



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**TEMA:**

**Factibilidad económica para la exportación de pan de yuca congelado a Corea del Sur**

**AUTORAS:**

**Sabando Amat Romina Gabriela**

**Soto Ganchozo Xiomara Alejandra**

**Trabajo de integración curricular previo a la obtención del título de Licenciada en  
Comercio Exterior**

**TUTOR:**

**Lcdo. Layana Ruiz, Javier Francisco, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**A los 22 días del mes de febrero del año 2022**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de integración curricular fue realizado en su totalidad por **Sabando Amat, Romina Gabriela y Soto Ganchozo, Xiomara Alejandra**, como requerimiento para la obtención del título de Licenciada en Comercio Exterior.

**TUTOR:**

---

Lcdo. Layana Ruiz, Javier Francisco, Mgs.

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.

**Guayaquil, a los 22 días del mes de febrero del año 2022**



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

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Sabando Amat, Romina Gabriela**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Integración Curricular, **factibilidad económica para la exportación de pan de yuca congelado a Corea del Sur** previo a la obtención del título de Licenciada en Comercio Exterior, 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 Integración Curricular referido.

**Guayaquil, a los 22 días del mes de febrero del año 2022**

**LA AUTORA:**

*Romina Sabando A.*

---

**Sabando Amat, Romina Gabriela**



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

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Soto Ganchozo, Xiomara Alejandra**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Integración Curricular, **factibilidad económica para la exportación de pan de yuca congelado a Corea del Sur** previo a la obtención del título de Licenciada en Comercio Exterior, 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 Integración Curricular referido.

**Guayaquil, a los 22 días del mes de febrero del año 2022**

**LA AUTORA:**

**Soto Ganchozo, Xiomara Alejandra**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Sabando Amat, Romina Gabriela**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Integración Curricular, **factibilidad económica para la exportación de pan de yuca congelado a Corea del Sur**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 22 días del mes de febrero del año 2022**

**LA AUTORA:**

**Sabando Amat, Romina Gabriela**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Soto Ganchozo, Xiomara Alejandra**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Integración Curricular, **factibilidad económica para la exportación de pan de yuca congelado a Corea del Sur**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 22 días del mes de febrero del año 2022**

**LA AUTORA:**



**Soto Ganchozo, Xiomara Alejandra**




**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**Certificación de Antiplagio**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de integración curricular denominado **factibilidad económica para la exportación de pan de yuca congelado a Corea del Sur**, presentado por las estudiantes **Sabando Amat, Romina Gabriela y Soto Ganchozo, Xiomara Alejandra**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 0%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND	
Documento	<a href="#">SabandoRomina_SotoXiomara.docx</a> (D126946691)
Presentado	2022-02-03 08:12 (-05:00)
Presentado por	Javier Francisco Layana Ruiz (javier.layana@cu.ucsg.edu.ec)
Recibido	javier.layana.ucsg@analysis.orkund.com
	0% de estas 37 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.



**TUTOR:**

**Lcdo. Layana Ruiz, Javier Francisco, Mgs.**

## **Agradecimiento**

Quiero agradecer a mi mamá y a mi papá. Gracias por tanto amor, por tanto, cariño, por ser mis pilares y mi apoyo incondicional. Gracias por ser mis cómplices y mis confidentes. Por ser mis mejores amigos y por ayudarme a crecer. Los amo con todo mi corazón.

Quiero agradecer también a Miguel Soriano, muchas gracias por tantas ayudas y aportes. Te quiero mucho.

**Romina Gabriela Sabando Amat**

En primer lugar, agradecer a Dios por la oportunidad de vivir y por estar junto a mí en cada paso que doy, por haber puesto en mi camino a personas que me han brindado su paciencia, sabiduría y compañía a lo largo de mi vida, a mi familia por su apoyo incondicional, por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mí, por los consejos, valores y principios que me han inculcado.

**Xiomara Alejandra Soto Ganchozo**



## **Dedicatoria**

Mi mamá Gabriela Amat y mi papá Diego Sabando, sólo yo sé cuánto se han sacrificado para que nunca me falte nada. Con su amor, paciencia y trabajo me guiaron y me enseñaron a ser quien yo quiera ser; y que todo esfuerzo vale la pena. Ustedes han sido siempre el motor que impulsa mis sueños, las personas que siempre han confiado en mí. Cada logro mío es suyo, porque sin ustedes no sé qué sería de mí. Por eso hoy, les dedico mi trabajo de titulación, con todo el cariño del mundo. Muchas gracias por todo.

Quiero dedicarle también este trabajo de titulación a mis abuelitos, Martha García, Alicia Rodríguez, Robert Amat y en especial a mi abuelito Enrique Sabando, quien hubiese estado muy orgulloso de mi.

**Romina Gabriela Sabando Amat**

El presente proyecto lo dedico mi familia principalmente a mis padres, Nelson Soto y Marivel Ganchozo, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. A mis hermanos, Victoria y Ricardo, quienes siempre han estado para mí, en ocasiones siendo grandes amigos y en otras, siendo más severo que los padres, a veces los mejores compañeros de diversión y en otras, los soplones más odiosos, pero todo es pensado en mi bienestar, gracias por tomar mi mano y acompañarme en el camino de la vida. Es por ellos que soy lo que soy ahora. Los amo con mi vida.

**Xiomara Alejandra Soto Ganchozo**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

Lcdo. Layana Ruiz, Javier Francisco, Mgs.

TUTOR

---

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

---

Ing. Echeverría Bucheli, Mónica Patricia, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA

---

Ing. Jaime Santillán Pesantes, MBA

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
Sabando Amat, Romina Gabriela	10
Soto Ganchozo, Xiomara Alejandra	10

\_\_\_\_\_  
Lcdo. Layana Ruiz, Javier Francisco, Mgs.

**TUTOR**

## Índice General

Introducción	2
Capítulo I: Generalidades	3
Antecedentes	3
Planteamiento del Problema	5
<i>Formulación del Problema</i>	5
Justificación del Problema	5
Objetivos	6
<i>Objetivo General</i>	6
<i>Objetivos Específicos</i>	6
Delimitación Espacial y Temporal	7
Capítulo II: Marco Teórico, Conceptual y Metodológico	8
Marco Teórico	8
<i>Teoría ventaja competitiva Michael Porter</i>	8
<i>Teoría del comportamiento del consumidor</i>	9
<i>Teoría de relación internacional de precios</i>	10
Marco Conceptual	10
<i>Yuca</i>	10
<i>Pan de yuca</i>	11
<i>Globalización</i>	11
<i>Estudio de Factibilidad</i>	12
<i>Comercio Exterior</i>	13
<i>Exportación</i>	13
<i>Importación</i>	14

<i>Investigación de Mercado</i>	14
Metodología	14
<i>Métodos Empíricos</i>	15
<i>Métodos Teóricos</i>	15
<i>Herramientas de Investigación</i>	16
Capítulo III: Estudio Técnico	18
Historia del pan de yuca ecuatoriano	18
Nutrientes y Beneficios del Pan de Yuca	18
Producción de Yuca en Ecuador	21
Materia prima para la elaboración del pan de yuca	23
Instrumentos y equipos para la elaboración	25
Proceso de Producción Pan de Yuca	27
<i>Proceso para la elaboración de masa de yuca</i>	27
<i>Proceso para la elaboración de pan de yuca</i>	28
Proveedores	30
<i>Proveedores de Materia Prima</i>	30
<i>Proveedores de Instrumentos y equipos para la elaboración</i>	31
Proceso de Exportación	32
<i>Negociación</i>	32
<i>Precio</i>	33
<i>Venta Internacional</i>	33
<i>Partida arancelaria</i>	33
<i>Requisitos para ser registrado como exportador en Ecuador</i>	33
<i>Pago de la mercancía</i>	34
<i>Declaración de la mercancía</i>	34

<i>Verificación de la mercancía</i>	34
<i>Salida de la mercancía</i>	35
Capítulo IV: Estudio de Mercado y Plan de Marketing	36
Generalidades del Mercado	36
Segmentación del Mercado	37
Tamaño del Mercado Destino	38
Análisis externo PESTAL	39
<i>Factor Político</i>	39
<i>Factor Económico</i>	41
<i>Factor Social</i>	42
<i>Factor Tecnológico</i>	43
<i>Factor Ambiental</i>	44
<i>Factor Legal</i>	45
Cinco Fuerzas de Porter	46
<i>Amenaza de nuevos competidores</i>	47
<i>Poder de Negociación de los proveedores</i>	49
<i>Poder de Negociación de los clientes</i>	49
<i>Amenaza de productos sustitutos</i>	49
<i>Rivalidad entre competidores existentes</i>	50
Análisis del Mercado	50
<i>Análisis de la estructura del mercado (Oferta Mundial)</i>	50
<i>Análisis de la estructura del mercado origen (Oferta de Ecuador)</i>	52
<i>Análisis de la naturaleza del mercado (Demanda Corea del Sur)</i>	53
Diagnóstico de la situación	54
<i>Análisis FODA</i>	54

Plan de Marketing	55
<i>Objetivo General del Plan de Marketing</i>	55
<i>Objetivos Específicos</i>	55
4 p's Del Marketing	56
Decisiones Estratégicas	57
<i>Estrategias Corporativas</i>	57
<i>Estrategias de Segmentación</i>	57
<i>Estrategias de Posicionamiento</i>	58
<i>Estrategias de Fidelización</i>	58
Capítulo V: Estudio Financiero	59
Inversión Inicial	59
<i>Activos Fijos</i>	59
<i>Inversión Fija</i>	60
<i>Capital de Trabajo</i>	61
<i>Imprevistos</i>	61
Resumen Inversión Inicial	61
Forma de financiamiento de la inversión del proyecto	62
<i>Fuente interna: Capital de Trabajo, Inversión Fija e Imprevistos</i>	62
<i>Fuente externa: Activos Fijos</i>	62
Detalle de Costos Variables y Fijos del Estudio	63
Proyección de Costos y Gastos	64
Proyección de Ventas	65
Proyección de estado financiero	65
Flujo de Caja Proyectado	67
Punto de equilibrio	67

TIR Y VAN	68
Conclusiones	70
Recomendaciones	72
Bibliografías	73



## Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Producción nacional de yuca dividida en regiones</i> .....	21
Tabla 2 <i>Lista de proveedores junto a ingredientes</i> .....	31
Tabla 3 <i>Lista de proveedores junto a materiales</i> .....	32
Tabla 4 <i>Población por edad en Corea del Sur</i> . ....	38
Tabla 5 <i>Análisis FODA</i> .....	54
Tabla 6 <i>Inversión Inicial para el Proyecto</i> . ....	59
Tabla 7 <i>Activos requeridos para el proyecto</i> .....	60
Tabla 8 <i>Descripción tipos de inversión fija</i> . ....	60
Tabla 9 <i>Descripción de capital de trabajo</i> . ....	61
Tabla 10 <i>Talón resumen inversión inicial</i> . ....	61
Tabla 11 <i>Descripción de costos variables y fijos</i> .....	63
Tabla 12 <i>Proyección estado de resultados</i> . ....	64
Tabla 13 <i>Proyección de ingresos del estudio</i> . ....	65
Tabla 14 <i>Proyección de estados financieros por 5 años</i> . ....	66
Tabla 15 <i>Detalle de flujo de caja proyectado a 5 años</i> . ....	67
Tabla 16 <i>Punto de equilibrio del negocio</i> .....	68
Tabla 17 <i>Tasa Interna de Retorno y Valor Actual Neto del negocio</i> .....	69

## Índice de Figuras

<i>Figura 1</i> Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter. ....	47
<i>Figura 2</i> Estadísticas de Ecuador en Exportadores de 071410 “Raíces de Mandioca "Yuca", Frescas, Refrigeradas, Congeladas O Secas, Incl. Troceadas O en "Pellets". ....	51
<i>Figura 3</i> Estadísticas de Ecuador en Sudamérica de 071410 “Raíces de Mandioca "Yuca", Frescas, Refrigeradas, Congeladas O Secas, Incl. Troceadas O en "Pellets". ....	52
<i>Figura 4</i> Estadísticas de Importadores de Ecuador de 071410 “Raíces de Mandioca "Yuca", Frescas, Refrigeradas, Congeladas O Secas, Incl. Troceadas O en "Pellets". ....	53
<i>Figura 5</i> Estadísticas de Corea del Sur en Importadores de 071410 “Raíces de Mandioca "Yuca", Frescas, Refrigeradas, Congeladas O Secas, Incl. Troceadas O en "Pellets". ....	54
<i>Figura 6</i> Representación punto de equilibrio. ....	68

## Índice de Apéndices

Apéndice a - Cuestionario de encuesta en español .....	76
Apéndice b - Cuestionario de encuesta en inglés.....	79
Apéndice c - Tabulación Encuestas .....	82

## Resumen

El presente trabajo de estudio aborda la factibilidad económica para la exportación de pan de yuca congelado a Corea del Sur, debido a que en la actualidad no existe una demanda satisfecha de dicho segmento de mercado en el país destino, así como tampoco existen en abundancia estudios en Ecuador para la exportación de productos no tradicionales, ya que la mayoría se basan en productos tradicionales de conocimiento a nivel mundial. La metodología empleada en este proyecto es con una postura teórica y empírica, en dónde se pone a prueba las bases analíticas sintéticas e históricas lógicas, esta metodología ayudó a recolectar información en el país destino a partir del análisis. Por el lado empírico, se recolectó información a través de encuestas realizadas en el mercado destino. Con los resultados de las encuestas, se determina que en efecto existe una aceptación del producto en el mercado destino. Bajo esta perspectiva, se inicia la creación de una entidad emprendedora conformada por dos socias cuya finalidad es la exportación del producto hacia el mercado de Corea del Sur, específicamente a la ciudad de Busan. Se realiza un exhausto análisis y revisión del estudio técnico del producto, su elaboración, preparación, empaque, y todo el proceso logístico, se habla de la logística que se emplea para la comercialización del producto, que será por vía marítima, saliendo la mercancía desde el Terminal Portuario de Guayaquil, con punto destino el Puerto de Busan, Corea del Sur. El tiempo de llegada del producto al mercado destino será de aproximadamente 30 días. Por último, se realiza un breve análisis financiero en donde se ven involucrados todos los costos, gastos, presupuestos y posibles ganancias del proyecto en mención, obteniendo conclusiones sobre la rentabilidad del negocio, otorgando beneficios desde el primer año de implementación en el país destino.

***Palabras Claves:*** Factibilidad; Económica; Corea del Sur; Pan de yuca; Exportación.

## **Abstract**

This study focuses on the economic feasibility of exporting frozen cassava bread to South Korea, because there is currently no satisfied demand for this market segment in the destination country, and there are not many studies in Ecuador for the export of non-traditional products, since most of them are based on traditional products of worldwide knowledge. The methodology used in this project is with a theoretical and empirical posture, where the logical synthetic and historical analytical bases are tested, this methodology helped to collect information in the destination country from the analysis. On the empirical side, information was collected through surveys conducted in the target market. With the results of the surveys, it was determined that there is indeed an acceptance of the product in the target market. Under this perspective, the creation of an entrepreneurial entity was initiated, formed by two partners whose purpose is to export the product to the South Korean market, specifically to the city of Busan. An exhaustive analysis and review of the technical study of the product, its elaboration, preparation, packaging, and all the logistic process is carried out. The logistics used for the commercialization of the product is discussed, which will be through maritime means, leaving the merchandise from the Port Terminal of Guayaquil, with destination point the Port of Busan, South Korea. The estimated time of arrival of the product to the destination market will be approximately 30 days. Finally, a brief financial analysis is made where all the costs, expenses, budgets, and possible profits of the project are involved, obtaining conclusions on the profitability of the business, providing benefits from the first year of implementation in the destination country.

***Key words:*** *Feasibility; Economic; South Korea; Cassava Bread; Export.*

## Introducción

El presente trabajo de titulación denominado “Factibilidad económica para la exportación de pan de yuca congelado a Corea del Sur” permite determinar y analizar la existencia de un mercado destino en la ciudad de Busan, ubicada en Corea del Sur. Corea del Sur actualmente presenta una demanda de consumo de carbohidratos y productos innovadores para el mercado.

Ecuador es mundialmente reconocido por ser un país que posee gran biodiversidad dentro de sus cuatro regiones. Su variedad de productos nativos presentes en cada una de las regiones ha contribuido a tener una innovación gastronómica digna de admirar, y se ve reflejado en los comentarios de los turistas que visitan Ecuador año por año.

Este estudio está enfocado en la elaboración y exportación de un producto no tradicional que actualmente es comercializado a grandes volúmenes dentro de Ecuador, pero muy poco conocido a nivel mundial. El proyecto está dividido en seis capítulos, en donde en el primer capítulo se hablará sobre las generalidades del proyecto, antecedentes de la investigación, problema, objetivos, entre otros. El segundo capítulo hace referencia a la metodología que se emplea y el marco teórico y conceptual en el que se basa el presente proyecto de titulación. El tercer capítulo abarca el estudio técnico del producto, la materia prima, proveedores, procesos de elaboración del producto. En el cuarto capítulo se analiza la situación del mercado destino, así mismo como el plan de marketing que se empleará para introducirse en dicho mercado. El estudio y análisis financiero se podrá observar en el quinto capítulo. Por último, el proceso logístico y de exportación es mencionado en el capítulo seis.

## Capítulo I: Generalidades

### Antecedentes

Durante los últimos años, Ecuador ha sido internacionalmente reconocido por realizar múltiples exportaciones de productos tradicionales reconocidos, como es el caso del cacao, banano, camarón, petróleo, entre otros. Como consecuencia, se han dejado atrás un sin número de productos cultivados y producidos dentro del país por conocer y comercializar alrededor del mundo.

Ecuador también es un país en donde las condiciones climáticas favorecen los cultivos de una gran variedad de alimentos, entre ellos la yuca ecuatoriana. La yuca ecuatoriana es reconocida por ser un sustento alimenticio en la mayoría de las familias ecuatorianas, además de que su contenido es altamente nutritivo para quienes lo consuman.

García, García, Párraga y Muñoz (2014) menciona que en Ecuador la yuca es producida en su mayor parte por pequeños agricultores desde cerca del nivel del mar hasta los 1620 msnm en las regiones: Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos; manteniendo aún ciertas tradiciones campesinas e Indígenas, es cultivada de manera vegetativa caracterizándose por tener alto contenido de carbohidratos, tolerancia a sequía, a plagas y enfermedades. Según estadísticas del SINAGAP 2013' la superficie cosechada se encuentra alrededor de las 22.000 ha con rendimiento aproximado de 4 t/ha; el consumo per cápita en Ecuador es de 12 kg/persona. (p. 3)

Actualmente, a nivel nacional se estima que existen de 27 mil a 30 mil hectáreas de yuca. En la provincia de Manabí se cuenta con seis mil hectáreas. Es un cultivo limpio que no demanda el uso de productos químicos.

En la actualidad, la yuca en las familias ecuatorianas es utilizada para realizar varios platos derivados de la misma, como lo son los muchines, dedos de yuca, tortillas de yuca, arepas, pasteles, y el más popular dentro de la gastronomía ecuatoriana, el pan de yuca. Bajo esta premisa, se

propone un nuevo producto para la exportación a un mercado totalmente desconocido para los ecuatorianos: Exportación de pan de yuca congelado a Corea del Sur.

Cajamarca (2019) indica que Corea del Sur se fundó como República Democrática el 15 de agosto de 1948, siendo esta la primera vez que el gobierno coreano pudo mantener autonomía dentro de su territorio. La historia demuestra que durante el periodo de 1392 a 1910, Corea funcionó en gran parte como un vasallo de los gobernantes chinos, primero con la dinastía Ming 1 y consecutivamente con la dinastía Qing 2. Con ello, para mediados del siglo XIX, más del 50% de la población coreana era esclava. (p.34)

Actualmente, la economía coreana se basa en dos actividades principales: globalización e industrialización. La globalización fue llevada a cabo en Corea del Sur durante un plan de innovación y mejora que se dio en el Gobierno del exmandatario Kim Dae-jung. Este Gobierno fue el que permitió que Corea del Sur pueda darse a conocer internacionalmente, pues el Gobierno fue reconocido a nivel mundial por sus intenciones de perseguir la paz entre ambas Coreas.

Desde inicios del siglo XXI, Corea del Sur ha estado gestionando diferentes acuerdos en el exterior, que posteriormente influenciará en el desarrollo económico del país, y formaría una base comercial sustentada en las exportaciones con otros países. Actualmente, Corea del Sur se encuentra haciendo de manera activa en el plano mundial, no sólo por su estabilidad económica, sino también por su participación política en el ámbito internacional.

El mercado coreano presenta un alto grado de selección y evaluación por los productos naturales, que considera no sólo la calidad de estos, sino los efectos que ellos poseen para conservar la salud. Corea del Sur es un gran consumidor de productos novedosos y carbohidratos, como el pan de yuca. Debido a la falta de oferentes, el mercado coreano no ha tenido la oportunidad de probar esta receta típica ecuatoriana, no obstante, mantienen un incremento en el consumo de yuca en el país asiático, razón por la cual se ha planteado el presente plan de exportación, fomentando de esta manera el desarrollo agro-productivo, el incremento de la economía ecuatoriana y el reconocimiento internacionalmente.



## **Planteamiento del Problema**

El principal problema que ha impedido al Ecuador ser reconocido como uno de los principales productores de yuca alrededor del mundo es la falta de inversión en la producción de este tubérculo, impidiendo tener un reconocimiento en el mercado internacional por medio de la exportación de este. Otro problema se encuentra en la provincia de Manabí debido a que es la mayor productora de yuca en territorio ecuatoriano, obteniendo el cantón Chone la mayor concentración de producción, este cantón posee familias enteras que han basado su economía en la producción de yuca, vendiendo sin mayor tecnificación en el mercado nacional, obteniendo mínimos ingresos por su labor, siendo los mediadores quienes reciben mayores ganancias por la comercialización del producto a empresas importadoras de yuca; los productores no han tenido la oportunidad de ofrecer sus productos a un mercado internacional por diversos factores, en su mayoría económicos, tecnológicos o de procesos.

### **Formulación del Problema**

¿Existe factibilidad comercial, técnica y financiera para la exportación de pan de yuca congelado de Ecuador al mercado coreano?

## **Justificación del Problema**

Manabí es la principal provincia productora de yuca en el Ecuador, siendo el cantón Chone reconocido por su calidad y volumen de producción. Ecuador presenta una ventaja competitiva en el mercado, gracias a la ubicación geográfica y las condiciones climáticas que hacen del país una nación rica y favorecida. Sin embargo, la falta de inversión y conocimiento para agregar un proceso técnico al producto han impedido que sea presentado en el mercado internacional, lo que ha provocado que se mantenga un consumo nacional.

Adicional a esto, se busca también ampliar la comercialización de productos no tradicionales a nivel mundial, esto con el propósito de que Ecuador sea reconocido no sólo por sus

productos que ya son exportados desde décadas atrás, sino también como una alternativa de una nueva amplia gama de productos más por comercializar.

Por último, como se mencionó anteriormente, Corea del Sur es un mercado abierto que tiende a ser un país consumidor de productos innovadores y nuevos para su mercado, por lo que comprar pan de yuca de calidad para el consumo es una gran posibilidad en el país aledaño.

El presente proyecto se ha propuesto aprovechar nuevas oportunidades, presentando un estudio para demostrar la factibilidad de exportación para un producto no tradicional ecuatoriano: pan de yuca en una presentación congelada. De esta manera, se permitirá la comercialización de un producto más tecnificado en el mercado coreano, obteniendo mayor reconocimiento internacional y un incremento económico para el país ecuatoriano.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Determinar la factibilidad comercial, técnica y financiera para la exportación de pan de yuca congelado desde Ecuador hacia la ciudad de Busan en Corea del Sur.

### **Objetivos Específicos**

- 1.** Establecer la fundamentación de la investigación del proyecto, definiendo los marcos teórico, conceptual y metodológico.
- 2.** Desarrollar un estudio técnico para la formulación, elaboración y exportación de pan de yuca congelado al mercado coreano.
- 3.** Desarrollar un estudio del mercado junto a las cualidades del producto y producción para conocer al consumidor coreano.
- 4.** Determinar la factibilidad económica para la exportación de pan de yuca congelado hacia Corea del Sur.

5. Proponer un nuevo producto no tradicional ecuatoriano (pan de yuca) para la comercialización hacia Corea del Sur.

### **Delimitación Espacial y Temporal**

El presente trabajo de estudio de factibilidad para la exportación de pan de yuca congelado a Corea del Sur tendrá una delimitación espacial en la ciudad de Busan debido a las tendencias que los consumidores de esta ciudad en particular siguen. Este proyecto tendrá su desarrollo en un período de 5 años.

## Capítulo II: Marco Teórico, Conceptual y Metodológico

### Marco Teórico

La elaboración de este estudio de factibilidad tendrá como sustentación las siguientes teorías

#### Teoría ventaja competitiva Michael Porter

El crecimiento de la ventaja competitiva se debe principalmente al valor que puede crear una empresa. El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecer precios más bajos que los competidores para obtener una ventaja similar u ofrecer una ventaja única en el mercado que pueda compensar los precios más altos. Se dice que una empresa es rentable si el valor que puede crear es mayor que los costos incurridos en la creación del producto. En general, se puede decir que el objetivo de cualquier estrategia comercial es crear un valor incorporado para el comprador que supere los costos utilizados para crear el producto. Por lo tanto, en lugar de costo, deberíamos utilizar el concepto de valor al analizar nuestra posición competitiva.

De acuerdo con Michael Porter (1998) habla de tres estrategias competitivas generales que se pueden aplicar a cualquier industria. Las estrategias que se pueden implementar, generalmente de forma individual, pero en determinadas circunstancias de forma conjunta, según corresponda, para asegurar el crecimiento del valor del negocio son las siguientes:

1. El liderazgo en costos es la estrategia más accesible y brinda una oportunidad si una empresa puede llevar un producto al mercado a un precio más bajo que el que ofrecen los competidores. Este tipo de estrategia requiere una atención prioritaria dirigida a reducir los costos de producción, lo cual se puede lograr por diversos medios.
2. La diferenciación es una opción atractiva para las empresas que buscan construir su propio nicho y no necesariamente apostar por una alta tasa de consenso en términos generales, sino para compradores que buscan ciertas características del producto que las diferencien

de lo que ofrece el mercado o empresas competidoras. Es importante señalar que la diferenciación es una estrategia de alto costo, y siempre puede aparecer otra empresa para diferenciarse de manera similar, en cuyo caso este negocio deberá escoger la estrategia de liderazgo de costos.

3. El enfoque es un acercamiento en profundidad a un segmento de mercado específico y ofreciendo el mejor producto adaptado a las necesidades reales de nuestros segmentos.

### Teoría del comportamiento del consumidor

Kotler y Armstrong (2013) mencionan que los consumidores toman muchas decisiones de compra al día, y la decisión de compra es el punto central del esfuerzo del mercadólogo. La mayoría de las grandes empresas hacen investigación sobre las decisiones de compra de los consumidores a gran detalle para responder preguntas sobre lo que los consumidores compran, dónde, cómo, cuánto, cuándo y por qué lo compran. Los mercadólogos pueden estudiar las compras reales de los consumidores para averiguar qué, dónde y cuánto compran. Pero el porqué del comportamiento de compra del consumidor no es obvio: las respuestas están ocultas en lo profundo de la mente del consumidor. (p. 160)

Los propios consumidores a menudo no saben exactamente qué influye en su compra. La pregunta principal para los especialistas en marketing es: ¿cómo interactúan los consumidores con los diversos esfuerzos de marketing que podría utilizar una empresa? El punto de partida es el modelo de estímulo-respuesta del comportamiento del comprador que muestra que el marketing y otros estímulos entran en la caja negra del consumidor y producen ciertas respuestas. El trabajo de los especialistas en marketing es descubrir qué hay en la caja negra. Los estímulos de marketing consisten en cuatro elementos Ps: producto, precio, plaza y promoción. Otros factores desencadenantes incluyen fuerzas y eventos importantes en el entorno del comprador: económicos, tecnológicos, sociales y culturales.

Kotler y Armstrong (2013) declara que todas estas entradas ingresan en la caja negra del comprador, donde se convierten en un conjunto de respuestas de compra, el comportamiento de la relación del comprador con la marca y con la empresa, y lo que

compra, cuándo, dónde y cuánto. Los mercadólogos desean entender cómo los estímulos son transformados en respuestas dentro de la caja negra del consumidor, la cual tiene dos partes: en primer lugar, las características del comprador influyen en cómo él o ella percibe y reacciona a los estímulos; en segundo, el proceso mismo de decisión afecta el comportamiento del consumidor. Veremos primero las características del comprador, ya que afectan a su comportamiento, y luego analizaremos el proceso de decisión del comprador. (p. 161)

### Teoría de relación internacional de precios

La teoría de relaciones internacionales de precios, del economista escocés de teoría clásica David Hume (1711-1776), declara que los precios de los productos de todo el mundo son el resultado de la mayor o menor cantidad de medio circulante que exista. Es decir, si un mercado tiene más productos de los que se requiere para dicho mercado, el precio aumentará relativamente con respecto al exterior, y el mercado podrá tener la oportunidad de importar más y exportar menos. Dicho esto, Hume estableció el principio de que un país sólo necesita tener cierta cantidad de dinero que sea directamente proporcional a su volumen de actividad económica.

El pensamiento de Hume no es limitado a las relaciones comerciales entre naciones, sino que también da un análisis al poder de los monopolios dentro de las naciones. Por lo que, según Hume, es imposible que dos naciones compartan los mismos productos en el mismo sector de mercado, puesto que, uno de los dos podrá venderlo a un mayor precio.

### **Marco Conceptual**

#### Yuca

El nombre científico de la yuca es *Manihot esculenta* Crantz y pertenece a la familia *Euphorbiaceae*. La familia cuenta con al menos 7 200 especies caracterizadas por el desarrollo de una secreción lechosa. Su centro de origen genético se encuentra en la Cuenca Amazónica.

En la actualidad, existen más de 100 especies del mismo género de la yuca, pero únicamente es esta la que se cultiva a gran escala debido a su relevancia económica. El ciclo de crecimiento de la yuca, incluyendo desde la siembra hasta la cosecha, va a depender principalmente de las condiciones meteorológicas en las que se encuentre, pudiendo variar de 7 a 12 meses cuando se trate de climas cálidos y de 12 meses en adelante cuando sean regiones con alturas superiores a 1500 msnm.

La producción de la yuca consta de cuatro etapas básicas las cuales son:

- Enraizamiento de las estacas
- Tuberización
- Engrosamiento radical
- Acumulación

La siembra de dicho tubérculo puede ser realizada ya sea de forma manual o automatizada. Para realizar una correcta siembra de yuca, se debe tener en consideración que la profundidad de la tierra esté entre 5-10 cm y que haya una longitud mínima de entre 20 cm entre cada sembrío.

### Pan de yuca

El pan de yuca ecuatoriano es un plato típico muy tradicional dentro de la costa ecuatoriana. Es común servirlo a cualquier hora del día, generalmente en la noche acompañado de yogurt. El pan de yuca está hecho a base de yuca y queso. Es originario de Manabí, específicamente en el lugar de Chone y para su producción se utiliza la harina de yuca o también conocido como almidón de yuca.

### Globalización

La globalización se analiza a menudo desde situaciones políticas, sociales, económicas, geopolíticas, etc. Sin embargo, contienen características importantes que muestran todas las interpretaciones y es el avance de la división internacional del trabajo que se caracteriza por la

mayor interacción e interdependencia de los factores y actores involucrados en el proceso de desarrollo global. En términos económicos, la globalización se refiere a la liberalización del comercio de bienes, capital, dinero y servicios; y a la internalización de la producción.

Por otra parte, de acuerdo con McGrew y Lewis en el libro *Globalization and the Nation States* “la globalización se refiere a la multiplicidad de los vínculos e interconexiones entre los Estados y las sociedades, que conforman el actual sistema mundial” (Baró, 1997). Así mismo señala que esta posee dos fenómenos, amplitud e intensidad refiriéndose a los procesos que operan en el mundo.

### Estudio de Factibilidad

Se entiende por estudio de factibilidad las posibilidades que tiene de desarrollarse o no una investigación en específico. Es una herramienta que ayuda a una empresa para determinar si la actividad que se propone realizar será exitosa o no, se dan a conocer los pasos a seguir, las estrategias y las actividades para que la empresa tenga éxito.

Luna R. (2011) indica en su trabajo denominado *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos* que un estudio de factibilidad puede ser definido como la calificación del potencial del éxito de un proyecto. Un estudio de factibilidad además contiene distintas secciones a evaluar con el fin de obtener un resultado que se asemeje a la realidad, las secciones suelen estar divididas entre: factibilidad operativa, factibilidad técnica, económica y comercial.

**Factibilidad Operativa:** Factibilidad operativa hace referencia a los análisis que se deberán llevar a cabo para determinar si una empresa tiene los recursos productivos necesarios para asegurar un proceso exitoso. Se denomina recursos productivos a aquellos productos o servicios que serán utilizados para la realización del producto o servicio que la empresa ofrezca en el mercado.



**Factibilidad Técnica:** Factibilidad técnica menciona las herramientas necesarias que se utilizarán para efectuar los procedimientos de las distintas áreas de la empresa. Las herramientas que suelen ser utilizadas para determinar esta factibilidad son los conocimientos, experiencias, equipos, entre otros.

**Factibilidad Económica:** La factibilidad económica de un proyecto en curso consiste en proyectar datos económicos de una empresa, obtener la rentabilidad, las ganancias - pérdidas. Determina si existen o no los recursos económicos y financieros para que el proyecto pueda tener éxito.

**Factibilidad Comercial:** Para determinar la factibilidad comercial de una empresa, se deberá llevar un proceso en el cual la empresa podrá determinar si los productos o servicios que se ofrecen son realmente competitivos dentro del mercado destino. Los procesos que se tendrán en consideración dentro de un estudio de factibilidad comercial son todos aquellos relacionados al marketing y comercial.

## Comercio Exterior

El comercio exterior es un intercambio o transacción de productos o servicios a cambio de dinero que realiza un país con otras naciones. Para poder llevar a cabo este trueque, se debe atravesar una frontera. En este sentido se establece a la aduana como frontera entre los países, controlando la entrada y salida de los bienes. El objetivo principal del comercio exterior es lograr cubrir las necesidades demandadas en bienes y servicios. El comercio exterior cuenta con dos acciones diferentes: la importación y exportación.

A pesar de la definición anterior, es importante resaltar la diferencia entre el comercio internacional y el comercio exterior. El primero refiere fundamentalmente a las actividades de comercio de todo el mundo en su conjunto, mientras que el segundo hace referencia a las transacciones comerciales de un país o región en específico con el resto del mundo.

## Exportación

Molina, Y. (2021) menciona que se trata de un procedimiento de despacho aduanero que permite la salida definitiva de mercancías distribuidas libremente fuera de las zonas aduaneras del Ecuador o dentro de la zona especial para el desarrollo económico y tecnológico sin comprometer las disposiciones de la legislación en cuestión. (p. 30)

### **Importación**

Carrillo, P (2019) indica que la importación es la operación en la que una mercancía extranjera sometida a regulación y fiscalización tributaria ingresa al país de origen. Cabe destacar que esta debe cumplir con todos los requisitos que el país destino solicite para la aceptación del mismo. Esta operación se puede realizar mediante distintos medios de transporte, siendo los más comunes el marítimo y el aéreo. (p. 27)

### **Investigación de Mercado**

Según Prieto (2013), “la investigación de mercado es la reunión, el registro y el análisis de todos los hechos acerca de los problemas relacionados con la transferencia y venta de bienes y servicios del productor al consumidor” (p. 2).

La investigación de mercado es realizada por un grupo de personas mediante procedimientos e instrumentos para la recolección, valoración y difusión de información con la finalidad de obtener datos necesarios para realizar análisis del entorno y su situación actual, evaluarlos y tomar decisiones (Grande & Abascal, 2017).

### **Metodología**

Las metodologías que se emplearán dentro del siguiente proyecto de estudio de factibilidad son las siguientes descritas a continuación:

## Métodos Empíricos

Dentro de esta clasificación de métodos, se encuentran todos los métodos que son basados en experiencias reales. El fundamento de un método empírico se encuentra en la realidad, no se basa en hipótesis. La realidad puede probarse mediante la experimentación y la lógica. Actualmente, el método empírico es uno de los métodos más utilizados en el campo de las ciencias sociales.

Los métodos empíricos que se utilizarán dentro del presente trabajo de titulación son los siguientes:

- **Encuesta:** Según la RAE, corresponde al conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa de grupos sociales, para averiguar estados de opinión o conocer otras cuestiones que les afectan.

Se elaborará una encuesta en idioma inglés con preguntas cerradas que serán enviadas por medio de un enlace web a un porcentaje de la población de Busan, para poder determinar sus gustos, preferencias, y en base a eso poder inferir la incidencia que tendría el pan de yuca ecuatoriano en la ciudad coreana anteriormente mencionada.

- **Observación:** Según Bernal (2010), es un proceso que consiste en la percepción directa del objeto de investigación y permite conocer, de forma efectiva, el objeto de estudio para luego describir y analizar situaciones sobre la realidad estudiada.

Se analizará la situación actual en la ciudad destino mediante herramientas de investigación en donde se podrá observar en tiempo real la situación económica, social, gustos de consumidores, entre otros.

## Métodos Teóricos

El objetivo del marco teórico es adaptar la información científica previamente reconocida sobre lo que se va a demostrar en el estudio científico. Los métodos teóricos tienen como funcionalidad manifestar las relaciones esenciales del porqué el estudio de factibilidad se realizará,

sin que estas relaciones sean no observables directamente. Los métodos teóricos tendrán la posibilidad de interpretar, de una manera conceptual, la información hallada a base de los métodos empíricos. El proyecto se analizará bajo los siguientes métodos teóricos:

- **Analítico-Sintético:** Se utilizará este método para analizar detenidamente cada parte del estudio de factibilidad. La síntesis establece la unión de todas las partes que ya fueron analizadas anteriormente para poder llegar a una conclusión, descubrir la relación entre las partes del estudio y sus características generales y específicas.
- **Histórico-Lógico:** Es un método basado en dos pilares fundamentales, por su lado el lado histórico estudia las ocurrencias de un acontecimiento en un período determinado de tiempo. El lógico investiga la naturaleza de estos eventos. Se utilizará este método para determinar la factibilidad del estudio en base a una información ya existente previamente.

### Herramientas de Investigación

Las herramientas de investigación utilizadas en el presente proyecto serán las siguientes:

- **Encuestas:** Las encuestas se realizan por medio de una plataforma de encuestas en línea (Formulario de Google), el cual es de fácil acceso para personas alrededor del mundo, concentrándose específicamente en la ciudad de Busan, Corea del Sur. A partir de una segmentación del mercado, se escogió a un reducido grupo de residentes conocidos de mencionada ciudad que se adapten al segmento. Luego, se procedió a difundir los formularios online, con la finalidad de tener una perspectiva más acertada de la factibilidad de importación. Actualmente en la ciudad de Busan conviven más de 3 millones de personas, por lo que el tamaño de la muestra será de una población infinita, al tratarse más de 100,000 personas, la fórmula será la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

En donde:

**n:** muestra

**N:** población

**Z:** valor crítico para nivel de confianza

**P:** proporción esperada

**Q:** I - P

**e:** error

Como se mencionó anteriormente, al tratarse de una población infinita se tomará en consideración una muestra total de 385 personas para la realización de esta encuesta.

- **TradeMap:** Esta herramienta nos proporcionará información en tiempo real en forma de tablas y gráficos. Dentro de esta información los indicadores de importancia que se tendrá en consideración son los siguientes: demanda inicial del mercado, desempeño de exportadores en dicho mercado, mercados competitivos para el producto, y por último empresas o compañías importadoras y exportadoras en el mercado destino para conocer la situación real del producto.

## **Capítulo III: Estudio Técnico**

### **Historia del pan de yuca ecuatoriano**

El pan de yuca dentro de Ecuador es altamente reconocido, siendo uno de los principales platos tradicionales consumidos por la mayoría de las familias ecuatorianas. Generalmente, el pan de yuca suele ser un plato de media tarde o media mañana que va junto con yogurt. El sabor del pan de yuca acompañado de una bebida de yogurt es una combinación de sabores con la que cualquier ecuatoriano puede sentirse identificado y, para aquellos que residen en el exterior, estos productos acarrean un gran valor emocional pues, al ser parte de la cultura gastronómica ecuatoriana, es algo con lo que pueden sentirse verdaderamente identificados.

El ingrediente principal del pan de yuca es el almidón, que se realiza rallando la yuca y pasando por un proceso de producción de una duración de hasta 24 horas. Se necesitan de 6 a 7 quintales de yuca para producir 1 quintal de almidón. Actualmente, el pan de yuca es producido en 22 cantones de la provincia de Manabí. En esta provincia, existen centenares de familias dedicadas únicamente al cultivo de yuca y posteriormente a la producción de almidón.

El pan de yuca se elabora por más de un siglo en Manabí, los relatos cuentan que, en algún momento de la historia, los manabitas no conseguían harina de trigo para la elaboración, por lo que decidieron crear una harina a base de yuca, lo que poco después se lo conocería como almidón de yuca y pasaría a ser la base principal de muchos de los platos tradicionales ecuatorianos.

Uno de los motivos por los cuales el pan de yuca tiene tanta demanda a nivel nacional es por su bajo costo de producción. De un quintal de almidón se puede elaborar de 1800 hasta 1900 panes de yuca y un quintal de almidón puede llegar a tener un precio aproximado de \$60, este precio va a disminuir o aumentar dependiendo de la estación climática.

### **Nutrientes y Beneficios del Pan de Yuca**

La principal característica del pan de yuca congelado es la facilidad con la que se puede elaborar. Al ser un producto auténtico ecuatoriano, se cuenta con los recursos indispensables para poder certificar que el producto sea de excelente calidad. Según datos estadísticos, la producción de yuca se realiza dentro de las tres regiones continentales de Ecuador: costa, sierra y oriente; siendo el oriente la región con más producción anual de este tubérculo. Aunque, si bien es cierto, el almidón de yuca (que es la base del pan de yuca), es característico por ser originario de Manabí.

Entre los nutrientes del pan de yuca, se encuentran principalmente destacados el sodio, proteína y carbohidratos. El sodio es uno de los elementos químicos vitales para que el cuerpo pueda funcionar adecuadamente. El cuerpo lo aprovecha de tal manera, que lo usa para controlar la presión arterial, así como para lograr un funcionamiento apropiado de los músculos y nervios. Por lo general, el sodio está presente de forma natural en la mayoría de los alimentos que se ingieren día a día. Los alimentos más comunes que contienen sodio son la sal y la leche y sus derivados, y el agua potable, en menores cantidades.

Un adulto debe ingerir al menos 2,300 mg de sodio por día, esto puede variar dependiendo de su dieta alimenticia o de condiciones cardíacas que limiten el consumo de sodio, como lo es las personas que tienen problemas de presión arterial alta, ellos deberán basar su ingesta de sodio diario en una cantidad no mayor de 1,500 mg por día. Es necesario destacar que las personas que tengan una insuficiencia más severa, las cantidades de sodio a consumir serán menores.

Por otro lado, las proteínas son de vital importancia para el cuerpo humano. Es bien conocido que cada una de las células que componen un cuerpo humano contienen al menos un pequeño porcentaje de proteínas. La base principal de una proteína son los aminoácidos, los cuales son necesarios para la descomposición de los alimentos dentro del cuerpo humano. La función principal de las proteínas es reparar células dañadas y construir nuevas.

Los alimentos más proteicos por lo general son los que provienen de una fuente animal, por ejemplo, huevos, leche, y todo tipo de carnes. Hay otras opciones de alimentos proteicos, aunque en menor cantidad, estos son los conocidos como proteína vegetal. Dentro de esta categoría se encuentran los vegetales, legumbres, y granos.

Finalmente, los carbohidratos son conocidos por ser azúcares. Son uno de los nutrientes principales que se pueden encontrar con facilidad en bebidas y alimentos. Los carbohidratos son moléculas de azúcar. Junto con las proteínas y las grasas, los carbohidratos son uno de los tres nutrientes principales que se encuentran en alimentos y bebidas. Los carbohidratos se descomponen en azúcar, que es la principal fuente de energía para el cuerpo humano.

A su vez, los nutrientes principales del almidón de yuca son la fibra y el calcio. La fibra es un componente, que es vegetal, y que a su vez tiene hidratos de carbono complejos y lignina. La fibra dietética es toda la parte comestible de la planta, que a su vez es necesaria para el ser humano, y normalmente se recomienda que su ingesta sea desde los primeros años de vida de un ser humano, de esta manera se creará un estilo de vida que ayudará a evitar posibles riesgos a futuro; se recomienda un consumo de aproximadamente 20-35 gramos al día de fibra dietética.

La American Association of Cereal Chemist (2001) define que la fibra dietética es la parte comestible de las plantas o hidratos de carbono análogos que son resistentes a la digestión y absorción en el intestino delgado, con fermentación completa o parcial en el intestino grueso. La fibra dietética incluye polisacáridos, oligosacáridos, lignina y sustancias asociadas de la planta. Las fibras dietéticas promueven efectos beneficiosos fisiológicos como el laxante, y/o atenúa los niveles de colesterol en sangre y/o atenúa la glucosa en sangre. (p.1)

El otro nutriente principal del pan de yuca es el calcio. El calcio es un mineral que es requerido por el cuerpo humano, aproximadamente el 50% de los minerales que tiene el cuerpo humano, corresponde a calcio. Las funciones del calcio dentro del cuerpo humano son básicamente la regulación cardíaca, contracción muscular, y constitución de tejidos y fluidos. Se estima que se necesita consumir dentro de una dieta balanceada alrededor de 100 mg al día.

El calcio, una vez ingerido mediante alimentos, es absorbido por los seres humanos hasta el intestino delgado, donde el calcio se junta con los demás nutrientes compuestos de la dieta de la persona, y la solubilidad del calcio dependerá de múltiples factores que afectan la absorción de minerales en el ser humano.



El principal ingrediente del pan de yuca es el almidón, sacado de la yuca. Dentro de Ecuador, la yuca tiene el nombre científico de *Manihot Esculenta Crantz*. La yuca tiene un alto contenido en carbohidratos y proteínas y un sin número de beneficios medicinales. Se suele utilizar la yuca para efectos desintoxicantes y depurativos, pues tiene una alta cantidad de vitaminas, fibra, minerales, calcio, entre otros nutrientes. Por su alto contenido en fibra, se recomienda la ingesta de yuca para combatir casos de estreñimiento en personas. Se dice que puede combatir la artritis, enfermedades de la piel como el acné, y para el dolor de cabeza.

Actualmente, el pan de yuca es bastante reconocido a nivel nacional e internacional, pues se han iniciado actividades para la exportación de pan de yuca congelado tanto en emprendimientos de personas naturales, como en grandes empresas productoras y comercializadoras de pan de yuca. La exportación de pan de yuca congelado abarca una gran cantidad de países no sólo a nivel continental, sino también a nivel mundial.

### **Producción de Yuca en Ecuador**

En Ecuador, las hectáreas usadas para sembrar y cosechar yuca se concentran principalmente en la región amazónica debido a sus condiciones climáticas como se puede observar en la Tabla 1 de cantidad de producción nacional de yuca dividida por regiones (INEC, 2020). Sin embargo, en la región Costa domina la producción y venta de yuca, esto se debe al gran porcentaje de pequeños agricultores que lo cultivan por subsistencia sin utilizar tecnología avanzada y siendo intercalada con el cultivo de maíz. En algunas provincias de la Costa como Manabí y Esmeraldas cuentan con asociaciones para pequeños productores de yuca, Appys y un grupo de organizaciones llamado Uappy. El propósito de las asociaciones es incluir tecnología avanzada agrícola, consiguiendo incrementar la producción de yuca fresca y congelada para la exportación.

#### **Tabla 1**

*Producción nacional de yuca dividida en regiones.*

Región y Provincia	SUPERFICIE (Has.)		PRODUCCIÓN (Tm.)	VENTAS (Tm.)
	Sembrada	Cosechada		
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>15.410</b>	<b>14.962</b>	<b>64.273</b>	<b>49.071</b>
REGIÓN SIERRA	1.106	1.040	4.332	3.261
REGIÓN COSTA	6.023	5.869	36.051	34.957
REGIÓN AMAZÓNICA	8.281	8.052	23.890	10.853

Región y Provincia	SUPERFICIE (Has.)		PRODUCCIÓN (Tm.)	VENTAS (Tm.)
	Sembrada	Cosechada		
<b>REGIÓN SIERRA</b>				
AZUAY	46	46	43	
BOLÍVAR	13	13	27	
COTOPAXI	113	113	226	226
CHIMBORAZO	61	61	374	293
IMBABURA	592	534	2.821	2.234
LOJA	195	195	683	443
PICHINCHA	82	73	113	19
TUNGURAHUA	5	4	45	45
	<b>1.106</b>	<b>1.040</b>	<b>4.332</b>	<b>3.261</b>

Región y Provincia	SUPERFICIE (Has.)		PRODUCCIÓN (Tm.)	VENTAS (Tm.)
	Sembrada	Cosechada		
<b>REGIÓN COSTA</b>				
EL ORO	42	42	123	
ESMERALDAS	114	114	198	112
GUAYAS	78	78	172	164
LOS RÍOS	676	676	5.988	5.988
MANABÍ	1.074	982	8.596	7.836
SANTA ELENA	1	1	16	16
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	4.038	3.976	20.958	20.842
	<b>6.023</b>	<b>5.869</b>	<b>36.051</b>	<b>34.957</b>

Región y Provincia	SUPERFICIE (Has.)		PRODUCCIÓN (Tm.)	VENTAS (Tm.)
	Sembrada	Cosechada		
<b>R. AMAZÓNICA</b>				
MORONA SANTIAGO	2.732	2.703	8.644	3.494
NAPO	1.311	1.236	2.543	1.568
ORELLANA	1.407	1.399	4.012	2.216
PASTAZA	915	861	4.264	2.255
SUCUMBÍOS	915	862	3.005	1.106
ZAMORA CHINCHIPE	1.001	992	1.422	212
	<b>8.281</b>	<b>8.052</b>	<b>23.890</b>	<b>10.853</b>

*Nota.* Cantidad de producción nacional de yuca dividida en regiones por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

## **Materia prima para la elaboración del pan de yuca**

### **Yuca**

La yuca, ya mencionada anteriormente durante este trabajo de titulación, es la principal materia prima del pan de yuca. De la yuca nace el almidón de yuca. Al ser cultivada en todas las regiones, la yuca dentro de Ecuador es de fácil acceso para la mayoría de ecuatorianos y ecuatorianas.

### **Harina de trigo**

La harina de trigo es un polvo producto del molido de un trigo, y su uso es netamente humano. La harina de trigo en la actualidad sirve para un número infinito de recetas de comida, en cualquier gastronomía del mundo. Una harina de trigo en buenas condiciones y lista para su uso se deshace fácilmente, caso contrario, la harina de trigo contaría con humedad en exceso y no se podría obtener buenos resultados. Cabe recalcar que es de suma importancia fijarse en la calidad de la harina al momento de comprarla, puesto a que la calidad es el primer factor que determinará un buen producto final.

### **Levadura**

La levadura es un hongo utilizado de manera regular en los procesos de panadería, y su finalidad es convertir la masa en un proceso metabólico de azúcares fermentados, a través de un proceso de fermentación, además de convertir la masa en dióxido de carbono, y gracias a este proceso, la masa aumenta de tamaño. Otra característica de la levadura es que ayuda también a modificar lo adhesivo y elástico de la masa.

### **Sal**

Una sal es una composición química formada por la unión de iones con carga negativa, y carga positiva. La sal común corresponde al Cloruro de Sodio (NaCl), que es un compuesto utilizado de manera regular en la cocina a nivel internacional. El papel fundamental de la sal dentro del mundo culinario es la mejora del sabor del producto, si no se utiliza sal dentro de una comida

esta puede resultar un poco desabrida. Al utilizar sal también favorece a la absorción del agua dentro de la comida.

### **Azúcar**

El azúcar tiene como función principal ser una fuente de alimento de la levadura, siendo un elemento esencial en el proceso de fermentación. La glucosa brinda un valor nutricional enviando energía a todo el cuerpo humano, también ayuda en el color característico del pan, esto se debe a la caramelización de los azúcares. Además, aporta en la mejora del sabor. De esta manera, el azúcar ofrece un producto sabroso al paladar.

### **Leche**

La leche incrementa los nutrientes proteicos, aportando calcio, el cual fortalece los huesos y dientes. Para el proceso de elaboración ayuda a diluir el azúcar, la sal y esparce la levadura por toda la masa de harina. Además, aporta una textura lisa y esponjosa a la masa, logrando ralentizar el endurecimiento del pan.

### **Queso**

El queso es un alimento que es derivado de la leche, por lo que es un lácteo. El queso en la actualidad tiene varios sabores, y esto es originado por los distintos mohos y bacterias que tiene cada queso. El queso es un valor agregado al pan de yuca, pues agrega un sabor fresco, tradicional y un mix de sabores con la ayuda de la yuca, además de que el queso se gratina al momento de hornear los panes de yuca. El queso aparte de ser agradable al paladar aporta un alto valor nutricional en vitaminas.

### **Mantequilla**

Al igual que el queso, la mantequilla también es derivada de la leche, por lo que es considerada un lácteo. La mantequilla proporciona mayores cantidades de vitaminas y antioxidantes a una comida. Así mismo, incrementa la elasticidad y productividad de la masa. Mejora la conservación del pan, crea una corteza más delgada y resalta el sabor debido a que distribuye uniformemente los sabores.

### **Huevos**

Los huevos son alimentos de valor proteico, y el más consumido alrededor del mundo es el huevo de gallina. Actualmente, es uno de los alimentos que más proteína aporta al ser humano, junto con el pescado y la carne y el pollo. A menudo es utilizado el huevo en procesos de pastelería para que el producto a realizar tenga una mejor elasticidad, acompañado de un mejor sabor.

## **Instrumentos y equipos para la elaboración**

### **Recipientes metálicos**

Los recipientes metálicos generalmente son utilizados en procesos de elaboración de cocina debido a que el metal es un conductor del calor, lo cual significa que el calor se moverá de manera fácil y rápida dentro del recipiente. De esta manera, los recipientes ayudarán al momento de la cocción de la yuca para formar el almidón, así mismo como se utilizarán los recipientes al momento del amasado de la yuca cocida.

### **Cuchillos de pan**

Este instrumento de cocina es un tipo de cuchillo diseñado especialmente para cortar pan, teniendo entre sus principales características su filo de sierra, que posee dientes grandes que le otorgan la capacidad de desprender con facilidad las fibras del pan.

### **Mesa de acero inoxidable**

Con la finalidad de tener una mesa de trabajo que resista el deterioro de la gran carga generada en una cocina industrial, los establecimientos optan por mesas fabricadas con acero inoxidable, así como para un mayor soporte al peso de los ingredientes.

### **Termómetro de horno**

Un termómetro de horno es empleado con el fin de monitorear la temperatura a la que se están cocinando los alimentos, cada tipo de ingrediente tiene un punto de cocción establecido, y con este termómetro se garantizará alcanzar tal temperatura para que los alimentos tengan las texturas adecuadas y sean aptos para el consumo.

### **Cronómetro**

Un cronómetro es un instrumento de medición de tiempo que se emplea para tener mediciones exactas de fracciones de tiempo muy pequeñas, dentro de sus funcionalidades permite recibir alertas cuando pasa determinado tiempo que se requiera para realizar una cocción.

### **Amasadora industrial**

La amasadora industrial es una maquinaria usada en la industria panificadora mayormente por el resultado sobre la consistencia del producto, consigue una textura homogénea entre los diferentes ingredientes empleados, mejorando la calidad del producto final. No es aconsejable reemplazar la batidora en comparación a la amasadora, esto se debe a la diferencia en capacidad y potencia de operaciones.

### **Cocina industrial**

Las cocinas industriales son aquellas cocinas que están diseñadas para la elaboración de alimentos en mayores proporciones que las de una cocina regular. Las cocinas industriales tienen como característica que son hechas de aluminio o de acero inoxidable, de esta manera garantiza una resistencia diferente a las cocinas comunes. Adicional, cabe mencionar que las cocinas industriales requieren pasar por una gran variedad de normas de control, entre ellas están las normas sanitarias, normas de seguridad, normas de extracción, normas de gas, entre otras.

### **Balanza digital**

La balanza digital es un instrumento tecnológico, capaz de medir ingredientes en diferentes unidades de medida, la más utilizada son los gramos. Creada para tener un mayor control en las proporciones, facilitando y unificando el tamaño de las mismas. Para obtener un éxito rotundo en cualquier preparación alimenticia, la balanza digital asegura un resultado victorioso.

### **Horno Industrial**

Los hornos industriales son maquinarias cerradas, o equipos cerrados, que suelen tender a alcanzar temperaturas altas, para que se pueda cocinar o calentar alimentos que serán consumidos. Un horno industrial, a diferencia de un horno convencional, tienen una potencia superior, y los alimentos suelen cocinarse mucho más rápido, es por eso que se utilizan bastante en el mercado de la venta de comida. Existe una variedad de hornos, pero el más común y versátil es el horno industrial a gas. Aparte de ser un producto ahorrador de energía eléctrica, la temperatura a la que

se encuentra el horno es distribuida de una manera equitativa, por lo que la cocción del alimento será fácil y, sobre todo, uniforme.

### **Cámara de fermentación**

La cámara de fermentación es utilizada de manera regular en las panaderías, y su función es fermentar la masa de pan. En la cámara de fermentación, la masa de pan alcanzará el calor y humedad que necesita para que el proceso de fermentación sea exitoso. Este tipo de maquinarias permiten ajustar el nivel de humedad y el nivel de calor necesario para cada tipo de alimento a producir, de esta manera asegura una eficacia en cada producto.

### **Congelador Industrial**

Los congeladores industriales son equipos de refrigeración, utilizados para mantener los alimentos por largos periodos de tiempo, en un estado de congelación.

## **Proceso de Producción Pan de Yuca**

### *Proceso para la elaboración de masa de yuca*

#### **Lavado**

Se realiza el lavado de las raíces de yuca con fin de eliminar las adherencias del suelo, normalmente esto sucede en temporada de lluvias. Este paso ayuda a detectar la presencia de pudriciones, piedras, etc. Lo que afectaría la calidad del producto final.

#### **Pelado y troceado**

Eliminar la capa externa de la yuca (cáscara) mejora la conservación de la yuca. Después, para que las raíces se sequen rápidamente se debe cortar en trozos pequeños y uniformes para que el acabado quede homogéneo.

#### **Secado**

Las raíces de la yuca se pueden secar de dos formas diferentes, tales como el método artificial y el natural. Las diferencias entre los dos métodos se basan en la tecnología aplicada y el costo. El método natural utiliza la energía solar, lo que limita su uso en temporada de lluvia, mientras que el método artificial utiliza otras fuentes de energía como combustibles.

Este proyecto de investigación usará el método artificial debido a la optimización de tiempo y el mayor provecho a la capacidad de las maquinarias.

### **Cocción**

Se coloca la yuca a cocinar en agua. Una vez el agua llegó a ebullición, se puede poner la yuca en agua por 30 minutos.

### **Amasado**

Se retira la yuca del fuego, colocándola en un recipiente para aplastarla, logrando formar una masa de yuca homogénea.

### **Pesado**

Se pesa la masa de yuca obtenida con la finalidad de saber el peso antes de la elaboración del pan de yuca.

Proceso para la elaboración de pan de yuca

### **Pesado**

Para obtener un excelente producto final, el pesado es un paso fundamental para lograr tener un producto homogéneo y poder garantizar una regularidad en la masa. En este paso necesitamos la masa de yuca previamente explicada junto a los siguientes insumos: harina de trigo, levadura, huevos, queso, mantequilla, leche, sal, azúcar y agua.

### **Amasado**

Para la elaboración del pan de yuca, se realiza la mezcla de la masa de yuca previamente preparada junto con la harina de trigo, después de 5 minutos en donde la masa está homogénea, se



agregan los siguientes ingredientes: huevos, mantequilla, leche, queso rallado, sal, azúcar, agua, y la levadura. Por último, se amasó durante 45 minutos aproximadamente.

### **Reposo**

Con el propósito de activar la función de la levadura y suceda el crecimiento de la masa, se dejó reposar la masa por 15 minutos.

### **División, formado y pesado**

La masa es dividida en partes iguales, con ayuda de un cuchillo de pan. Luego se da la forma circular a la masa, la estructura reconocida para el pan de yuca. Después se pesan las porciones en una báscula de pesaje digital, con la finalidad de tener un producto uniforme.

### **Fermentación**

Se colocan los panes de yuca en bandejas previamente engrasadas para ser llevadas a la cámara de fermentación por un tiempo de 45 minutos. El proceso de fermentación ayuda a que la levadura aumente por segunda vez, consiguiendo el nivel óptimo de volumen que necesita el producto.

### **Precocción**

Se llevan las bandejas a un horno giratorio para realizar la primera cocción a la temperatura y tiempo correctas. Cuando culmina el tiempo, se retiran las bandejas y con la ayuda de un termómetro se revisa la temperatura interior del pan, la cual debe ser de 55 a 60°C. Es importante que en la primera cocción el pan no tome color, debido a que la cocción final es la encargada de la caramelización de los azúcares.

### **Enfriado**

Al retirar los panes, se deben mantener en un lugar a temperatura ambiente y libre de viento por aproximadamente 20 a 30 minutos, para evitar el impacto del siguiente paso.

### **Congelación**

Una vez cerciorado la temperatura ambiente de los panes, se trasladan al congelador. La congelación se realiza a una temperatura de -10°C. El producto garantizado tiene una fecha de caducidad de aproximadamente 12 meses debido que excederse del tiempo especificado puede perjudicar la salud de quienes lo ingieren.

### **Empaque y Etiquetado**

El producto se empaqueta de acuerdo con las presentaciones en los empaques respectivos, en los cuales indiquen el nombre del producto, la empresa, cantidad, fecha de vencimiento y elaboración, lote de producción y sellado.

### **Almacenamiento**

Después de empaquetar el producto, se lo empaca en cajas que son trasladadas a las cámaras de congelación hasta el momento de su despacho.

### **Despacho y distribución**

Una vez efectivizada la compra, se puede proceder al despacho de la misma. La producción será despachada del área de almacenamiento hasta los contenedores refrigerados que serán dirigidos al puerto marítimo establecido.

### **Proveedores**

#### ***Proveedores de Materia Prima***

A continuación, se mencionan los productos que se usarán, con la respectiva marca y proveedor. Se ha realizado un estudio breve y las empresas mencionadas son las que se estiman convenientes en relación precio-calidad, debido a que son las mismas que elaboran el producto y no son intermediarios.

El principal proveedor principal será la Asociación Gigantes de la Fé, la cual está integrada por aproximadamente 14 miembros. La Asociación Gigantes de la Fé fue creada para impulsar la

producción ecuatoriana de yuca, leche y caña, dando a conocer la calidad del producto junto a los cuidados de los cultivos para posteriormente poder venderla a nivel nacional.

Se tomó la decisión de escoger esta asociación como proveedora de yuca debido al compromiso que tomará el Ministerio de Agricultura y Ganadería MAG al evaluar de una manera concurrente las cosechas para asegurar productos de calidad, así mismo como a capacitar constantemente a los miembros de la asociación.

A continuación, se mostrará en la tabla 2 el listado de proveedores en los que se confiará la compra de los ingredientes para asegurar una elaboración de calidad del producto a comercializar.

## **Tabla 2**

*Lista de proveedores junto a ingredientes.*

<b>Proveedores</b>	<b>Ingredientes</b>
Asociación Gigantes de la Fé	Yuca
Empresa Moderna Alimentos	Harina de trigo
Empresa Levapan	Levadura
Empresa Azucarera Valdez	Sal y Azúcar
Empresa Nestlé	Leche
Empresa Alpina	Queso y Mantequilla
Empresa Pronaca	Huevos

*Nota.* Lista de proveedores junto a ingredientes necesarios para la elaboración del producto.

### ***Proveedores de Instrumentos y equipos para la elaboración***

Los proveedores seleccionados para los instrumentos y equipos necesarios para la elaboración de nuestros productos se describen a continuación en la tabla 3, la empresa Termalimex y Adeucarpi debido a la calidad de sus productos, profesionalismo y las

capacitaciones brindadas al momento de seleccionar los instrumentos necesarios para la elaboración del pan de yuca.

**Tabla 3**

*Lista de proveedores junto a materiales.*

<b>Proveedores</b>	<b>Materiales</b>
Empresa Termalimex	Recipientes metálicos
Empresa Termalimex	Cuchillos de pan
Empresa Termalimex	Termómetro de horno
Empresa Termalimex	Cronómetro
Empresa Termalimex	Balanza Digital
Empresa Termalimex	Mesa de Acero Inoxidable
Empresa Adeucarpi	Amasadora Industrial
Empresa Adeucarpi	Cocina Industrial
Empresa Adeucarpi	Horno Industrial
Empresa Adeucarpi	Cámara de Fermentación
Empresa Adeucarpi	Congelador Industrial

*Nota.* Lista de proveedores junto a materiales necesarios para la elaboración del producto.

## **Proceso de Exportación**

### *Negociación*

La negociación del producto se llevará a cabo con un distribuidor surcoreano, con el cual se establecerán los detalles, tales como el precio, pago, venta, entre otros, de cómo se desarrollará el negocio.

### ***Precio***

El precio del producto será de \$10. Se llegó a este precio de venta luego de un análisis a los productos similares que son vendidos en Corea del Sur, obteniendo un precio de referencia aproximado. El Incoterm utilizado en el negocio es el FOB (Free On Board), el cual detalla que el vendedor, en este caso nosotros, se encargará de todos los costos y riesgos hasta que la mercancía se sube al buque en el puerto de salida, a partir de ese entonces, es el comprador quién se hará responsable por los costos y riesgos de la mercancía hasta su punto de llegada.

### ***Venta Internacional***

La venta internacional será por parte del distribuidor dentro de Busan. Las ventas estimadas son de 1,650 unidades mensuales, llegando a un aproximado de 20,000 unidades anuales. Obteniendo como resultado una venta total de \$16,500 mensuales y \$200,000 anuales. Logrando tener un incremento progresivo de 2% anuales a partir del tercer año.

### ***Partida arancelaria***

La partida arancelaria consiste en una clasificación numérica dentro de un sistema mundialmente globalizado en el que se podrán identificar los productos importados para poder aplicar las medidas no arancelarias y arancelarias correspondientes. La partida arancelaria que se utilizara en este proyecto es 071410 - Raíces de mandioca (yuca), arrurruz o salep, aguaturmas (patacas), batatas (boniatos, camotes) y raíces y tubérculos similares ricos en fécula o inulina, frescos, refrigerados, congelados o secos, incluso troceados o en pellets; médula de sagú: Raíces de mandioca (yuca).

### ***Requisitos para ser registrado como exportador en Ecuador***

De acuerdo con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) se necesita cumplir con cinco pasos previos para contar con una satisfactoria exportación.

1. Obtención del certificado digital para firma electrónica (Token), las cuales deben ser mediante security data o el registro civil.
2. Instalación del Ecuapass.
3. Registro de Exportador en sistema informático aduanero.
4. Conocer restricciones de productos a exportar.
5. Trámite de despacho de exportación.

### ***Pago de la mercancía***

El pago de la mercancía se efectuará por medio de una transferencia interbancaria que realizará directamente el comprador al vendedor en un plazo no mayor de 30 días netos una vez salida la mercancía del puerto de salida.

### ***Declaración de la mercancía***

La declaración de la mercancía en Ecuador es conocida como el Registro de la Declaración Aduanera de Exportación, y es obligatoria para todo Operador de Comercio Exterior. Según la página web del Gobierno de la República del Ecuador (2022), los requisitos obligatorios para la declaración de la exportación son los siguientes:

- Registrarse como Operador de Comercio Exterior dentro del sistema Ecuapass.
- Adjuntar los documentos soporte, sean electrónicos o físicos, a la declaración de exportación.
- Revisar si el país destino final de la exportación es un paraíso fiscal. (Corea del Sur no se encuentra dentro de la lista proporcionada por el Servicio de Rentas Internas.)
- Adjuntar factura comercial de exportación.

### ***Verificación de la mercancía***

Una vez realizada la Declaración Aduanera de Exportación, la aduana a través del sistema Ecuapass hará una asignación de aforo para la revisión de la mercancía. Los aforos pueden ser:

- **Aforo Físico:** La revisión física de la carga es asignada a un funcionario aduanero para que corrobore la documentación adjunta, empaque, peso, entre otros. Una vez realizado el aforo, la DAE tendrá la autorización de salida.
- **Aforo Automático:** El sistema Ecuapass asigna de manera automática la salida autorizada de la mercancía.
- **Aforo Documental:** Un funcionario aduanero deberá revisar la DAE y todos los documentos adjuntos.

### ***Salida de la mercancía***

La mercadería sale del puerto marítimo de Guayaquil, llamado Terminal Portuario de Guayaquil, a través de una naviera con destino Busan, Corea del Sur. El tiempo de tránsito de la mercadería de Ecuador está determinado por el trámite realizado entre el comprador y la naviera. El transporte toma un lapso aproximado de 30 días desde el puerto de Guayaquil hasta el puerto de Busan.

## **Capítulo IV: Estudio de Mercado y Plan de Marketing**

### **Generalidades del Mercado**

La República de Corea, se encuentra ubicada en Asia Oriental y su capital, Seúl, es una de las ciudades más pobladas del mundo. Hasta el año 2020, existía un total aproximado de 51.78 millones de habitantes, de los cuales se calcula que al menos la mitad de estos viven en la capital del país.

Al norte de Corea del Sur, se encuentra Corea del Norte; con respecto al este y oeste, se encuentran delimitados por los mares “Mar del Este” y “Mar Amarillo”, respectivamente. Por último, al sur de Corea del Sur, se encuentra el Mar Oriental de China. Corea del Sur está regido por un gobierno representante de la democracia, y su principal actividad económica es el desarrollo de la tecnología y telecomunicaciones.

La economía coreana ha ido creciendo desde años anteriores, finalizando el año 2020 con un PIB anual de \$1.631 billones de dólares, mientras que el PIB per cápita fue de \$31,489.12. El crecimiento que ha tenido Corea del Sur se debe, en su mayoría, al esfuerzo que ha mantenido el gobierno coreano por favorecer los negocios internacionales. Los estímulos monetarios y las mejoras dentro de los diferentes sectores en el mercado también favorecieron al crecimiento económico de Corea del Sur.

El Won es la moneda oficial de circulación dentro de Corea del Sur desde el año 1945. Actualmente, 1 won surcoreano equivale a 0.00086 dólares estadounidenses. El idioma oficial del país es el coreano. Sin embargo, el inglés es utilizado frecuentemente para los negocios internacionales.



Las relaciones diplomáticas bilaterales entre Ecuador y Corea del Sur tienen su inicio en el año 1962, y desde entonces se han ido fortaleciendo con visitas y proyectos que favorecen en su mayoría a Ecuador. En el año 2019, estos dos países suscriben cinco acuerdos bilaterales con el fin de incrementar el comercio e inversión entre ambos, concretando un acuerdo que fortalezca el crecimiento productivo y comercial para la producción y exportación de alimentos ecuatorianos que produzcan un valor agregado.

La ciudad de Busan es la segunda ciudad más grande de Corea del Sur, con una población actual de aproximadamente 3,505 millones de habitantes. Su superficie es de 770 km<sup>2</sup>. Busan en la actualidad cuenta con uno de los puertos marítimos con mayor operatividad a nivel mundial, en términos estadísticos, es el quinto puerto más grande del mundo; y a nivel nacional, es el puerto a cargo de más del 90% del comercio exterior del país coreano.

El puerto de Busan también funciona como un puerto de conexión para las economías euroasiáticas, pues Busan se encuentra ubicado en un lugar estratégico que favorece a ambos continentes. Además de favorecer a ambas economías, tiene otras características que hacen del puerto de Busan un puerto de clase mundial, y su ubicación lo hace adyacente a las principales rutas marítimas del mundo. El puerto de Busan actualmente es administrado por la BPA (Autoridad Portuaria de Busan).

Busan es una de las ciudades coreanas que utilizan inteligencia digital para diversas áreas de esta, por ejemplo, el transporte, la salud y la seguridad. El transporte de Busan es una combinación de aire, mar y tierra, mientras que la salud y la seguridad son totalmente digitalizadas y manejadas a través de tecnologías de la información. En la actualidad, hay 4 sectores primordiales y estratégicos para Busan, estos son: industria de materiales, industria marina, industria de tecnología de información e industria de turismo.

### **Segmentación del Mercado**

La segmentación dentro del mercado destino se llevó a cabo a partir del comportamiento de los consumidores, los cuales pudimos obtener mediante los resultados arrojados de una encuesta que realizamos con una muestra inicial de 385 residentes de la ciudad de Busan, Corea del Sur.

**Género:** Masculino/Femenino

**Edad:** 18 años en adelante.

**Ubicación Geográfica:** Corea del Sur - Busan

**Conductual:** Consumidores regulares de carbohidratos.

**Psicográfico:** Consumidores que disfruten probar productos innovadores en el ámbito culinario, Familia inmigrante ecuatoriana o en su defecto latina que resida en la ciudad de Busan, Personas que deban consumir dietas con alto contenido de carbohidratos.

### **Tamaño del Mercado Destino**

Busan, antiguamente conocido como Pusan, es una ciudad valiosa y notable de Corea del Sur, formando parte de las ciudades más importantes de la República de Corea, ocupando el segundo lugar, seguido de la capital Seúl. Busan está localizada al sur de Corea del Sur con una población aproximada de 3,5 millones de habitantes. En la Tabla 4 se resumen las últimas estadísticas sobre la población por edades en la ciudad de Busan del año 2020 según ZhujiWorld (ZhujiWorld, 2020).

#### **Tabla 4**

*Población por edad en Corea del Sur.*

<b>Población por edad</b>	
0 - 14 años	424,293 habitantes
15 - 29 años	594,898 habitantes
30 - 44 años	739,559 habitantes
45 - 59 años	861,970 habitantes
60 - 74 años	627,379 habitantes
75 - 89 años	235,482 habitantes
+90 años	19,258 habitantes

*Nota.* Habitantes de Corea del Sur dividida en siete rangos de edad.

## **Análisis externo PESTAL**

El análisis PESTAL tiene como finalidad tener una visión general de los factores externos en el que se desarrollará el presente trabajo de titulación. El análisis PESTAL tiene un enfoque actual y futuro, pues se basa en los acontecimientos presentes y futuros que tengan un impacto en el negocio. Los factores que se analizan son los políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales.

### ***Factor Político***

Actualmente, el presidente Moon Jae-in y el primer ministro Kim Boo Kyum son los líderes políticos en el poder de Corea del Sur. El presidente está al mando del país desde el 10 de mayo del 2017, siendo las próximas elecciones presidenciales en el año 2022; y el primer ministro fue elegido el 14 de mayo de 2021, y la próxima fecha electoral de la Asamblea Nacional será en abril de 2024.

El presidente de Corea del Sur ha impulsado el concepto de “economía de la paz”, la cual trata de una posible unificación económica con Corea del Norte. De esta manera, existiría una desnuclearización, y una cooperación de la capital de Corea del Sur (Seúl) y la capital de Corea del Norte (Pyongyang), con el fin de lograr un mercado único para ambas ciudades. Este concepto propone lograr la paz entre ambas naciones para el año 2045.

Con respecto a la relación actual con Corea del Norte, es de conocimiento público que en junio del año 2020 se intensificó, tras la exposición y demolición de la oficina de unión que se localizaba en Kaesong, la zona desmilitarizada entre ambos territorios. La oficina cumplía con la única función de que Corea del Sur y Corea del Norte puedan comunicarse. De manera adicional, las tensiones que mantiene Corea del Norte con Estados Unidos referente al programa nuclear

podrían causar efectos severos que involucren los negocios con inversionistas extranjeros dentro de Corea del Sur.

Según el sitio web de información Santander Trade Markets (2021), actualmente, los partidos políticos de más renombre dentro de Corea del Sur son:

- **Partido Demócrata de Corea:** También conocido como Partido Minju, fundado en el 2014 como resultado de una fusión entre el Partido Democrático y el Partido de la Nueva Visión Política. Su ideología política es céntrica, socioliberal.
- **Partido del Poder Popular:** Al momento, es el segundo partido liderado en el parlamento desde el año 2017. Este partido nace de la fusión entre el Partido Libertad de Corea, Nuevo Partido Conservador y Hacia Futuro 4.0. La ideología política de este partido es el conservadurismo y liberalismo económico o derecha.

Así mismo, existen dos partidos con menor importancia que los mencionados anteriormente, entre los cuales están:

- **Partido de la Justicia:** Es un partido progresista, fundado en el 2012 después de que su fundador Sim Sang-jung se haya separado de su partido inicial, el Partido Progresista Unificado.
- **Partido Bareun Mirae:** Fue un partido de ideología política centro, centro-derecha.

Corea del Sur se encuentra formada en la actualidad por 6 ciudades autónomas, las cuales son: Seúl (su capital), Busan, Incheon, Daegu, Gwangju y Daejeon) y 9 provincias (Chungcheong del Norte, Chungcheong del Sur, Gangwon, Gyeonggi, Gyeongsang del Norte, Gyeongsang del Sur, Jeju, Jeolla del Norte, Jeolla del Sur).

El poder ejecutivo surcoreano está formado por el presidente del país, es el jefe de Estado, jefe del ejército, y se encuentra en el primer lugar en el Gobierno. El presidente nombrará a su

gabinete de estado y a su primer ministro, la función principalmente es asistir al presidente. El presidente es elegido de manera democrática por medio de sufragio cada 5 años.

El poder legislativo de Corea del Sur tiene una única cámara de representantes, es decir, es monocameral. La Asamblea Nacional, o Parlamento, tiene un periodo total de 4 años y cuenta con 300 escaños. Es de suma importancia mencionar que el poder ejecutivo depende netamente del apoyo del parlamento para la toma de sus decisiones.

### ***Factor Económico***

Corea del Sur es un país reconocido a nivel mundial por pasar de ser uno de los países más pobres del mundo en los años 70, a ser ubicado como décima potencia económica mundial y cuarta dentro del continente asiático en el año 2021. Sin embargo, se estima que Corea del Sur tendrá que superar uno de sus peores años en el ámbito económico en 2022, pues se verá afectada por la guerra comercial entre Washington y Beijing, la ralentización de la economía china por la crisis de suministros energéticos, y los efectos globales que deja la pandemia de Covid-19 a nivel mundial.

Santander Trade Market (2021) indicó:

La inversión estancada y la incapacidad de contagiar el boom del sector del chip hacia otras industrias limitó el crecimiento económico hacia una cifra estimada en 2% en 2019, que luego cayó a -1,9% en 2020. Según las últimas previsiones del FMI (de octubre de 2020), el crecimiento del PIB debiera repuntar a 2,9% en 2021 y 3,1% en 2022, gracias a la recuperación de la economía global posterior a la pandemia. En la actualización más reciente de sus Perspectivas de la Economía Mundial, el FMI revisó sus proyecciones de crecimiento del PIB para Corea del Sur a 3,1% en 2021 y 2,9% en 2022 (lo que representa una diferencia de +0,2% y -0,2% respectivamente con respecto a las proyecciones de la OMC de octubre de 2020). (p. 1)

En el período 2020, el Gobierno surcoreano utilizó un gasto fiscal expansivo con fines de impulsar la economía a nivel nacional, y como resultado durante ese año el empleo mejoró, pues

existieron más plazas de trabajo y el estatus de empleo aumentó. Durante ese año, el Gobierno también trabajó arduamente para realizar el “segundo boom” de emprendimiento, en promover las nuevas industrias prometedoras que son la biosalud, chips, y automóviles del futuro y en reducir la semana laboral de 52 horas.

Corea del Sur durante el año 2021 atravesó uno de los más grandes desafíos nacionales en los últimos años, el impacto económico, social, de salud que deja la pandemia de Covid-19. Según datos del FMI (2021), el ingreso per cápita de Corea del Sur es de 31.762 USD y la tasa de desempleo es relativamente baja (de 4,1%) y se estima que se mantenga durante el 2022. En cuanto a las exportaciones, empezaron a subir nuevamente gracias a los automóviles y los semiconductores.

Para mediano y largo plazo, Corea del Sur propone invertir en medidas para bajar la tasa de natalidad, falta de empleo entre las mujeres, y combatir la pobreza entre las personas que son mayores de edad.

### ***Factor Social***

La ubicación geográfica de Corea del Sur, socialmente hablando, es estratégica y decisiva. Estar cerca de China le permitió al país surcoreano encontrar un modelo e inspiración en el desarrollo del país. La historia de Corea del Sur como potencia mundial comienza en el año 1962, cuando Park Chung-hee asume el mando, y desde entonces comienza la era industrial del país, y surgen grandes conglomerados industriales como: Hyundai, Samsung, Daewoo, entre otros.

Dentro de Corea del Sur se ejerce la democracia liberal, los cuales los habitantes surcoreanos toman con seriedad, gracias a su ingenio en imitar absolutamente todo, desde objetos hasta hábitos, pueden asegurar un estilo de vida regido gracias a una nación que tiene división de

poderes, equilibrio de las libertades civiles, con una población equitativa y un sistema de salud con seguridad social vigilada y regida por el Estado.

En la actualidad, la sociedad actual está agradecida y orgullosa con el desarrollo que tiene Corea del Sur. Son conscientes que es resultado del esfuerzo de sus abuelos, quienes fueron los que iniciaron los procesos de cambio en la época industrial. Por lo general, los habitantes de Corea del Sur suelen tener gran conciencia laboral, por lo que son bastante agradecidos con su trabajo.

La población coreana por edad se divide en: 13% menores de 14 años, el 73% se encuentra en un rango de 15 y 64 años y el 14% mayores a 65 años. El promedio de edad es de 40 años y la tasa de crecimiento de la población es de 0,53% por año. La división entre hombres y mujeres en promedio es casi similar, con una esperanza de vida de 81 años.

La sociedad surcoreana pone como prioridad la educación. Es uno de los valores más importantes para sus ciudadanos, para los surcoreanos la educación es la vía de formación del ser humano, representa el estatus y el poder que se puede llegar a tener. De igual manera, la familia y sus miembros es el valor central de la persona.

La religión en la República de Corea es diversa, el 26,6% practica el cristianismo (protestantes 24% y Romano Católicos 7,6%), el 24,2% profesa budismo y el 0,9% se ubican los practicantes de islam junto con nuevos movimientos como el jeungismo, el budismo won, el daesunismo y el cheondoísmo. Sin embargo, aproximadamente la mitad de la población coreana no practica alguna religión.

La República de Corea cuenta como idioma oficial el coreano y para negocios es usado el idioma inglés, el mismo es entendido y hablado en distintas áreas empresariales.

### ***Factor Tecnológico***

Corea del Sur constituye una de las economías más avanzadas en el ámbito tecnológico, y cada día la sociedad trata de que los procesos sean más automatizados. Los ciudadanos toman en consideración que la innovación y el desarrollo tecnológico puede afectar de manera positiva un mercado. La tecnología en Corea actualmente está presente en la automatización, investigación, desarrollo, y para los métodos de fabricación, logística y distribución de productos.

Para lograr que Corea del Sur sea considerado uno de los países tecnológicos más avanzados a nivel mundial, la clave para lograr esto ha sido invertir en lugares para el desarrollo a nivel productivo y tecnológico en sectores económicos industriales de gran impacto en el país. De esta manera, la innovación, ciencia y tecnología marcan un lugar fundamental en el desarrollo que ha tenido Corea del Sur desde los años cincuenta. Según estudios realizados, la estrategia que tomó Corea del Sur empezó a mediados de los años 60, y se centró en promover las importaciones de tecnología extranjera de calidad, en generar infraestructuras más tecnológicas para la época y en impulsar la educación técnica y científica.

Algunos ejemplos del desarrollo de las nuevas tecnologías dentro de los sectores estratégicos de Corea del Sur son las siguientes enlistadas a continuación: automatización, regulación de la propiedad industrial e intelectual, acceso a los consumidores, desarrollo de la competencia de Corea del Sur, comunicación, infraestructura, entre otras.

### ***Factor Ambiental***

Corea del Sur cuenta con cinco recursos naturales a lo largo de su territorio, estos son el entorno agrícola, entorno energético, entorno minero, polución, y el agua. En los últimos años la población surcoreana se ha esmerado por crear una economía que sea verde, lo que significa que los procesos productivos, de consumo, y el estilo de vida en general dentro de Corea del Sur ha ido cambiando hasta usar los recursos naturales de una manera eficiente para así evitar desperdicios.



Los reglamentos ambientales que toma Corea del Sur se ven directamente relacionados con la cadena de suministros que operan las empresas en los distintos sectores estratégicos del país surcoreano. Basado en los reglamentos, consecuentemente las empresas tendrán que adaptarse en sus actividades operativas, ya sea realizar negocios, innovación en productos, entre otros, pero de una manera eco sostenible. Lo mencionado en el párrafo anterior también ayuda a las empresas de Corea del Sur a que aumenten sus resultados, incrementar el valor y reputación de su marca, a tomar una mejora de decisiones relacionadas con las últimas tendencias ambientales y de sostenibilidad a nivel mundial, así mismo como garantizar actividades operativas a largo plazo.

### ***Factor Legal***

El factor legal de Corea del Sur se remonta a la organización de dicho país como un estado independiente. La última Constitución de la República de Corea fue reformada en 1987, la cual establece la Corte Constitucional, siendo la primera vez en la que Corea del Sur tiene un cuerpo constitucional. Esta Corte también vela por los jueces, los cuales no podrán ser removidos a no ser que tengan incapacidad, estén en juicio, o sean acusados de un acto delictivo.

En la actualidad, el sistema judicial de la República de Corea está constituido por la Corte Constitucional de Corea del Sur, la Corte Suprema de Corea del Sur, 6 Tribunales Superiores, 13 Juzgados Distritales, Tribunales Municipales y Tribunales de Distrito. La organización del sistema judicial de Corea del Sur se ve reflejada en el capítulo V y VI de la Constitución de la República de Corea.

Los Tribunales Distritales son los encargados de casos más penales y civiles, además de que pueden apelar un caso cuando el Tribunal de Distrito haya dictado una resolución. A lo largo de Corea del Sur se encuentran 18 Tribunales de Distrito. Los Tribunales Municipales son los encargados de ejercer jurisdicción únicamente en los casos de menor importancia, tales como los delitos menores en el que la pena mayor no exceda los 30 días de cárcel, o en su defecto, los delitos

que tengan una multa no superior a los 200,000 won. Se estima que en la actualidad hay 103 tribunales municipales a lo largo de Corea del Sur.

Los Tribunales de Poder funcionan similar a los Tribunales de Distrito, con la excepción de que los de poder no pueden apelar en ningún caso. Hasta el momento, existen 40 Tribunales de Poder en Corea del Sur. Por otro lado, los Tribunales Superiores (que son 6) tienen como jurisdicción la apelación de algún caso dictado por un Tribunal de Distrito en el que la cantidad de multa superen ₩ 50.000.000. Los Tribunales de Poder se encuentran en cinco de las siete ciudades autónomas; Seúl, Busan, Daegu, Daejeon y Gwangju. Existe un sexto Tribunal Superior establecido en el Distrito de Jeju.

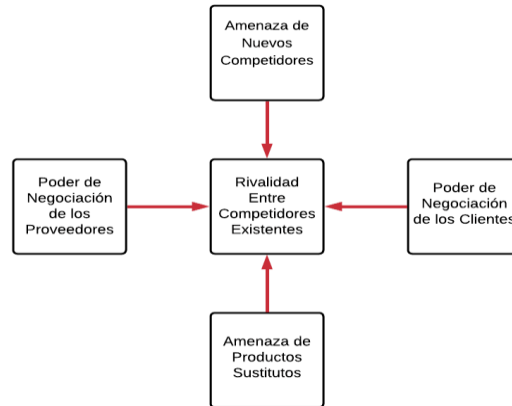
Con respecto a las importaciones de Corea del Sur, estas pueden ser circuladas de una manera libre, a excepción de los artículos que atenten contra la salud pública, seguridad nacional, y el medioambiente. Korean Customs Services, que es la Aduana de Corea del Sur, publica de manera anual la conocida como “negative list”, la cual es una lista en donde se enlistan los productos con restricciones o prohibición de entrada al país surcoreano.

### **Cinco Fuerzas de Porter**

Las cinco fuerzas de Porter, también conocido como el modelo de competitividad ampliada de Michael Porter, es un esquema que se utiliza a menudo en un negocio para poder determinar su rentabilidad y poder formular un análisis estratégico. Según Michael Porter, en el mercado destino existen cinco fuerzas competitivas que ayudarán a que el negocio determine una posición estratégica:

## Figura 1

Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter.



*Nota.* El grafico muestra las cinco fuerzas de Porter.

### ***Amenaza de nuevos competidores: Alta***

#### Barreras de Entrada

Las barreras de entrada son impedimentos que pone un mercado destino para el ingreso de un negocio, empresa, producto, o marca nueva. En otras palabras, todas las complicaciones que impiden la participación de un nuevo competidor dentro de un mercado destino ya definido.

Se realizó la búsqueda de condiciones de acceso de mercado desde Ecuador hacia Corea del Sur dentro de la página web de información Market Access Map (2016) con respecto a la partida arancelaria perteneciente a “071410 - Raíces de mandioca (yuca), arrurruz o salep, aguaturmas (patacas), batatas (boniatos, camotes) y raíces y tubérculos similares ricos en fécula o inulina, frescos, refrigerados, congelados o secos, incluso troceados o en pellets; médula de sagú : Raíces de mandioca (yuca)” y los requisitos reglamentarios o MNA (Medidas No Arancelarias) de importación para mencionado producto son las siguientes enlistadas a continuación:

- A140 - Requisito de autorización por motivos sanitarios y fitosanitarios para la importación de determinados productos
- A150 - Requisito de autorización para los importadores por motivos sanitarios y fitosanitarios

- A210 - Límites de tolerancia de residuos o contaminación por determinadas sustancias (no microbiológicas)
- A220 - Uso restringido de determinadas sustancias en alimentos y piensos y en materiales destinados a entrar en contacto con ellos
- A310 - Requisitos de etiquetado
- A320 - Requisitos de marcado
- A330 - Requisitos de embalaje y envase
- A410 - Criterios microbiológicos para productos finales
- A420 - Prácticas de higiene en la producción relacionadas con las condiciones sanitarias y fitosanitarias
- A490 - Requisitos de higiene no especificados en otra parte
- A630 - Elaboración de alimentos y piensos
- A640 - Condiciones de almacenamiento y transporte
- A810 - Requisitos de registro y aprobación de los productos
- A820 - Requisitos de prueba
- A840 - Requisitos de inspección
- A851 - Origen de los materiales y las partes
- A853 - Distribución y ubicación de los productos tras su entrega
- A859 - Requisitos de trazabilidad no especificados en otra parte
- A860 - Requisitos de cuarentena
- A890 - Evaluación de la conformidad en relación con las condiciones sanitarias y fitosanitarias no especificadas en otra parte
- B310 - Requisitos de etiquetado
- B320 - Requisitos de marcado
- B420 - Reglamentos en materia de obstáculos técnicos al comercio sobre transporte y almacenamiento
- B700 - Requisitos de calidad, seguridad y rendimiento de los productos
- B820 - Requisitos de prueba
- B851 - Origen de los materiales y las partes
- B853 - Distribución y ubicación de los productos tras su entrega
- C300 - Requisito de paso por determinado puesto aduanero

- C400 - Requisitos de supervisión y vigilancia de las importaciones y otras medidas de trámite de licencias automáticas
- E100 - Procedimientos de licencias no automáticas de importación distintos de las autorizaciones contempladas en los capítulos sobre medidas sanitarias y fitosanitarias y obstáculos técnicos al comercio
- E611 - De asignación mundial
- F710 - Impuestos al consumo

La búsqueda realizada suma un total de 48 medidas no arancelarias debidamente reguladas por las entidades gubernamentales de Corea del Sur, por lo que se ha analizado que la política del mercado destino es una amenaza de entrada de competidores de nivel alto, dificultando el acceso al mercado surcoreano, y, consecuentemente, aumentando los costos de exportación.

***Poder de Negociación de los proveedores: Bajo***

Se considera un poder de negociación de los proveedores en un nivel bajo. Entre toda la materia prima requerida para la realización del producto, existe un ingrediente en específico que, a pesar de contar con un solo proveedor con el fin de asegurar la calidad y eficacia del proceso de producción, no representa un contratiempo para la negociación, pues la yuca es un tubérculo resistente que tolera altos grados de sequías, plagas y enfermedades.

***Poder de Negociación de los clientes: Bajo***

El poder de negociación de los clientes es bajo debido a que los consumidores inicialmente se encontrarán con un producto innovador en el mercado, por lo que el nivel de diferenciación será alto. De esta manera, el consumidor comprará el producto en cantidades pequeñas, por lo que la empresa no dependerá completamente de la compra en grandes volúmenes por parte de los consumidores para su supervivencia.

***Amenaza de productos sustitutos: Alta***

Dentro del mercado surcoreano existen un sin número de productos sustitutos relacionados a la fuente nutricional que es el carbohidrato, por este motivo se considera que la amenaza de productos sustitutos es alta. Entre los principales productos consumidos por los coreanos que pueden sustituir al pan de yuca se encuentran la papa y el camote.

### ***Rivalidad entre competidores existentes: Bajo***

Al tratarse de un producto completamente único en territorio surcoreano, no se encuentran competidores directos existentes en el mercado destino, por este motivo se considera que la rivalidad entre competidores existentes es baja.

## **Análisis del Mercado**

### ***Análisis de la estructura del mercado (Oferta Mundial)***

El Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías es un sistema que contiene nomenclaturas polivalentes válidas internacionalmente, y es elaborado por la Organización Mundial de Aduanas. La finalidad del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías es llevar una clasificación de productos que se importen a nivel mundial, y poder aplicar las normativas correctas.

Basado en esto, el producto dentro del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías que más se asemeja al pan de yuca congelado es el producto de 6 dígitos que corresponde a: 071410 "Raíces de Mandioca "Yuca", Frescas, Refrigeradas, Congeladas O Secas, Incl. Troceadas O en "Pellets".

En el comercio de este producto, se puede notar que, en la actualidad, existe un sin número de países que ofertan productos a base de yuca en el mercado internacional. Ecuador se encuentra en la posición octava a nivel mundial de Exportadores de "Raíces de Mandioca "Yuca", Frescas,

Refrigeradas, Congeladas O Secas, Incl. Troceadas O en "Pellets" y cuenta con el 0.40% de participación en el mercado dentro de la oferta mundial.

El principal exportador de este producto es el continente asiático. En el primer puesto se encuentra Tailandia, representando el 43.50% de la participación en el mercado. Le siguen Camboya, Laos, y Vietnam, con un porcentaje de 28.40%, 7.91% y 6.55%, respectivamente.

En el quinto lugar se encuentra la sección de Norteamérica, con Costa Rica con un porcentaje de 8.23%, le sigue África (Tanzania 1.17%), y en el séptimo puesto se encuentra Europa (Países Bajos 0.70%). Consecuentemente, en el octavo lugar se encuentra Ecuador (0.40%).

### **Figura 2**

Estadísticas de Ecuador en Exportadores de 071410 "Raíces de Mandioca "Yuca", Frescas, Refrigeradas, Congeladas O Secas, Incl. Troceadas O en "Pellets".

 <b>Ecuador</b>	
<b>Año</b>	2019
<b>Valor de Exportaciones</b>	\$5,03M
<b>Porcentaje</b>	0,40%

*Nota.* Observatorio de Complejidad Económica, 2019, <https://oec.world/es/profile/hs92/manioc-cassava-fresh-or-dried>.

A pesar de estar en el ranking 8 de la lista de países exportadores del producto, Ecuador es el principal exportador de 071410 "Raíces de Mandioca "Yuca", Frescas, Refrigeradas, Congeladas O Secas, Incl. Troceadas O en "Pellets" en Sudamérica, con un porcentaje de 71.60% del total de la participación de mercado sudamericano, representando un valor de exportaciones de aproximadamente \$5.03 Millones de dólares americanos.

### Figura 3

Estadísticas de Ecuador en Sudamérica de 071410 “Raíces de Mandioca "Yuca", Frescas, Refrigeradas, Congeladas O Secas, Incl. Troceadas O en "Pellets".



Nota. Observatorio de Complejidad Económica, 2019, <https://oec.world/es/profile/hs92/manioc-cassava-fresh-or-dried>.

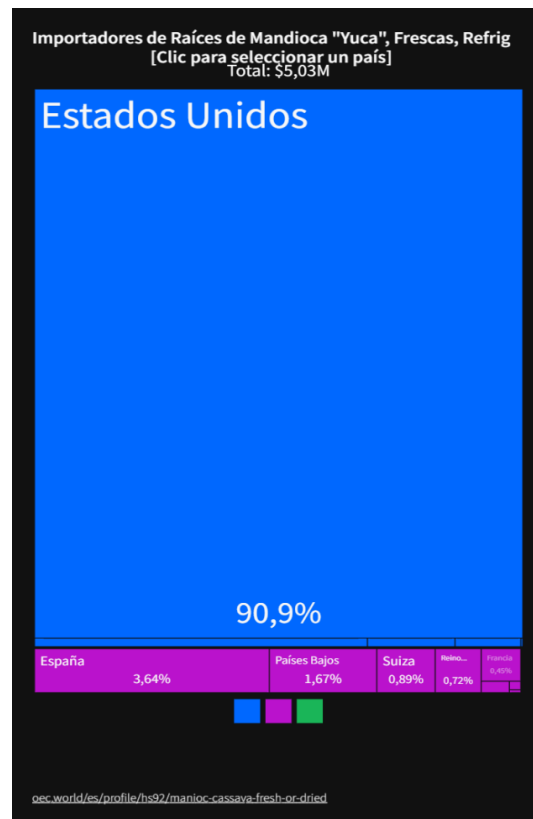
#### *Análisis de la estructura del mercado origen (Oferta de Ecuador)*

Actualmente, la oferta ecuatoriana del producto registrado dentro del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías designado como “Raíces de Mandioca "Yuca", Frescas, Refrigeradas, Congeladas O Secas, Incl. Troceadas O en "Pellets" tiene su demanda principalmente en Estados Unidos de América con un 90.9%. El segundo lugar es España, con un total de 3.64%, le sigue Países Bajos, con un porcentaje mínimo de 1.67%.



#### Figura 4

Estadísticas de Importadores de Ecuador de 071410 "Raíces de Mandioca "Yuca", Frescas, Refrigeradas, Congeladas O Secas, Incl. Troceadas O en "Pellets".



Nota. Observatorio de Complejidad Económica, 2019, <https://oec.world/es/profile/hs92/manioc-cassava-fresh-or-dried>.

Los principales exportadores ecuatorianos del producto designado son:

- La empresa multinacional Grupo Vilaseca, bajo su marca Facundo, exporta sus productos a 43 países a nivel mundial, incluido Corea del Sur.
- La empresa Degeremcia, bajo su marca Naturissimo, es el principal productor de pan de yuca del Ecuador, y a partir del 2015 se exportan sus productos congelados a Estados Unidos.


#### *Análisis de la naturaleza del mercado (Demanda Corea del Sur)*

Corea del Sur representa el quinto lugar en importaciones a nivel mundial de "Raíces de Mandioca "Yuca", Frescas, Refrigeradas, Congeladas O Secas, Incl. Troceadas O en "Pellets" con

un 2.35%. Los datos estadísticos revelan que Corea del Sur obtiene las raíces del tubérculo en mención principalmente de Vietnam y Tailandia.

### **Figura 5**

Estadísticas de Corea del Sur en Importadores de 071410 “Raíces de Mandioca "Yuca", Frescas, Refrigeradas, Congeladas O Secas, Incl. Troceadas O en "Pellets".

 <b>Corea del Sur</b>	
<b>Año</b>	2019
<b>Valor de Importaciones</b>	\$29,2M
<b>Porcentaje</b>	2,35%

*Nota.* Observatorio de Complejidad Económica, 2019, <https://oec.world/es/profile/hs92/manioc-cassava-fresh-or-dried>.

Los latinos emigrantes forman parte de una demanda insatisfecha al no encontrar productos que forman parte de la cultura gastronómica latina. Según las últimas estadísticas brindadas de emigrantes en Corea del Sur datan del año 2019, existen aproximadamente 35.338 emigrantes de Sudamérica. Se estima que, de este valor, al menos 800 personas son ecuatorianas.

## **Diagnóstico de la situación**

### ***Análisis FODA***

El análisis FODA es una herramienta o técnica utilizada por las empresas u organizaciones para la identificación de los factores internos (debilidades y fortalezas) y factores externos (oportunidades y amenazas), con el fin de facilitar la toma de decisiones y estrategias. Dentro de la tabla 5 se elaborará un análisis a los factores internos y externos.

## **Tabla 5**

*Análisis FODA.*

### Análisis FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>· Producto diferenciador en la cultura coreana.</li><li>· Buena relación con los proveedores.</li><li>· Producto sin aditivos ni preservantes.</li><li>· Fácil y práctico de preparar.</li><li>· Puede ser consumido como snack o como una comida.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>· Explorar nuevos mercados internacionales con productos no tradicionales.</li><li>· Crecimiento en la adquisición de productos ecuatorianos.</li><li>· Posibilidad de exportaciones de nuevos productos ecuatorianos no tradicionales (muchines).</li><li>· Crecimiento en el mercado de productos congelados ecuatorianos.</li><li>· Crecimiento de la demanda coreana.</li><li>· Alto poder adquisitivo de los consumidores en el mercado destino.</li><li>· Acuerdos multilaterales entre Ecuador y Corea del Sur.</li></ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>· Poca experiencia en el mercado surcoreano.</li><li>· Bajo nivel de conocimiento del producto en el mercado.</li><li>· Alta inversión económica.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>· Alto nivel de requisitos para el ingreso de un producto alimenticio al territorio surcoreano.</li><li>· Nuevas plagas y enfermedades en la yuca que pueden requerir cambios en los métodos de control en el Ecuador y el mercado destino.</li><li>· Situación económica post-pandemia debido a los efectos globales.</li></ul>

*Nota.* Análisis de la situación interna y externa de la empresa.

Como conclusión del estudio de mercado realizado, Corea del Sur es un país donde la competencia con relación al pan de yuca congelado es limitada, por lo que se debe aprovechar al máximo las oportunidades que este mercado ofrece; aprender de las debilidades para poder minimizarlas, y solucionar las amenazas con otras alternativas ante a estas.

## **Plan de Marketing**

### ***Objetivo General del Plan de Marketing***

Crear un plan de marketing que favorezca a la comercialización del pan de yuca congelado como producto de exportación a Corea del Sur desde Ecuador.

### ***Objetivos Específicos***

1. Incrementar el interés de productos no tradicionales ecuatorianos en el mercado coreano a través de una promoción estratégica en un lapso de 5 años.
2. Proponer un plan de comercialización y exportación de pan de yuca al mercado coreano, beneficiando a proveedores ecuatorianos.
3. Aumentar el nivel de consumo de nuestro producto dentro de Corea del Sur.

#### **4 p's Del Marketing**

- **Producto:** Lo que distingue nuestros panes de yuca congelados es que son elaborados minuciosamente con ingredientes naturales, seleccionados previamente bajo nuestros estándares de calidad. Contienen un alto nivel de fuente de sodio, proteína, carbohidratos, fibra y calcio. El pan de yuca puede ser consumido con yogurt, batido frío o leche con café, dependiendo de las preferencias de los consumidores. Vienen en una sola presentación en fundas de 600gr, en donde entran aproximadamente 30 panes de yuca, y cada uno pesa 20 gramos.
- **Precio:** Por iniciación de operatividad del producto, se propondrá un precio atractivo al consumidor, con el fin de generar interés en el nuevo producto. Se realizó un breve análisis de costos, y se concluye que el pan de yuca congelado tiene un costo unitario de \$0.15, por lo que una funda de 600 gramos tendría un costo de producción de \$4,41. Para llegar a este valor se tomó en consideración los gastos de elaboración, los gastos de exportación y gastos operativos. Se tomó la decisión de que el precio del producto tendrá un incremento del 55% del costo total, al tratarse de un producto importado, siendo el precio de venta al distribuidor de \$10.
- **Plaza:** La selección de entrada sería por medio de distribuidores, en este caso los distribuidores ideales para el producto serían las cadenas grandes de Supermercados tales como Lotte Mart, E-mart, Homeplus Mart, dichas cadenas se encuentran ubicadas estratégicamente por todo el país surcoreano.
- **Promoción:** Para la promoción de los panes de yuca congelados, se escogerá la opción de asistir a ferias internacionales, esto debido a la gran acogida que suelen tener este tipo de eventos alrededor del mundo. Por lo general, las ferias tienen una duración de máximo una

semana, en donde exportadores e importadores de todo el mundo hacen negocios con la finalidad de incrementar el comercio exterior. Se ha seleccionado las siguientes ferias:

- Exposición Internacional de Alimentos Congelados y Refrigerados de Shanghai 2022
- Seoul Food & Hotel 2022

## **Decisiones Estratégicas**

### *Estrategias Corporativas*

Estas se lograrán a través de:

- Alianzas estratégicas con empresas de mercados reconocidas en el país, como Lotte Mart, E-mart, Homeplus Mart, etc; para poder llegar a un contrato de distribuidores.
- Posicionar el producto como líder en el mercado de productos congelados.
- Conseguir una amplia cartera de distribuidores surcoreanos.

### *Estrategias de Segmentación*

Dentro del país de destino escogido, no existen grandes empresas que dominan el negocio de la importación y distribución de pan de yuca congelados y sus derivados, lo que implica una baja competencia para una comercializadora de pan de yuca dentro de un mercado tan grande y globalizado como lo es el mercado surcoreano. Esto debe venir acompañado de una estrategia de venta que debe ir dirigida a una negociación de compras anticipadas, con cadenas de retail especializadas en productos orgánicos que tengan contacto directo con el consumidor final.

Se ha escogido segmentar el producto en los siguientes establecimientos:

**Supermercados:** Almacenes con volumen de ventas superiores a \$2.000.000 al año (~~₩~~2.383.000.000 won surcoreano).

**Cadenas de supermercados:** Líneas de supermercados que tengan más de 10 puntos de venta a lo largo del país.

### ***Estrategias de Posicionamiento***

- El posicionamiento por calidad del producto es uno de los elementos más importantes para una marca. Pese a que la mayoría de las marcas enfatiza su compromiso con la calidad, una buena manera de distinguirse de tus competidores es centrar la atención en un área especializada, posicionando la marca, única y exclusivamente, como una especialista en alta calidad y de confianza.
- El posicionamiento por beneficios del producto que se desea vender debe quedar completamente claros, al igual que se indica en el estudio técnico, los beneficios que el pan de yuca aporta son gran cantidad de fibra, carbohidratos, calcio, sodio y proteína. Por lo que el consumidor debe ser consciente de que además de cubrir una necesidad, obtienen otros beneficios nutricionales por la compra de nuestro producto.
- El posicionamiento por estilo de vida del consumidor, sus intereses o actitudes es otra de las técnicas empleadas a la hora de posicionar productos. Un ejemplo puede ser los productos innovadores.

### ***Estrategias de Fidelización***

- La principal estrategia de fidelización que se prevé realizar con los clientes es demostrarles que el negocio es completamente honesto, pues tiene que ver mucho con la transparencia, que es una de las mejores alternativas al momento de promover confianza con los clientes.
- Invertir en herramientas que permitan conocer las necesidades de nuestros clientes. Estas herramientas pueden ser marketing digital de analítica, entre otros.
- Tomar en cuenta las preguntas, mejoras, sugerencias de los clientes, de esta manera se sentirán escuchados y se podrá crear un espacio en donde los clientes se puedan sentir totalmente satisfechos.

## Capítulo V: Estudio Financiero

### Inversión Inicial

Para determinar la inversión inicial, se realizó un breve análisis de la inversión fija del negocio, el capital trabajo, y un rubro de imprevistos, los cuales serán detallados a continuación en la tabla 6:

**Tabla 6**

*Inversión Inicial para el Proyecto.*

Inversión	Clasificado	Tipo	Descripción	Cantidad	C.U	Costo Total
Fija	Activos Tangible	Maquinarias	Recipientes metálicos	5	25.00	125.00
Fija	Activos Tangible	Maquinarias	Cuchillos de pan	4	30.00	120.00
Fija	Activos Tangible	Maquinarias	Termómetro de horno	2	9.50	19.00
Fija	Activos Tangible	Maquinarias	Cronómetro	3	5.00	15.00
Fija	Activos Tangible	Maquinarias	Balanza Digital	4	15.00	60.00
Fija	Activos Tangible	Maquinarias	Mesa de Acero Inoxidable	4	150.00	600.00
Fija	Activos Tangible	Maquinarias	Amasadora Industrial	3	1,700.00	5,100.00
Fija	Activos Tangible	Maquinarias	Cocina Industrial	3	1,050.00	3,150.00
Fija	Activos Tangible	Maquinarias	Horno Industrial	3	3,780.00	11,340.00
Fija	Activos Tangible	Maquinarias	Cámara de Fermentación	3	990.00	2,970.00
Fija	Activos Tangible	Maquinarias	Congelador Industrial	3	2,312.00	6,936.00
Fija	Activos Tangible	Eq. Compt	Laptop	3	535.00	1,605.00
Fija	Activos Tangible	Eq. Compt	Impresora	2	230.00	460.00
Fija	Activos Tangible	Muebles y Enseres	Sillas	3	70.00	210.00
Fija	Activos Tangible	Muebles y Enseres	Escritorios	3	150.00	450.00
Fija	Constitución	Gastos Legales	Creación de empresa	1	500.00	500.00
Fija	Constitución	Gastos Operación	Adecuaciones + serv básicos + Arriendo	1	3,000.00	3,000.00
Fija	Constitución	Permisos Legales	Municipales, Sanitarios, bomberos	1	2,500.00	2,500.00
Fija	Constitución	Permisos Exportación	Permiso Exportación	1	1,500.00	1,500.00
Capital trabajo	Producción	Personal	Personal Producción	2	800.00	1,600.00
Capital trabajo	Administrativo	Personal	Personal Administrativo	2	1,000.00	2,000.00
Imprevistos	Provisión	Provisión	Provisión de imprevistos	1	3,550.00	3,550.00

### *Activos Fijos*

Para el desarrollo de las actividades del negocio se requiere la compra de los siguientes activos descritos en la tabla 7 adjunta:

**Tabla 7***Activos requeridos para el proyecto.*

<b>Tipo Activo Fijo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>C.U</b>	<b>Costo Total</b>
Maquinarias	Recipientes metálicos	5	25.00	125.00
Maquinarias	Cuchillos de pan	4	30.00	120.00
Maquinarias	Termómetro de horno	2	9.50	19.00
Maquinarias	Cronómetro	3	5.00	15.00
Maquinarias	Balanza Digital	4	15.00	60.00
Maquinarias	Mesa de Acero Inoxidable	4	150.00	600.00
Maquinarias	Amasadora Industrial	3	1,700.00	5,100.00
Maquinarias	Cocina Industrial	3	1,050.00	3,150.00
Maquinarias	Horno Industrial	3	3,780.00	11,340.00
Maquinarias	Cámara de Fermentación	3	990.00	2,970.00
Maquinarias	Congelador Industrial	3	2,312.00	6,936.00
Equipos Comp.	Laptop	3	535.00	1,605.00
Equipos Comp.	Impresora	2	230.00	460.00
Muebles y enseres	Sillas	3	70.00	210.00
Muebles y enseres	Escritorios	3	150.00	450.00

Como se detalla en la tabla 7, el total de inversión monetaria requerida para los activos fijos es de aproximadamente \$33,160.00.

### ***Inversión Fija***

Dentro de la inversión fija se encuentran los gastos legales, de operación, y los permisos legales y de exportación necesarios para el inicio del negocio, descritos en la tabla 8:

**Tabla 8***Descripción tipos de inversión fija.*

<b>Tipo Inversión Fija</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>C.U</b>	<b>Costo Total</b>
Gastos legales	Creación de empresa	1	500.00	500.00
	Adecuaciones + servicios básicos +			
Gastos operación	Arriendo	1	3,000.00	3,000.00
Permisos Legales	Municipales, Sanitarios, bomberos	1	2,500.00	2,500.00
Permisos Exportación	Permiso Exportación	1	1,500.00	1,500.00



El monto total de la inversión fija por constitución y adquisición de permisos necesarios para el negocio es de \$7,500.00.

### ***Capital de Trabajo***

El capital de trabajo se refiere a la cantidad de personal que contaremos en el negocio con la finalidad de llevar a cabo los diferentes procesos dentro del negocio. Está descrito dentro de la tabla 9 del presente proyecto:

**Tabla 9**

*Descripción de capital de trabajo.*

<b>Tipo Inversión Fija</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>C.U</b>	<b>Costo Total</b>
<i>Personal</i>	<i>Personal Producción</i>	2	800.00	1,600.00
<i>Personal</i>	<i>Personal Administrativo</i>	2	1,000.00	2,000.00

El total de la inversión por capital de trabajo será de \$3,600.00

### ***Imprevistos***

Dentro de la inversión inicial se considerará una provisión fija de \$3,550.00 en caso de que el negocio requiera un gasto adicional.

### **Resumen Inversión Inicial**

Como se muestra en la tabla 10 descrita a continuación, la inversión inicial total del proyecto es de \$47,810.00 dólares.

**Tabla 10**

*Talón resumen inversión inicial.*

<b>Inversión</b>	<b>Costo Total</b>
<i>Activos Fijos</i>	<i>33,160.00</i>
<i>Inversión Fija</i>	<i>7,500.00</i>
<i>Capital de Trabajo</i>	<i>3,600.00</i>
<i>Imprevistos</i>	<i>3,550.00</i>
<b>Total Inversión Inicial</b>	<b>\$47,810.00</b>

## **Forma de financiamiento de la inversión del proyecto**

El financiamiento se realizará en dos partes, la parte del capital del trabajo, inversión fija e imprevistos será financiado por la fuente interna, mientras que la parte de activos fijos será financiada por una fuente externa.

### ***Fuente interna: Capital de Trabajo, Inversión Fija e Imprevistos***

Para el financiamiento de los rubros de capital de trabajo, inversión fija e imprevistos, los cuales dan un total de \$14,650.00, se cubrirá mediante la aportación de las dos socias que el negocio cuenta, cada una dará el 50% de dicho monto.

### ***Fuente externa: Activos Fijos***

Para lograr financiar el monto de \$33,160.00 correspondientes a los activos fijos del negocio, se tomó la decisión de realizar un crédito financiero de activos fijos en el Banco del Austro, debido a su baja tasa. Según el sitio web del Banco del Austro (2021), las características, beneficios y requisitos de adquirir un crédito en dicha institución son los siguientes:

#### **Características:**

- Monto mínimo \$3.000.
- Plazo mínimo 12 meses, máximo 60 meses.
- Pagos amortizados periódicamente o al vencimiento de acuerdo con el giro del negocio.
- Garantía en función de los riesgos consolidados e independientemente del plazo del crédito se solicitará garantías personales o reales.

- Tasa de interés establecida para el segmento pymes.

**Beneficios:**

- Genera un cronograma de pagos para un mejor control de tus fechas de pago.
- Monto y plazo de acuerdo con las necesidades y giro del negocio.
- No se requiere historial crediticio para calificar a financiamiento.
- Asesoría permanente por parte de tu ejecutivo de cuenta.

**Requisitos:**

- Formulario de solicitud de crédito
- Copia legible y vigente de la cédula de ciudadanía.
- Copia de factura de servicios básicos correspondiente a uno de los 3 últimos meses.
- Justificativo de ingresos y patrimonial.

**Detalle de Costos Variables y Fijos del Estudio**

A continuación, en la tabla 11 se describirán los costos fijos y variables del negocio:

**Tabla 11**

*Descripción de costos variables y fijos.*

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>\$5,600.0</b> <b>0</b>	<b>COSTOS VARIABLE</b>	<b>\$4.41</b>
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
<i>Alquiler</i>	<i>\$750.00</i>	<i>Materia Prima</i>	<i>\$1.41</i>
<i>Servicios básicos</i>	<i>\$500.00</i>	<i>Gastos Exportación</i>	<i>\$2.00</i>
<i>Arriendo</i>	<i>\$750.00</i>	<i>Gastos operativos</i>	<i>\$1.00</i>
<i>Sueldos Prod</i>	<i>\$1,600.0</i> <i>0</i>		
<i>Sueldo Adm</i>	<i>\$2,000.0</i> <i>0</i>		

Como se observa en la tabla 11, se estima considerar un costo fijo de aproximadamente \$5,600.00 mensuales, mientras que el costo variable por funda producida será de \$4.41. Se

proyecta disminuir el costo variable a medida que se vayan produciendo más fundas de pan de yuca. Las proyecciones de ventas son de un mínimo de 1002 unidades mensuales.

### Proyección de Costos y Gastos

La proyección de costos y gastos realizados se obtuvo mediante una proyección de un estado de resultados a 5 años plazo, se ve reflejada esta proyección en la tabla 12.

**Tabla 12**

*Proyección estado de resultados.*

<b>Estado de Resultados</b>					
<b>Período de Ejercicio</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ingresos:</b>					
Ventas netas	\$200,000.00	\$200,000.00	\$218,000.00	\$242,000.00	\$266,000.00
<b>Costo de las ventas</b>					
<i>Más:</i> Inventario inicial	\$0.00	\$27,468.00	\$26,538.00	\$26,152.00	\$26,183.00
Compras	\$54,480.00	\$27,012.00	\$27,942.00	\$28,328.00	\$28,297.00
Mano de obra directa	\$30,000.00	\$30,000.00	\$32,700.00	\$36,300.00	\$39,900.00
Gastos indirectos	\$77,400.00	\$77,400.00	\$84,366.00	\$93,654.00	\$102,942.00
<i>Menos:</i> Inventario final	\$27,468.00	\$26,538.00	\$26,152.00	\$26,183.00	\$26,212.00
Costo de las ventas	\$134,412.00	\$135,342.00	\$145,394.00	\$158,251.00	\$171,110.00
Total Ingresos	\$65,588.00	\$64,658.00	\$72,606.00	\$83,749.00	\$94,890.00
<b>Gastos:</b>					
Gastos bancarios	\$250.00	\$500.00	\$600.00	\$650.00	\$750.00
Depreciación	\$3,316.00	\$3,316.00	\$4,116.00	\$6,632.00	\$7,632.00
Varios	\$300.00	\$320.00	\$250.00	\$300.00	\$400.00
Honorarios profesionales	\$0.00	\$1,000.00	\$3,000.00	\$4,000.00	\$3,500.00
Alquileres	\$9,000.00	\$9,000.00	\$9,000.00	\$9,000.00	\$9,000.00
Servicios públicos	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00
Sueldos y salarios	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00
Total de gastos	\$42,866.00	\$44,136.00	\$46,966.00	\$50,582.00	\$51,282.00
<b>Ganancia Neta</b> Ingresos operativos netos	\$22,722.00	\$20,522.00	\$25,640.00	\$33,167.00	\$43,608.00

## Proyección de Ventas

Las proyecciones de ventas se realizaron para un periodo de cinco años. A continuación, se muestra la proyección de ingresos en la tabla 13.

**Tabla 13**

*Proyección de ingresos del estudio.*

		PERIODO 1		PERIODO 2		PERIODO 3		PERIODO 4		PERIODO 5	
Detalle		TOTAL	U.E	TOTAL	U.E	TOTAL	U.E	TOTAL	U.E	TOTAL	U.E
CLIENTES	U.E. Mensuales	200,000.00	20000	200,000.00	20000	218,000.00	21800	242,000.00	24200	266,000.00	26600
EXTERIOR	1650	200,000.00	20000	200,000.00	20000	218,000.00	21800	242,000.00	24200	266,000.00	26600
CUENTAS POR COBRAR		<b>24,000.00</b>		<b>18,500.00</b>		<b>20,000.00</b>		<b>22,000.00</b>		<b>24,000.00</b>	
	30 DÍAS	176,000.00		205,500.00		216,500.00		240,000.00		264,000.00	
<b>INGRESOS BRUTO</b>											
	RECIBIDOS	<b>176,000.00</b>		<b>205,500.00</b>		<b>216,500.00</b>		<b>240,000.00</b>		<b>264,000.00</b>	

Como se puede observar en la tabla 13, los ingresos proyectados tienden a crecer exponencialmente a medida que pasan los años.

## Proyección de estado financiero

Se elaboró una proyección de estados financieros por 5 años del presente proyecto, estos son especificados en la tabla 14.

**Tabla 14***Proyección de estados financieros por 5 años.*

<b>Balance General</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>ACTIVOS</b>					
<i>Activos Corrientes</i>					
Efectivo y equivalente de efectivo	53,641.00	60,187.00	47,151.00	44,472.00	9,265.00
Cuentas por cobrar	24,000.00	18,500.00	20,000.00	22,000.00	24,000.00
Inventarios	27,468.00	26,538.00	26,152.00	26,183.00	26,212.00
Otros activos Corrientes	-	-	1,544.00	-	10,410.00
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>105,109</b>	<b>105,225</b>	<b>94,847</b>	<b>92,655</b>	<b>69,887</b>
<i>Activos no Corrientes</i>					
Activos muebles	33,160.00	33,160.00	45,160.00	45,160.00	57,160.00
Menos: Depreciación acumulada	3,316.00	6,632.00	10,748.00	17,380.00	25,012.00
<b>Total Activos no corrientes</b>	<b>36,476</b>	<b>39,792</b>	<b>55,908</b>	<b>62,540</b>	<b>82,172</b>
<b>Total Activos</b>	<b>141,585</b>	<b>145,017</b>	<b>150,755</b>	<b>155,195</b>	<b>152,059</b>
<b>PASIVO</b>					
<i>Pasivo corriente</i>					
Cuentas por pagar comerciales	53,863.00	35,573.00	13,971.00	26,144.00	5,000.00
Tributos por pagar	600.00	800.00	1,000.00	800.00	1,000.00
Otros pasivos corrientes	4,000.00	5,000.00	6,500.00	5,800.00	-
<b>Total pasivos corrientes</b>	<b>58,463</b>	<b>41,373</b>	<b>21,471</b>	<b>32,744</b>	<b>6,000</b>
<i>Total pasivos no corrientes</i>					
Deuda a largo plazo	60,000.00	60,000.00	60,000.00	20,000.00	-
Ganancias diferidas	-	-	-	-	-
<b>Total pasivos no corrientes</b>	<b>60,000.00</b>	<b>60,000.00</b>	<b>60,000.00</b>	<b>20,000.00</b>	<b>-</b>
<b>Total Pasivos</b>	<b>118,463</b>	<b>101,373</b>	<b>81,471</b>	<b>52,744</b>	<b>6,000</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Acciones comunes	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
Resultados acumulados	-	22,722.00	43,244.00	68,884.00	102,051.00
Resultado del ejercicio	22,722.00	20,522.00	25,640.00	33,167.00	43,608.00
<b>Total Patrimonio Neto</b>	<b>23,122</b>	<b>43,644</b>	<b>69,284</b>	<b>102,451</b>	<b>146,059</b>
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>141,585</b>	<b>145,017</b>	<b>150,755</b>	<b>155,195</b>	<b>152,059</b>

Como conclusión de la tabla 14, se puede evidenciar un alza significativa en el patrimonio durante los años proyectados.

## Flujo de Caja Proyectado

El flujo de caja se elaboró dentro de una periodicidad de 5 años, descritos en la tabla 15.

**Tabla 15**

*Detalle de flujo de caja proyectado a 5 años.*

	<b>Período 1</b>	<b>Período 2</b>	<b>Período 3</b>	<b>Período 4</b>	<b>Período 5</b>
	<b>Total Anual</b>	<b>Total Anual</b>	<b>Total Anual</b>	<b>Total Anual</b>	<b>Total Anual</b>
<b>SALDO DE CAJA</b>	\$53,641.00	\$60,187.00	\$47,151.00	\$44,472.00	\$9,265.00
<b>FLUJOS DE EFECTIVO OPERATIVOS</b>					
<b>INGRESOS</b>					
<i>Cobros por ventas al contado</i>	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<i>Cobros por ventas a plazo</i>	\$176,000.00	\$205,500.00	\$216,500.00	\$240,000.00	\$264,000.00
<i>Otros Cobros</i>	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<i>Otros Cobros</i>	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>\$176,000.00</b>	<b>\$205,500.00</b>	<b>\$216,500.00</b>	<b>\$240,000.00</b>	<b>\$264,000.00</b>
<b>EGRESOS</b>					
<i>Costo de producción</i>	\$82,809.00	\$111,342.00	\$121,394.00	\$134,251.00	\$171,110.00
<i>Pagos de sueldos</i>	\$18,000.00	\$30,000.00	\$36,000.00	\$48,000.00	\$53,000.00
<i>Pagos de aportes a la seguridad social</i>	\$4,500.00	\$6,000.00	\$6,400.00	\$7,500.00	\$7,800.00
<i>Pagos a proveedores</i>	\$40,860.00	\$27,012.00	\$27,942.00	\$28,328.00	\$28,297.00
<i>Pagos de alquileres</i>	\$9,000.00	\$9,000.00	\$9,000.00	\$9,000.00	\$9,000.00
<i>Pagos de servicios públicos</i>	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00
<i>Pagos de impuestos</i>	\$9,000.00	\$9,600.00	\$10,800.00	\$9,600.00	\$12,000.00
<b>TOTAL EGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>\$170,169.00</b>	<b>\$198,954.00</b>	<b>\$217,536.00</b>	<b>\$242,679.00</b>	<b>\$287,207.00</b>

En la tabla 15 se refleja el flujo de caja anual proyectado, en donde se indican los ingresos y egresos operativos del negocio durante 5 años.

## Punto de equilibrio

## Tabla 16

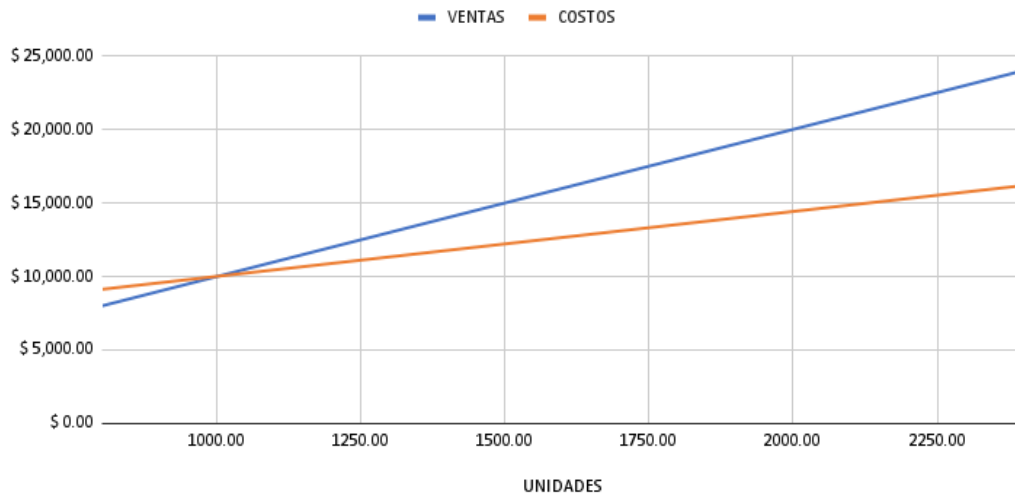
*Punto de equilibrio del negocio.*

COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	PRECIO UNITARIO	PUNTO DE EQUILIBRIO
\$5,600.00	\$4.41	\$10.00	1002

De acuerdo con la tabla 16, el punto de equilibrio para equiparar los costos en el negocio será de una producción de 1002 unidades al mes. Este cálculo se obtuvo mediante una división entre los costos fijos y el precio unitario menos el costo variable del producto.

## Figura 6

Representación punto de equilibrio.



*Nota.* El gráfico muestra el punto de equilibrio de la empresa.

## TIR Y VAN

La tasa interna de retorno y el valor actual neto se determinan a través del flujo de caja. Si en ambos casos el resultado es mayor que 0, significa que el proyecto es rentable económicamente.



**Tabla 17***Tasa Interna de Retorno y Valor Actual Neto del negocio.*

<b>TNA de inversión</b>			
<b>alternativa</b>	15%		
<b>Cantidad de Años</b>			
	5		
<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO DE FONDOS</b>	<b>TIR</b>	107%
			\$91,63
0	-\$47,810.00	<b>VAN</b>	5.02
1	\$53,641.00		
2	\$60,187.00		
3	\$47,151.00		
4	\$44,472.00		
5	\$9,265.00		

Como se puede observar en la Tabla 17, la TIR del negocio es de 107%, lo que significa que el negocio es altamente rentable, por otro lado, el VAN es de \$91,635.02, mayor que la inversión inicial.

## Conclusiones

Se presentan las conclusiones y recomendaciones del proyecto sobre factibilidad económica para la exportación de pan de yuca congelado a Corea del Sur.

- Referente al primer objetivo específico, este proyecto ha encontrado sustento mediante la teoría de ventaja competitiva de Michael Porter. El mercado de Corea del Sur reaccionó de manera positiva ante la posibilidad de la introducción de un producto totalmente innovador para la población, otorgando una ventaja para el emprendimiento en referencia. Por este motivo es que se concluye que el producto es altamente aceptado, el proyecto es factible.
- Como segundo objetivo específico, referente al estudio técnico para la formulación, elaboración y exportación de pan de yuca congelado al mercado coreano, se concluye que el producto a elaborar es de costo de producción bajo, de materia prima encontrada de manera regular en el país ecuatoriano, y su elaboración es un proceso que toma poco tiempo y sencillo. Para la parte logística, se concluye que el producto será transportado a Corea del Sur mediante vía marítima, tomando un lapso no mayor de 30 días.
- Dentro del tercer objetivo específico, que se refiere al desarrollar un estudio del mercado para conocer al consumidor coreano. Establecer las cualidades del producto y producción. Se concluye que, debido a la nueva introducción del producto en el mercado, el precio óptimo es de \$10 la funda de pan de yuca congelado. Se presenta un Plan de Marketing para la comercialización de este dentro del mercado destino.
- Con respecto al cuarto objetivo específico, se concluye que el proyecto es económicamente factible, la rentabilidad que el proyecto nos ofrece (TIR), es mayor que la rentabilidad mínima exigida por las socias (TMAR). Adicional de que el valor actual neto del proyecto (VAN) es positivo, demostrando ganancias netas para el negocio a partir del segundo año de creación de este.
- Con respecto al quinto y último objetivo específico, se concluye que el producto a exportar hacia Corea del Sur es un producto no tradicional ecuatoriano, de gran conocimiento a nivel de Latinoamérica. Bajo esta premisa, se cubrirá una necesidad existente referente al consumo de productos propios latinoamericanos por parte de latinos y ciudadanos residentes en Corea del Sur. Así mismo, se cubrirá la demanda que suele existir en los

países asiáticos, pues sus residentes suelen tener una tendencia a consumir productos innovadores para el mercado.

## **Recomendaciones**

Dentro de un proyecto tan ambicioso como lo fue éste, siempre se desea que haya una mejora continua del mismo; por lo tanto, se recomienda a los lectores que tengan interés en el proyecto, contar con el apoyo de instituciones públicas y privadas para poder recolectar información actualizada de alta importancia al momento de realizar el proyecto. Así mismo se recomienda que varias instituciones públicas se acojan a los programas de crecimiento para microempresarios y emprendedores para poder impulsar el comercio de los productos no tradicionales fuera de Ecuador, y de esta manera poder contribuir a la economía ecuatoriana.

Se recomienda también a las instituciones financieras a través de la Superintendencia de Bancos, que exista una regulación de tasas de interés; para que al momento de que un emprendedor desee hacer un crédito ya sea por capital de trabajo o por activos fijos, estos mismos sean accesibles para los emprendedores.

## Bibliografías

- Análisis PESTEL de Corea del Sur.* (s.f.). Recuperado de <https://pdfslide.net/documents/analisis-pest-south-koreaespanol.html>
- Armstrong, G y Kotler, P. (2008). *Fundamentos de Marketing.* Recuperado de [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod\\_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf)
- Baró, S. (1997). *Globalización y desarrollo mundial.* Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=2OYVAQAAMAAJ&q=Globalizaci%C3%B3n%20+y+desarrollo+mundial&dq=Globalizaci%C3%B3n+y+desarrollo+mundial&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwjx8K-e5enpAhXrhXIEHUuLDwkQ6AEIJzAA>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación en administración, economía, humanidades y ciencias sociales.* Recuperado de <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Busan, República de Corea – Estadísticas.* (2020). Recuperado de <https://es.zhujiworld.com/kr/1026845-busan/>
- Cajamarca, K. (2019). *Corea del Sur y su desarrollo: Análisis desde la economía política internacional (1987 – 2002).* Recuperado de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3979/1/T-UIDE-2270.pdf>
- Cámara de Comercio de España. (2019). *Análisis de mercados: Corea del Sur.* Recuperado de <https://www.camara.es/blog/comercio-exterior/analisis-mercados-corea-sur>
- Cámara de Comercio España – Corea. (s.f.). *Información sobre Corea.* Recuperado de <https://www.camaracomercioespanacorea.es/es/informacion-sobre-corea.html>
- Contreras, E. (s.f.). *La ventaja competitiva de Michael Porter.* Recuperado de <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/6330/n>
- Escudero, E. y González, P. (2006). *La fibra dietética.* Recuperado de <https://scielo.isciii.es/pdf/nh/v21s2/original6.pdf>
- Expansión. (s.f.). *Corea del Sur: Economía y demografía.* Recuperado de <https://datosmacro.expansion.com/paises/corea-del-sur>

Expansión. (s.f.). *Emigrantes Corea del Sur*. Recuperado de <https://datosmacro.expansion.com/demografia/migracion/emigracion/corea-del-sur>

García, D et al. (2013). *Perfil de mercado Corea del Sur*. Recuperado de <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4511/GarciaGiraldo-Daniela-2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

*Guía técnica para producción y análisis de almidón de yuca*. (s.f.). Recuperado de <https://www.fao.org/3/a1028s/a1028s01.pdf>

Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria. (s.f.). *Yuca*. Recuperado de <http://tecnologia.iniap.gob.ec/index.php/explore-2/mraiz/ryuca>

International Trade Centre. (2020). *Market Access Map*. Recuperado de <https://www.macmap.org/es//query/results?reporter=410&partner=218&product=071410&level=6>

*La yuca un cultivo nacional*. (2006). Recuperado de <https://lahora.com.ec/noticia/476171/la-yuca-un-cultivo-nacional->

Leonard Cabanas, C. (2020). *Análisis PESTEL de Corea del Sur*. Recuperado de <https://paises.leyderecho.org/analisis-pestel-de-corea-del-sur/>

Ministerio de Agricultura y Ganadería. (s.f.). *Nueva asociación agroproductiva*. Recuperado de <https://www.agricultura.gob.ec/nueva-asociacion-agroproductiva-en-pastaza-2/>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea, y Cooperación. (2021). *Corea del Sur*. Recuperado de [http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/Coreadelsur\\_FICHA%20PAIS.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/Coreadelsur_FICHA%20PAIS.pdf)

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2015). *La yuca tiene beneficios que van más allá de la alimentación*. Recuperación de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/la-yuca-tiene-beneficios-que-van-mas-alla-de-la-alimentacion/>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2021). *Cooperación coreana a Ecuador proyecta crecimiento productivo y comercial*. Recuperado de <https://www.produccion.gob.ec/cooperacion-coreana-a-ecuador-proyecta-crecimiento-productivo-y-comercial/>

Observatorio de Complejidad Económica. (2019). *Raíces de Mandioca "Yuca", Frescas, Refrigeradas, Congeladas O Secas, Incl. Troceadas O en "Pellets"*. Recuperado de <https://oec.world/es/profile/hs92/manioc-cassava-fresh-or-dried>

Portal Único de Trámites Ciudadanos. (2022). *Registro de la Declaración Aduanera de Exportación*. Recuperado de <https://www.gob.ec/index.php/senae/tramites/registro-declaracion-aduanera-exportacion#:~:text=La%20Declaraci%C3%B3n%20Aduanera%20de%20Exportaci%C3%B3n%20es%20el%20documento%20electr%C3%B3nico%20por,y%20obligaciones%20a%20cumplir%20con>

Santander – Trade Markets. (2020). *Corea del Sur: Política y economía*. Recuperado de [https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/corea-del-sur/politica-y-economia?url\\_de\\_la\\_page=%2Fes%2Fportal%2Fanalizar-mercados%2Fcorea-del-sur%2Fpolitica-y-economia&&actualiser\\_id\\_banque=oui&id\\_banque=0&memoriser\\_choix=memoriser](https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/corea-del-sur/politica-y-economia?url_de_la_page=%2Fes%2Fportal%2Fanalizar-mercados%2Fcorea-del-sur%2Fpolitica-y-economia&&actualiser_id_banque=oui&id_banque=0&memoriser_choix=memoriser)

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2021). *Pasos previos a la Exportación*. Recuperado de <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2021/11/Diapositiva1.gif>

Universidad Técnica del Norte. (s.f.). Recuperado de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/486/2/03%20AGI%20225%20TESIS.p>

Vélez, I. (2020). *Estudio de factibilidad económica para exportación de sticks de plátano pre fritos congelados hacia Francia*. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/15157/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-585.pdf>

Wong Baros, X. (2012). *Utilización de Goma Xanthan y Monoglicérido destilado para el mejoramiento de la textura del pan elaborado a partir del almidón de yuca (Manihot esculenta)*. Recuperado de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/3133/3/S.AL%20488.pdf>

## Apéndices

### Apéndice a - Cuestionario de encuesta en español

#### Encuesta para conocer los gustos y preferencias de consumidores de carbohidratos en la ciudad de Busan

La presente encuesta es realizada con fines académicos para determinar la factibilidad económica para la exportación de pan de yuca congelado a Corea del Sur

#### 1. Género

Masculino \_\_\_\_\_

Femenino \_\_\_\_\_

#### 2. Edad

Menor a 18 \_\_\_\_\_

18-25 \_\_\_\_\_

25-40 \_\_\_\_\_

40-50 \_\_\_\_\_

50-65 \_\_\_\_\_

+65 \_\_\_\_\_

#### 3. ¿Se atrevería a probar comida innovadora?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

#### 4. ¿Ha consumido productos a base de yuca? (carbohidratos)

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_



**5. ¿Ha sido de su gusto el producto a base de yuca consumido?**

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

Otros \_\_\_\_\_

**6. ¿Qué tan seguido consume producto a base de yuca?**

Una vez por semana \_\_\_\_\_

Dos veces por semana \_\_\_\_\_

Todos los días \_\_\_\_\_

Ocasionalmente \_\_\_\_\_

**7. ¿Qué tan seguido consume carbohidratos?**

Una vez por semana \_\_\_\_\_

Dos veces por semana \_\_\_\_\_

Todos los días \_\_\_\_\_

Ocasionalmente \_\_\_\_\_

**8. ¿Qué tipo de producto a base de yuca consume?**

Snacks \_\_\_\_\_

Para ingrediente de comida \_\_\_\_\_

En pastelería, repostería \_\_\_\_\_

Otros \_\_\_\_\_

**9. ¿Qué cualidades escoge al momento de adquirir productos a base de yuca?**

Precio \_\_\_\_\_

Calidad \_\_\_\_\_

Sabor \_\_\_\_\_

Empaque \_\_\_\_\_

**10. ¿Cuánto pagaría por este producto?**

₡ 35,778.00 - ₡ 41741,00 \_\_\_\_\_

₡ 41741,00 - ₡ 47704,00 \_\_\_\_\_

₡ 47704,00 – más \_\_\_\_\_

**11. ¿Si este producto a base de yuca se encontrara en el mercado, lo compraría?**

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

Tal vez \_\_\_\_\_

## **Apéndice b - Cuestionario de encuesta en inglés**

### **Survey to know the tastes and preferences of carbohydrate consumers in the city of Busan.**

The present survey is carried out with academic fines to determine the economic feasibility of the exportation of frozen cassava bread to South Korea.

#### **1. Gender:**

Masculine \_\_\_\_\_

Feminine \_\_\_\_\_

#### **2. Age:**

Under 18 \_\_\_\_\_

18-25 \_\_\_\_\_

25-40 \_\_\_\_\_

40-50 \_\_\_\_\_

50-65 \_\_\_\_\_

+65 \_\_\_\_\_

#### **3. Would you dare to try innovative food?**

Yes \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

#### **4. Have you consumed cassava-based products? (carbohydrates)**

Yes \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

#### **5. Has the cassava-based product consumed been to your liking?**

Yes \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

Others \_\_\_\_\_

**6. How often do you eat cassava-based products?**

Once a week \_\_\_\_\_

Twice a week \_\_\_\_\_

Everyday \_\_\_\_\_

Occasionally \_\_\_\_\_

**7. How often do you eat carbohydrates?**

Once a week \_\_\_\_\_

Twice a week \_\_\_\_\_

Everyday \_\_\_\_\_

Occasionally \_\_\_\_\_

**8. What type of cassava-based products do you consume?**

Snacks \_\_\_\_\_

Ingredients for meals \_\_\_\_\_

Breads, cookies \_\_\_\_\_

Others \_\_\_\_\_

**9. What features do you choose when acquiring cassava-based products?**

Price \_\_\_\_\_

Quality \_\_\_\_\_

Taste \_\_\_\_\_

Packaging \_\_\_\_\_

**10. How much do you pay for this product?**

₩ 35,778.00 - ₩ 41741,00 \_\_\_\_\_

₩ 41741,00 - ₩ 47704,00 \_\_\_\_\_

₩ 47704,00 – more \_\_\_\_\_

**11. If this cassava-based product were to be found on the market, would you buy it?**

Yes \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

Maybe \_\_\_\_\_

## Apéndice c - Tabulación Encuestas

<b>Gender</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
Feminine	171	44%
Masculine	216	56%
<b>Total general</b>	<b>387</b>	<b>100%</b>

<b>Age</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
+65	6	2%
18-25	162	42%
25-40	122	32%
40-50	60	16%
50-65	20	5%
Under 18	17	4%
<b>Total general</b>	<b>387</b>	<b>100%</b>

<b>Would you dare to try innovative food?</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
No	84	22%
Yes	303	78%
<b>Total general</b>	<b>387</b>	<b>100%</b>

<b>Have you consumed cassava-based products? (carbohydrates)</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
No	97	25%
Yes	290	75%
<b>Total general</b>	<b>387</b>	<b>100%</b>

<b>Has the cassava-based product consumed been to your liking?</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
have not eat	1	0%
i havent tried them	1	0%
Maybe	1	0%
No	125	32%
of course, love it!	1	0%
Yes	257	66%
Yes	1	0%
<b>Total general</b>	<b>387</b>	<b>100%</b>

<b>How often do you eat cassava-based products?</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
Everyday	103	27%
Occasionally	54	14%
Once a week	98	25%
Twice a week	132	34%
<b>Total general</b>	<b>387</b>	<b>100%</b>

<b>How often do you eat carbohydrates?</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
Everyday	155	40%
Occasionally	39	10%
Once a week	90	23%
Twice a week	103	27%
<b>Total general</b>	<b>387</b>	<b>100%</b>

<b>What type of cassava-based products do you consume?</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
in foods	1	0%
not tried them	1	0%

Breads, cookies	91	24%
for desserts too	1	0%
i havent tried them	1	0%
Ingredients for meals	129	33%
Snacks	163	42%
<b>Total general</b>	<b>387</b>	<b>100%</b>

**What features do you choose when acquiring cassava-based products?**

	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
Packaging	26	7%
Price	87	22%
Price, Packaging	5	1%
Price, Quality	10	3%
Price, Quality, Packaging	5	1%
Price, Quality, Taste	13	3%
Price, Quality, Taste, Packaging	18	5%
Price, Taste	27	7%
Price, Taste, Packaging	6	2%
Quality	73	19%
Quality, Packaging	10	3%
Quality, Taste	18	5%
Quality, Taste, Packaging	6	2%
Taste	79	20%
Taste, Packaging	4	1%
<b>Total general</b>	<b>387</b>	<b>100%</b>

**How much do you pay for this product?**

	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
₺ 35,778.00 - ₺ 41741,00	171	45%
₺ 41741,00 - ₺ 47704,00	52	14%



₺ 47704,00 - more	157	41%
<b>Total general</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**If this cassava-based product were to be found on the market,  
would you buy it?**

	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
Maybe	45	12%
No	46	12%
Yes	296	76%
<b>Total general</b>	<b>387</b>	<b>100%</b>



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, **Sabando Amat Romina Gabriela**, con C.C: # **0927112466** y **Soto Ganchozo Xiomara Alejandra**, con C.C: # **0932074446** autoras del trabajo de integración curricular: **Factibilidad económica para la exportación de pan de yuca congelado a Corea del Sur** previo a la obtención del título de **LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR** 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 integración curricular 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 integración curricular, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

**Guayaquil, a los 22 días del mes de febrero del año 2022**

*Romina Sabando A.*

**Sabando Amat Romina Gabriela**

**C.C: 0927112466**

*Alejandra Soto*

**Soto Ganchozo Xiomara Alejandra**

**C.C: 0932074446**



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



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

## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Factibilidad económica para la exportación de pan de yuca congelado a Corea del Sur		
<b>AUTOR(ES)</b>	Sabando Amat, Romina Gabriela; Soto Ganchozo, Xiomara Alejandra		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Lcdo. Layana Ruiz, Javier Francisco, Mgs.		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y EMPRESARIALES		
<b>CARRERA:</b>	COMERCIO EXTERIOR		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Licenciada en Comercio Exterior		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	22 de febrero de 2022	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	85
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Exportación, factibilidad económica		
<b>PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:</b>	factibilidad, económica, Corea del Sur, pan de yuca, exportación.		
<b>RESUMEN:</b>	<p>El presente trabajo de estudio aborda la factibilidad económica para la exportación de pan de yuca congelado a Corea del Sur, debido a que en la actualidad no existe una demanda satisfecha de dicho segmento de mercado en el país destino, así como tampoco existen en abundancia estudios en Ecuador para la exportación de productos no tradicionales, ya que la mayoría se basan en productos tradicionales de conocimiento a nivel mundial. La metodología empleada en este proyecto es con una postura teórica y empírica, en donde se pone a prueba las bases analíticas sintéticas e históricas lógicas, esta metodología ayudó a recolectar información en el país destino a partir del análisis. Por el lado empírico, se recolectó información a través de encuestas realizadas en el mercado destino. Con los resultados de las encuestas, se determina que en efecto existe una aceptación del producto en el mercado destino. Bajo esta perspectiva, se inicia la creación de una entidad emprendedora conformada por dos socias cuya finalidad es la exportación del producto hacia el mercado de Corea del Sur, específicamente a la ciudad de Busan. Se realiza un exhausto análisis y revisión del estudio técnico del producto, su elaboración, preparación, empaque, y todo el proceso logístico, se habla de la logística que se emplea para la comercialización del producto, que será por vía marítima, saliendo la mercancía desde el Terminal Portuario de Guayaquil, con punto destino el Puerto de Busan, Corea del Sur. El tiempo de llegada del producto al mercado destino será de aproximadamente 30 días. Por último, se realiza un breve análisis financiero en donde se ven involucrados todos los costos, gastos, presupuestos y posibles ganancias del proyecto en mención, obteniendo conclusiones sobre la rentabilidad del negocio, otorgando beneficios desde el primer año de implementación en el país destino.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-967909056 +593-995115291	<b>E-mail:</b> rominasabando6@outlook.com xiomaraa.soto@hotmail.com	
<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>			