695.586,77	4.918.825,99	6.546.957,39	8.714.000,29
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>1,17</b>	<b>1,06</b>	<b>0,96</b>	<b>0,72</b>	<b>0,65</b>

Elaborado por : Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda Gaibor

**Figura 14**

Punto de Equilibrio



Elaborado por : Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda Gaibor

El punto de equilibrio se da en el primer año de inicio del negocio.

## Estado de resultados (pérdidas y ganancias)

**Tabla 15**

*Estado de resultado.*

INGRESOS	2021	2022	2023	2024	2025
VENTAS	3.695.586,77	4.918.825,99	6.546.957,39	8.714.000,29	11.598.334,38
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>3.695.586,77</b>	<b>4.918.825,99</b>	<b>6.546.957,39</b>	<b>8.714.000,29</b>	<b>11.598.334,38</b>

<b>GASTOS</b>						
<b>GASTOS</b>						
ADMINISTRATIVOS	88.431,95	91.160,07	102.637,57	106.193,54	109.879,53	
GASTOS OPERATIVOS	3.468.208,51	4.195.269,06	5.075.256,26	6.139.812,66	7.427.797,65	
GASTOS FINANCIEROS	33.369,00	26.695,20	20.021,40	13.347,60	6.673,80	
GASTOS DE SEGUROS	1.244,37	1.041,34	1.191,91	905,68	619,45	
GASTOS DE VENTAS Y PUBLICIDAD	15.600,00	18.000,00	22.800,00	27.600,00	32.400,00	
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>3.606.853,83</b>	<b>4.332.165,67</b>	<b>5.221.907,14</b>	<b>6.287.859,48</b>	<b>7.577.370,43</b>	
<b>UTILIDAD ANTES DEL 15% DE TRABAJADORES</b>						
	88.732,94	586.660,32	1.325.050,25	2.426.140,80	4.020.963,95	
<b>15% TRABAJADORES UTILIDAD ANTES IMPUESTOS</b>						
	0,00	87.999,05	198.757,54	363.921,12	603.144,59	
<b>25% DE IMPUESTOS UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS</b>						
	88.732,94	498.661,27	1.126.292,72	2.062.219,68	3.417.819,36	
	22.183,23	124.665,32	281.573,18	515.554,92	854.454,84	
	<b>66.549,70</b>	<b>373.995,95</b>	<b>844.719,54</b>	<b>1.546.664,76</b>	<b>2.563.364,52</b>	

Elaborado por : Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda Gaibor

Se refleja utilidad desde el primer año de implementación del proyecto.

## Balance General

Tabla 16

Balance General.

ACTIVOS / AÑOS	0	2022	2023	2024	2025	2026
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>						
BANCOS	216.021,04	243.389,37	509.933,26	939.754,48	1.600.797,17	2.576.594,73
MERCADERIA E INSUMOS						
<b>TOTAL CIRCULANTE</b>	<b>216.021,04</b>	<b>243.389,37</b>	<b>509.933,26</b>	<b>939.754,48</b>	<b>1.600.797,17</b>	<b>2.576.594,73</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>						
MUEBLES DE OFICINA	1.550,00	1.550,00	1.271,00	992,00	713,00	434,00
EQUIPOS DE OFICINA	5.000,00	5.000,00	4.100,00	3.200,00	2.300,00	1.400,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	5.700,00	5.700,00	4.788,00	3.876,00	2.964,00	2.052,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS DE PRODUCCIÓN	3.228,96	3.228,96	2.712,33	2.195,69	1.679,06	1.162,43
VEHÍCULO	26.000,00	26.000,00	21.840,00	17.680,00	13.520,00	9.360,00
<b>SUBTOTAL DE ACTIVO FIJO</b>	<b>41.478,96</b>	<b>41.478,96</b>	<b>34.711,33</b>	<b>27.943,69</b>	<b>21.176,06</b>	<b>14.408,43</b>
(-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVO FIJO		6.488,63	6.488,63	6.488,63	6.488,63	6.488,63
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>41.478,96</b>	<b>34.990,33</b>	<b>28.222,69</b>	<b>21.455,06</b>	<b>14.687,43</b>	<b>7.919,79</b>
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>						
PATENTES Y MARCA	2.000,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
<b>SUBTOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>2.000,00</b>	<b>400,00</b>	<b>400,00</b>	<b>400,00</b>	<b>400,00</b>	<b>400,00</b>
(-) AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO		<b>400,00</b>	<b>400,00</b>	<b>400,00</b>	<b>400,00</b>	<b>400,00</b>
<b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>259.500,00</b>	<b>278.379,70</b>	<b>538.155,95</b>	<b>961.209,54</b>	<b>1.615.484,60</b>	<b>2.584.514,52</b>
<b>PASIVOS</b>						

DOCUMENTOS POR PAGAR	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PASIVO A CORTO PLAZO</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>						
PRESTAMO BANCARIO	238.350,00	190.680,00	143.010,00	95.340,00	95.340,00	47.670,00
<b>TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO</b>	<b>238.350,00</b>	<b>190.680,00</b>	<b>143.010,00</b>	<b>95.340,00</b>	<b>47.670,00</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>238.350,00</b>	<b>190.680,00</b>				
PARTIMONIO						
<b>CAPITAL</b>	<b>21.150,00</b>	<b>21.150,00</b>	<b>21.150,00</b>	<b>21.150,00</b>	<b>21.150,00</b>	<b>21.150,00</b>
UTILIDADES RETENIDAS AÑOS ANTERIORES						
UTILIDAD DEL EJERCICIO		66.549,70	373.995,95	844.719,54	1.546.664,76	2.563.364,52
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>21.150,00</b>	<b>87.699,70</b>	<b>395.145,95</b>	<b>865.869,54</b>	<b>1.567.814,76</b>	<b>2.584.514,52</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>259.500,00</b>	<b>278.379,70</b>	<b>538.155,95</b>	<b>961.209,54</b>	<b>1.615.484,76</b>	<b>2.584.514,52</b>

Elaborado por : Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda Gaibor

La caja es una cuenta de ajuste por que es la que acumula la utilidad de cada año.

El balance general indica la solidez financiera del proyecto en los cinco años de ejecución.

## Flujo Neto de Caja

**Tabla 17**

*Flujo neto de caja*

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	TOTAL
<b>INGRESOS</b>	3.695.586,77	4.918.825,99	6.546.957,39	8.714.000,29	11.598.334,38	35.473.704,81	
<b>COSTO VARIABLES</b>	2.680.684,51	3.243.918,66	5.063.625,74	4.749.421,31	5.746.799,78		
CONTRIBUCION MARGINAL	1.014.902,26	1.674.907,33	1.483.331,65	3.964.578,98	5.851.534,60	<b>35.473.704,81</b>	
<b>COSTOS FIJOS</b>							
SUELDOSO Y SALARIOS	88.431,95	91.160,07	102.637,57	106.193,54	109.879,53		
ARRIENDO DE PLANTA Y OFICINAS	4.800,00	5.280,00	5.808,00	6.388,80	7.027,68	29.304,48	
SERVICIOS BASICOS E INTERNET	2.400,00	2.640,00	2.904,00	3.194,40	3.513,84	14.652,24	
MANTENIMIENTO Y COMBUSTIBLE DE VEHICULO	1.200,00	1.320,00	1.452,00	1.597,20	1.756,92	7.326,12	
GASTOS GENERALES	360,00	396,00	435,60	479,16	527,08		
GASTOS DE VENTAS Y PUBLICIDAD	15.600,00	18.000,00	22.800,00	27.600,00	32.400,00		
GASTOS DE SEGUROS	1.244,37	1.041,34	1.191,91	905,68	619,45		
GASTOS FINANCIEROS:							
INTERESES PAGADOS POR PRÉSTAMOS BANCARIOS	33.369,00	26.695,20	20.021,40	13.347,60	6.673,80		
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>114.036,32</b>	<b>119.837,41</b>	<b>137.229,08</b>	<b>146.358,78</b>	<b>155.724,50</b>	<b>51.282,84</b>	
UTILIDAD ANTES DEL 15% DE TRABAJADORES	900.865,94	1.555.069,92	1.346.102,57	3.818.220,19	5.695.810,10		

UTILIDAD 15% DE TRABAJADORES		233.260,49	201.915,39	572.733,03	854.371,52	
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS E INTERESES	900.865,94	1.321.809,43	1.144.187,19	3.245.487,16	4.841.438,59	
25% DE IMPUESTOS		330.452,36	286.046,80	811.371,79	1.210.359,65	
<b>UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS</b>	<b>900.865,94</b>	<b>991.357,07</b>	<b>858.140,39</b>	<b>2.434.115,37</b>	<b>3.631.078,94</b>	
VALOR DE RESIDUAL DE ACTIVOS				7.640,79		
INVERSION INICIAL	-102.150,00					
CAPITAL DE TRABAJO PRESTAMO	-238.350,00					
BANCARIO	238.350,00	-9.870,00	-9.870,00	-9.870,00	-9.870,00	-9.870,00
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>-102.150,00</b>	<b>890.995,94</b>	<b>981.487,07</b>	<b>848.270,39</b>	<b>2.431.886,16</b>	<b>3.621.208,94</b>

Elaborado por : Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda Gaibor

El flujo neto de caja se va incrementando cada año.

## Evaluación del proyecto

**Tabla 18**

*Evaluación del proyecto*

	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
FLUJO NETO DE CAJA	-102.150,00	890.995,94	981.487,07	848.270,39	2.431.886,16	3.621.208,94
<b>EVALUACION CON EL VAN</b>		<b>5.163.345,51</b>				
<b>EVALUACION CON LA TIR</b>			<b>8,82</b>			

Elaborado por : Nancy Alicia Guaranga Muñoz y Daniela Verónica Manobanda Gaibor

Evaluando el proyecto con el valor actual neto, se determina que produce una riqueza de 5´163.345.51 dólares con una tasa de descuento del 15%. Al evaluar con la tasa interna de retorno se determina que el proyecto garantiza una tasa de rentabilidad el 8,82%

Conclusión: con ambos indicadores se determina que el proyecto es viable.

## Conclusiones

La evaluación financiera realizada mediante la aplicación de técnicas de investigación de mercado y la medición de los indicadores económicos, nos lleva a la conclusión que es viable y rentable la exportación de galletas hechas a base de chocho desde la planta de producción en Riobamba Ecuador a la ciudad de Murcia España.

Mediante la investigación realizada se pudo determinar la necesidad de la comunidad de productores de chochos de aumentar su producción y de dar a conocer la importancia de esta gramínea para la conservación de la salud a través de un alimento muy apetecido como es la galleta.

Mediante aportaciones personales de las socias y un préstamo bancario a bajo interés se propone la elaboración de una deliciosa galleta con muchos nutrientes, a base de chocho que pueda ser exportada a mercados internacionales, en el caso puntual a la ciudad de Murcia, en la región del mismo nombre de España.

Existe en la comunidad internacional un alto interés del cuidado de la salud mediante el consumo de productos saludables, entre ellos España cuya población está dándole cada vez más atención a los productos saludables. En Riobamba se cultiva el chocho de alta calidad nutricional que aplicando las técnicas de posicionamiento de mercado permitirán llegar a España y establecer un nicho que pueda ir en constante crecimiento.

La inversión del proyecto permite alcanzar utilidades en poco tiempo debido a que el punto de equilibrio se da en el primer año del inicio de operaciones determinando que los ingresos son superiores a los egresos y por lo tanto asegura la sostenibilidad del proyecto a largo plazo, el pago de la deuda contraída por la entidad financiera y ganancia para los inversionistas.

El Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) de determina que el negocio es rentable.

## **Recomendaciones**

Extender los estudios sobre factibilidad a otras ciudades de España con la finalidad de expandir la distribución del producto, al inicio empezar con ciudades de la misma región y luego hacerlo para otras regiones.

Investigar sobre nuevos modelos de investigación de mercado y análisis financieros que puedan contribuir a un mejor presupuesto con respecto a la producción y distribución de las galletas de chocho.

Realizar evaluación y monitoreo constante sobre la marcha del proyecto con la finalidad de realizar cambios que favorezcan positivamente su implementación.

Realizar estudios que contemplen la ampliación de la oferta de variedades de galletas saludables que puedan incorporarse a la actual oferta de la empresa.

Establecer una política de capacitación a todos los empleados que conlleve a mejorar el producto y la atención a los clientes.

Elaborar un manual de procesos, para que cada uno de los colaboradores tengan claro cuál es el procedimiento que tienen que llevar a cabo según su puesto.

Realizar inspecciones permanentes en sitio al proceso productivo con la finalidad de evaluar las normas internacionales de control de calidad.

## Referencias

- Aesan. (29 de Octubre de 2020). *Legislación Seguridad Alimentaria*. Obtenido de Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición: [http://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/seguridad\\_alimentaria/subseccion/legislacion\\_seguridad\\_alimentaria.htm](http://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/seguridad_alimentaria/subseccion/legislacion_seguridad_alimentaria.htm)
- ALEPH. (2021). *¿Qué es la certificación orgánica?* Obtenido de ALEPH: <https://aleph.org.mx/que-es-la-certificacion-organica>
- Anexia. (2018). *Certificado BRC, ¿qué es y para que sirve?* Obtenido de Anexia: <https://consultoria.anexia.es/blog/certificado-brc-que-es-y-para-que-sirve#.YgTtgZpBzIU>
- Anexia. (2022). *Mejora el comportamiento ambiental y las oportunidades de beneficio económico*. Obtenido de Anexia: <https://consultoria.anexia.es/medio-ambiente/norma-iso-14001>
- Asociación de Legumbristas de España. (Febrero de 2021). *El Sector de las legumbres en cifras*. Obtenido de Asociación de legumbristas de España: [erlegumbres.com/el-sector-de-las-legumbres-en-cifras/](http://erlegumbres.com/el-sector-de-las-legumbres-en-cifras/)
- Ayala, M. (05 de Agosto de 2021). *Investigación mixta*. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/investigacion-mixta/>
- BOE. (20 de Enero de 2021). *Real Decreto-ley 1/2021, de 19 de enero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica*. Obtenido de BOE: [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2021-793](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2021-793)
- Calderón, G. (02 de Diciembre de 2021). *Método inductivo*. Obtenido de Euston: <https://www.euston96.com/metodo-inductivo/>
- Cámara de España . (2019). *Evolución del comercio bilateral entre España - Ecuador 2019*. Obtenido de Cámara Oficial Española de Comercio del Ecuador: [https://www.camaraofespanola.org/files/Descargas/COMERCIO\\_BILATERAL\\_ENTRE%20ES\\_Y\\_EC\\_2019.pdf](https://www.camaraofespanola.org/files/Descargas/COMERCIO_BILATERAL_ENTRE%20ES_Y_EC_2019.pdf)
- Del Salto Pazmiño, J. P. (2019). *El chocho: patrimonio alimentario ecuatoriano y la universalidad de su uso*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.

- EALDE. (11 de Junio de 2018). *Las teorías del Comercio Internacional*. Obtenido de Ealde Business School: <https://www.ealde.es/teorias-comercio-internacional/>
- EFE. (19 de Octubre de 2021). *La UE busca afianzar el comercio con Ecuador a través de la Expo Europa virtual*. Obtenido de Agencia EFE: <https://www.efe.com/efe/america/economia/la-ue-busca-afianzar-el-comercio-con-ecuador-a-traves-de-expo-europa-virtual/20000011-4655811>
- Eichstetter, E. (27 de Marzo de 2017). *Salsa fermentada de altramuz andino (Tarwi)*. Obtenido de BCulinaryLab: <http://www.bculinarylab.com/tag/tarwi/>
- Equipo Editorial. (11 de Enero de 2013). *Pasos para crear una empresa en Ecuador*. Obtenido de Cuidatufuturo: <http://cuidatufuturo.com/2013/11/pasos-para-crear-una-empresa-en-ecuador/>
- Eurofins. (2018). *¿Qué es y qué regula el sistema OHSAS?* Obtenido de Eurofins: <https://envira.es/es/que-es-y-que-regula-sistema-ohsas/>
- Fairtrade. (2022). *Cómo funciona Fairtrade*. Obtenido de Fairtrade: <https://info.fairtrade.net/es/what/how-fairtrade-works>
- FAO. (2016). *La biodiversidad para la Agricultura y la Alimentación en Ecuador: Estado Actual y proyecciones de su uso sustentable y conservación (Resumen del informe)*. Quito: FAO.
- Franco, A., & De Lombaerde, P. (2000). *Las empresas multinacionales latinoamericanas. El caso de la inversión colombiana directa en Ecuador, México, Perú y Venezuela*. Bogotá: Tercer Mundo S.A.
- Garrido Gálvez, M. I. (2021). *Estrategias para la internacionalización de la asociación de productores agropecuarios Bosque Petrificado Puyango - Aprocel hacia el mar*. Machala: Universidad Técnica de Machala.
- González, F. (28 de Mayo de 2021). *¿Qué es el comercio internacional?* Obtenido de ESIC: <https://www.esic.edu/rethink/management/que-es-el-comercio-internacional>
- ICEX. (2021). *Régimen arancelario y reglamentación de Ecuador*. Obtenido de Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el exterior: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/exportar->

a/acceso-al-mercado/regimen-arancelario-y-reglamentacion/index.html?idPais=EC

INIAP. (s.f.). *INIAP difundió avances sobre quinua, chocho y amaranto en el Parque La Carolina de Quito*. Obtenido de INIAP: <http://www.iniap.gob.ec/pruebav3/iniap-difundio-avances-sobre-quinua-chocho-y-amaranto-en-el-parque-la-carolina-de-quito/>

Jiménez Palacios, A. E. (2019). *Teorías del comercio internacional: Relación comercial entre el Ecuador y Colombia desde la perspectiva de la ventaja comparativa*. Machala: Universidad Técnica de Machala. Obtenido de Universidad Técnica de Machala.

Koshe. (s.f.). *¿Qué es Kosher?* Obtenido de 2022: <https://ukkosher.org/empresas/que-es-kosher/>

Krohling Peruzzo, C. M., & González, J. A. (2019). *Arte y oficio de la investigación científica: cuestiones epistemológicas y metodológicas*. Quito: Ciespal.

La Verde. (2021). *Chochos. Una alternativa para una mejor alimentación*. Obtenido de La verde: <https://laverde.com.ec/chochos-2/>

La Verde. (s.f.). *Historia*. Obtenido de La Verde: <https://laverde.com.ec/nuestra-esencia/>

Lázaro, A. (10 de Noviembre de 2020). *Bon Viveur*. Obtenido de Altramuces, humildad convertida en superalimento: <https://www.bonviveur.es/gastroteca/altramuces-humildad-convertida-en-superalimento>

León Rosero, D. P., & Noboa Guevara, L. E. (2019). *Exporacion de harina de quinua hacia Alemania de la "Asociación de Productores de Quinua de Carchi" Cantón Espej, previa a la importación de maquinaria para su producción*. Ibarra: PUCE.

Llangari Yaguachi, D. R. (2017). *Exportación del chocho pelado hacia España*. Quito : Universidad de Las Américas.

Llangari, D. (2017). *Exportación de chocho pelado hacia España*. Quito: UDLA.

López, J. F., & Wstreicher, G. (21 de Abril de 2020). *Diferencia entre ventaja absoluta y ventaja comparativa*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/teoria-la-ventaja-absoluta.html>

Marquez, C. (25 de Octubre de 2016). *La siembra de chocho es más rentable*. Obtenido de Revista Líderes :

<https://www.revistalideres.ec/lideres/siembra-chocho-produccion-chimborazo.html>

Marquez, C. (2016). *La siembra de chocho es más rentable*. Obtenido de Revista Líderes: <https://www.revistalideres.ec/lideres/siembra-chocho-produccion-chimborazo.html>

Márquez, C. (15 de Julio de 2020). *600 familias productoras de chochos lograron una certificación de buenas prácticas agrícolas en esta pandemia*. Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/chocho-union-familias-chimborazo-comercializacion.html>

Martínez, Y. (2018). *La alimentación saludable y 'para llevar' se impone en el mercado global*. Obtenido de Tendencias: [https://tendencias21.levante-emv.com/la-alimentacion-saludable-y-para-llevar-se-impone-en-el-mercado-global\\_a622.html](https://tendencias21.levante-emv.com/la-alimentacion-saludable-y-para-llevar-se-impone-en-el-mercado-global_a622.html)

Mata Solis, L. D. (14 de Febrero de 2019). *Conceptos básicos de la investigación científica*. Obtenido de Investigalia: <https://investigaliacr.com/investigacion/conceptos-basicos-investigacion-cientifica/>

Mata Solis, L. D. (04 de Febrero de 2020). *La entrevista en la investigación cualitativa*. Obtenido de Investigalia: <https://investigaliacr.com/investigacion/la-entrevista-en-la-investigacion-cualitativa/>

Miranda Beltrán, S., & Ortiz Bernal, J. A. (Diciembre de 2020). *Los paradigmas de la investigación: un acercamiento teórico para reflexionar desde el campo de la investigación educativa*. Jalisco: RIDE. Obtenido de Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo.

Nanot, R. (13 de Mayo de 2020). *¿Qué es el comercio internacional? Definición e historia*. Obtenido de Internacionalmente: <https://internacionalmente.com/comercio-internacional/>

Naturland. (2022). *¿Qué es Naturland?* Obtenido de Naturland: <https://www.agrocolor.es/certificacion/naturland/>

Navarro, R. (24 de Mayo de 2019). *¿Qué son los superalimentos?* Obtenido de Mifarma by atida: <https://www.mifarma.es/blog/diccionario-farmacia/superalimentos/>

- Organismo de Certificación Global. (2022). *ISO 9001: Sistemas de gestión de la calidad (SGC)*. Obtenido de Organismo de Certificación Global: <https://www.nqa.com/es-mx/certification/standards/iso-9001>
- Organismo de certificación global. (2022). *Organismo de certificación global*. Obtenido de <https://www.nqa.com/es-mx/certification/standards/haccp>
- Peiró, R. (13 de Enero de 2021). *Teoría del constructivismo*. Obtenido de Liferder: <https://economipedia.com/definiciones/teoria-del-constructivismo.html>
- Peláez, E. (28 de Octubre de 2021). *El altramuz, la legumbre que tiene superpoderes*. Obtenido de El Correo: <https://www.elcorreo.com/jantour/despensa/altramuz-legumbre-superpoderes-20211022123831-nt.html>
- Pérez, A. (24 de Abril de 2021). *Estrategia competitiva: definición, tipos y planteamiento*. Obtenido de OBS Business School: <https://www.obsbusiness.school/blog/estrategia-competitiva-definicion-tipos-y-planteamiento>
- Piza Burgos, N. D., Amaiquema Márquez, F. A., & Beltrán Baquerizo, G. E. (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. Algunas precisiones necesarias. *Revista Pedagógica de la Universidad de Cienfuegos*, 457 - 458.
- Prensa.ec. (19 de Febrero de 2020). *Carchi exportara chocho a EEUU y aguacate hass a España*. Obtenido de Prensa.ec: <https://prensa.ec/2020/02/19/carchi-exportara-chocho-a-eeuu-y-aguacate-hass-a-espana/>
- ProEcuador. (2017). *Guía del Exportador*. Ministerio de Comercio Exterior.
- Ramírez Osorio, J. H., Díaz Restrepo, C. A., & Redondo Ramírez, M. I. (15 de Octubre de 2020). *Teoría monetaria del comercio internacional*. Obtenido de Vlex: <https://vlex.com.co/vid/teoria-monetaria-comercio-internacional-820971741>
- Registro Mercantil. (2017). *Cancelación de Permiso de Operación de Compañía Extranjera*. Obtenido de Registro Mercantil: <https://www.gob.ec/dinardap/tramites/inscripcion-constitucion-companias-sociedades>
- Rodríguez Pecino, B. (02 de Septiembre de 2019). *¿Qué es la seguridad alimentaria?* Obtenido de Ayuda en Acción:

<https://ayudaenaccion.org/ong/blog/sostenibilidad/que-es-la-seguridad-alimentaria/>

- Ruíz, A. (15 de Octubre de 2019). *Enfermedad celíaca*. Obtenido de Manual MSD: <https://www.msmanuals.com/es-ec/professional/trastornos-gastrointestinales/s%C3%ADndromes-de-malabsorci%C3%B3n/enfermedad-cel%C3%ADaca>
- Salas Ocampo, D. (19 de Diciembre de 2019). *Investigación bibliográfica*. Obtenido de Investigalia: <https://investigaliacr.com/investigacion/investigacion-bibliografica/>
- Salas Ocampo, D. (04 de Agosto de 2020). *Fuentes primarias y secundarias de información cuantitativa*. Obtenido de Investigalia: <https://investigaliacr.com/investigacion/fuentes-de-informacion-primarias-y-secundarias-en-la-investigacion-cuantitativa/>
- Salas Ocampo, D. (09 de Febrero de 2021). *El estudio de caso*. Obtenido de Investigalia: <https://investigaliacr.com/investigacion/el-estudio-de-caso/>
- Salazar, D. (22 de Octubre de 2019). *Beneficios del Chocho: La Soya Andina del Ecuador*. Obtenido de La Cueva Fitness Center: <http://lacuevafitnesscenter.com/beneficios-del-chocho-la-soya-andina-del-ecuador>
- Salazar, D. (22 de Octubre de 2019). *Beneficios del Chocho: La Soya Andina del Ecuador*. Obtenido de La Cueva Fitness Center: <http://lacuevafitnesscenter.com/beneficios-del-chocho-la-soya-andina-del-ecuador>
- Servicio de Acreditación Ecuatoriano. (2018). *Buenas Prácticas de Manufactura de alimentos procesados*. Obtenido de Servicio de Acreditación Ecuatoriano: <https://www.acreditacion.gob.ec/buenas-practicas-manufactura-alimentos-procesados/>
- Soto García, M. (08 de Junio de 2020). *La agricultura en tiempos de la COVID-19*. Obtenido de Iagua: <https://www.iagua.es/blogs/mariano-soto-garcia/agricultura-tiempos-covid-19>
- Tapia Núñez, M. E. (2015). *El Tarwi, Lupino Andino. Tarwi, Tauri o chocho (Lupinus mutabilis Sweet)*. Fondo Italiano Peruano.
- Tigse Parreño, C. M. (2019). *El constructivismo, según bases teóricas de César Coll*. Quito: Revista Andina de Educación.

Unicef. (30 de Marzo de 2021). *Desnutrición Crónica Infantil*. Obtenido de Unicef:  
<https://www.unicef.org/ecuador/desnutrici%C3%B3n-cr%C3%B3nica-infantil>

Vidal Carrión, N. P. (2020). *Análisis de la participación del sector manufacturero en el Ecuador en la producción mundial: una perspectiva desde la productividad real de la Economía. (2005-2018)*. Guayaquil: UCSG.

Vizcaíno Verdú, A. (21 de Septiembre de 2020). *Fuentes primarias y secundarias. ¿Por qué no abusar de las últimas?* Obtenido de Revista Comunicar:  
<https://www.revistacomunicar.com/wp/escuela-de-autores/fuentes-primarias-y-secundarias-por-que-no-abusar-de-las-ultimas/>

## Apéndices

### Apéndice 1.

#### Entrevistada

Yoselyn Castro

**Jefa comercial de la empresa Quevexport S.A.**

#### **1. ¿QUE VENTAJAS Y DESVENTAJAS EXISTEN PARA UNA EMPRESA EXPORTADORA AL MOMENTO DE INTERNACIONALIZAR EL PRODUCTO?**

**Ventajas:** Acceso a nuevos mercados (no depender del mercado interno)

Eres más competitivo

**Desventajas:** Si no sabes del mercado extranjero estás arriesgándote económicamente

#### **2. ¿PORQUE ES BUENO INTERNACIONALIZAR EL PRODUCTO Y NO SOLO CONSERVAR EL COMERCIO EN EL MISMO PAÍS?**

Porque puedes encontrar mejores mercados, nichos y clientes, esto quiere decir mejores precios del producto. Al depender de ventas internas estas sujeto a aceptar si o si a precios que en algunas ocasiones pueden estar muy por debajo de los precios internacionales,

En nuestro país no hay un control permanente por parte del gobierno que regule los precios internos a que estos vayan acordes de lo que sucede a fuera.

También tiene que ver qué tipo de producto estamos intentando internacionalizar, ya que hay algunos que no tienen mucha salida en el mercado interno lo que resta las posibilidades de obtener mejor resultados.

#### **3. CUAL FUE EL RETO MAS DIFÍCIL PARA PODER POSICIONARSE DENTRO DEL MERCADO EUROPEO**

Estudiar el mercado, conocer nuestras metas y tener los medios para llegar a ellos (contactos)

Una vez esto, dar seguridad y confianza al comprador proporcionando toda la información que les permita tener lo mencionado.

#### **4. PORQUE CREE UD QUE ES FACTIBLE EXPORTAR AL CONTINENTE EUROPEO**

Es de los continentes más estables a nivel mundial en economía y esto da confianza a poder hacer negocios seguros.

#### **5. QUE MENSAJE PUEDES BRINDAR PARA LOS NUEVOS EXPORTADORES QUE DESEEN INICIAR**

Antes que nada, tener claro el objetivo de internacionalizar su producto, conocer el mercado y todo lo que conlleva con él.

Ser serios, cumplir con los contratos acordados.

#### **4. ¿QUE OPINA ACERCA DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS INNOVADORES QUE HOY EN DIA SON HECHOS DE FORMA SALUDABLE, CREE UD QUE ES UNA BUENA OPCIÓN DE EXPORTACIÓN HACIA PAÍSES DESARROLLADOS COMO EUROPA?**

De hecho, en Europa cada vez más están en la búsqueda de alimentos que sean producidos de forma orgánica, existen muchas empresas que se manejan con certificaciones de productos sostenibles, el cumplimiento de estas te permite obtener mejores precios.

## **Entrevistado**

Borys Arteaga

**Contador y Docente Universitario**

### **1. ¿QUE TIEMPO ESTUVISTE VIVIENDO EN ESPAÑA?**

Estuve viviendo en España 11 meses, desde octubre del 2020 hasta finales de agosto del 2021

### **2. ¿QUE ASPECTOS DE LA CULTURA DE ESPAÑA TE GUSTA O ADMIRAS?**

La diversidad cultural es tremenda, muy similar a la observada aquí podría decir. Se percibe la influencia árabe por citar un caso en la región en la que viví, que es Andalucía.

Otro aspecto por mencionar son las tradiciones religiosas a la cuales para mi sorpresa siguen siendo muy apegados.

Las expresiones que usan son muy variadas y en algunos casos extrañas principalmente para nosotros los latinos, pero entiendo que esto es normal al no estar familiarizados con el contexto.

### **3. ¿CUALES SON ALGUNAS DE LAS DIFICULTADES QUE TUVISTE PARA ESTAR FUERA DE ECUADOR?**

La principal dificultad es haberme trasladado en medio de la primera gran ola europea, esto sin duda marco los primeros meses de estancia en España, fuera de esto uno se acostumbra rápidamente, más que todo si previamente se ha sido en la medida independiente. La parte emocional también es algo a tener en cuenta, muchos compañeros de otros países y un par de ecuatorianos que estaban conmigo sufrieron mucho por este motivo, así que es un motivo importante a evaluar antes de irte.

### **4. ¿PORQUE DECIDISTE ESTUDIAR EN ESPAÑA LA MAESTRÍA?**

Principalmente porque no existe barrera de idioma, que es la limitante en muchos casos cuando uno busca estudios en Europa, en donde mayoritariamente se habla inglés, francés o italiano. Esto no quiere decir que no se maneje el

español, pero para temas académicos el inglés es la lengua madre de estudios fuera de España.

Los precios de los programas de maestrías son muy bajos a comparación con los de Ecuador, y la calidad de los mismos suele ser superior.

En mi caso opte por la Universidad de Sevilla, por el cuerpo docente y las materias a cruzar en el programa que tome “Máster en Economía y Desarrollo”

## **5. COMENTANOS COMO ES EL COSTO DE VIDA EN ESPAÑA, POR EJEMPLO: ¿VIVIENDA, SALUD, ALIMENTACIÓN, EDUCACIÓN?**

Fue sorprendente darme cuenta que el costo de vida es relativamente bajo, al menos en Andalucía, aun viviendo en Sevilla que es de las más costosas de esta región.

Un piso de 3 habitaciones con todos los servicios (luz, agua, gas, internet, otros) ronda entre los 400-500 euros, en mi caso estos gastos se compartían con otros dos compañeros.

Para el tema de salud, previamente se debe contratar un seguro de vida por el tiempo en que se esté, en mi caso contraté un seguro de la empresa SANITAS, el cual fue costoso de alrededor de 600 dólares, pero este seguro cubría una amplia gama de beneficios y era el mejor del mercado en tiempos de civil.

La alimentación es otra historia lo más normal es ver gente atlética por las calles me arriesgo a decir que 7 de cada 10 personas está en su peso ideal, todo mundo esta normalmente apuntado a un gimnasio, las horas de comida se las respeta religiosamente y que decir de la siesta. Los españoles tienen patrones de conducta que derivan en dietas sanas y vidas de calidad.

La educación es de primer nivel, aunque los movimientos estudiantes universitarios son muy activos y con frecuencias suelen hacer protestas si creen que algo no anda bien en el aparato educativo nacional, principalmente con las pruebas de acceso a la universidad, en las cuales hay mucha polémica debido a que según la región estos exámenes son más complejos o más “fáciles”

## **6. ¿EN TU OPINIÓN VEZ A ESPAÑA COMO UN PAÍS DE OPORTUNIDADES PARA LOS EMPRENDEDORES?**

Totalmente, es un país en donde el emprender marca una clara tendencia, hay facilidades fiscales y de burocracia que lo hacen atractivo, otra historia es el sistema impositivo que manejan escalonada, mucha gente de éxito se siente a veces menospreciada por la cantidad de impuestos que deben pagar hasta el 50-70% en algunas ocasiones.

**7. DURANTE SU ESTADÍA EN ESTE PAÍS EUROPEO INDIQUE LA DIFERENCIA DE HÁBITOS ALIMENTICIOS ENTRE ESPAÑA Y ECUADOR**

El problema es que uno lleva sus hábitos a donde va, pero podría decir que, las comida llevan poco arroz o casi nada, este se remplaza con pasta, hay mucho consumo de fruta en los desayunos y almuerzo. Las cenas suelen ser más ligeras, en los supermercados productos chatarra o con mucha azúcar suelen ser muy costosos por esa externalidad negativa a la sociedad. En Andalucía se “Tapea” mucho, que es comer una especie de piqueo del plato grande, esto sin duda incentiva a probar varios platos con raciones disminuidas, uno finalmente se va satisfecho.

**8. ¿CONOCISTE O SABES DE ALGUNA EMPRESA ECUATORIANA QUE EXPORTA A ESPAÑA, NOS INDICAS CUALES SON Y QUE PRODUCTOS COMERCIALIZAN?**

La principal era la empresa que exporta bananos a España y a gran parte de Europa, no recuerdo el nombre, pero pertenece al Sr. Álvaro Noboa si no estoy equivocado, también había en percha camarón ecuatoriano, sombreros ecuatorianos, zapatos ecuatorianos, chocolates (pacarí), y había una empresa nueva me parece que exportaba pitahaya en pulpa y deshidratada.

**9. EN TU OPINIÓN, ABRIRÍAS UN NEGOCIO EN EL MERCADO DE ESPAÑA CON UN PRODUCTO ECUATORIANO, INDÍQUENOS SI O NO Y EL PORQUE DE AQUELLO**

Totalmente abriría incluso estuve un tiempo indagando la posibilidad cuando estuve en España de importar café ecuatoriano tostado y surtirlo a cafeterías.

La idea era totalmente realizable y los costos no eran excesivamente altos, era algo que se podía hacer, pero finalmente desistí de la idea porque el tema del COVID, cambio mucho las tendencias de emprendimientos y más aún si mis clientes iban a ser pequeñas y medianas cafeterías.

Otro producto que le veo potencial es al coco, pero siempre y cuando se le dé un valor agregado. Hay muchas oportunidades, y ahora que la normalidad vuelve de a poco, habrá mucho por hacer y más que todo oportunidades que tomar, no se debe tener miedo a arriesgar, hay un dicho allá, "si tú no lo quieres hacer habrá un chino que sí", y no es muy diferente de aquí en Ecuador, con ciudadanos colombianos o venezolanos que son los que no tienen nada que perder los que emprenden con más garra, a pesar de sus dificultades.



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Guaranga Muñoz, Nancy Alicia**, con C.C: #0604624544 y **Manobanda Gaibor, Daniela Verónica** con C.C: #1207663640, autoras del trabajo de titulación: **Estudio de factibilidad para la exportación de galletería con lupinus mutabilis hacia España 2021-2025**, previo a la obtención del título de **INGENIERA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE Y LICENCIADA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

**Guayaquil, a los 23 del mes de febrero del año 2022**

C.C: **0604624544**

C.C: **1207663640**

## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	<b>Estudio de factibilidad para la exportación de galletería con lupinus mutabilis hacia España 2021-2025</b>		
<b>AUTOR(ES)</b>	Manobanda Gaibor, Daniela Verónica; Guaranga Muñoz Nancy Alicia		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Ing. Alcívar Avilés, María Josefina, PhD.		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y EMPRESARIALES		
<b>CARRERA:</b>	Comercio y Finanzas Internacionales		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Licenciada en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe, Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	23 de febrero del año 2022	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	98
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Organización y Dirección de Empresas		
<b>PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:</b>	Riobamba Ecuador, exportación, factibilidad, chocho, nutritivo, Murcia, España.		
<b>RESUMEN:</b>	<p>El presente trabajo de investigación consiste en un estudio de factibilidad financiera para la exportación de galletas de chocho desde la Ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo en el Ecuador hacia el mercado de la ciudad de Murcia en España. El estudio consiste en un análisis de mercado objetivo de Murcia y una proyección financiera a cinco años que permita conocer la utilidad de la actividad exportadora de la galleta de chocho. La metodología de investigación fue un enfoque mixto no experimental de alcance descriptivo a través de la utilización de fuentes primarias, utilizando la encuesta como instrumento. La proyección realizada nos permite observar que la actividad financiera es rentable debido a que los parámetros de evaluación el VAN y el TIR arrojan resultados favorables. El crecimiento sostenido en el transcurso del proyecto, permite determinar que al poco tiempo el producto estará posicionado en el mercado de Murcia España. El presente trabajo se constituye como guía para el inversionista en la exportación de productos nutritivos de alta calidad y se convierte en referencia para la exportación de otros tipos de productos alternativos muy apetecidos en España.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> 0991172601/ 0985600512 Daniela Manobanda/ Nancy Guaranga.	daniela.manobanda@cu.ucsg.edu.ec nancy.guaranda@cu.ucsg.edu.ec	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre:</b> Ing. Mónica Echeverría Bucheli, Mgs. <b>Teléfono:</b> PBX: 043804600 o call center: 2222024, 2222025 ext. 5021, 5129 <b>E-mail:</b> <a href="mailto:monica.echeverria@cu.ucsg.edu.ec">monica.echeverria@cu.ucsg.edu.ec</a>		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			