



## NEGOCIOS INTERNACIONALES

Tesis previa a la obtención del título de  
Licenciado en Negocios Internacionales.

**AUTORES:** David Octavio Sobrevilla Lucero  
Delia Mercedes Escudero Gavilanes  
Mayra Alexandra Cusco Cualchi

**TUTOR:** Ing. Andrea Carolina  
Sotomayor Feijoo, Msc

Proyecto Ginger Mix Bakery a base de Harina  
de Jengibre

## Resumen

El jengibre o rizoma posee muchos beneficios para la salud principalmente para personas con sobrepeso, y de acuerdo con lo investigado esta raíz es digestiva, antioxidante y anticoagulante, por esta razón, se realizó un prototipo inicial del producto a base de harina de jengibre, generando la validación del mercado objetivo con una retroalimentación positiva, lo que ayudo a desarrollar un prototipo final llamado Ginger Mix Bakery cuyo principal ingrediente es el Jengibre transformado en harina, y con la adición de otros componentes se obtiene un producto listo para preparar. Para iniciar el proyecto se requiere una inversión de \$ 24.253,32 que se va a financiar con capital propio y de terceros. Se ha definido el target en las diferentes tiendas de interés en la localidad de Riobamba y extendiéndolo a nivel nacional como a mercados internacionales con la ayuda de los diferentes organismos del estado ecuatoriano que brinda soporte, capacitaciones y financiamiento a los startups innovadores.

**“GINGER MIX BAKERY.”**

<b>Resumen .....</b>	<b>IV</b>
<b>Índice de Tablas .....</b>	<b>VIII</b>
<b>Índice de Figuras .....</b>	<b>IX</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>1</b>
<b>Justificación.....</b>	<b>3</b>
<b>Capítulo I.....</b>	<b>4</b>
<b>1 Design Thinking.....</b>	<b>4</b>
1.1 Objetivo .....	6
1.1.1 Objetivo General.....	6
1.1.2 Objetivos Específicos .....	6
1.2 Definición del Problema.....	7
<b>Capítulo II.....</b>	<b>9</b>
<b>2 Marco Teórico.....</b>	<b>9</b>
2.1 Jengibre.....	9
2.2 Su uso medicinal.....	9
2.3 Propiedades del Jengibre. ....	10
2.4 Cultivo a nivel mundial .....	11
2.5 Países Productores de Jengibre a nivel mundial .....	11
2.6 Países importadores a nivel mundial .....	11
2.7 Cosecha, Postcosecha y manejo del cultivo .....	12
<b>3 PESTEL – PORTER .....</b>	<b>13</b>

3.1	Análisis PESTEL.....	13
3.2	Análisis PORTER.....	16
<b>4</b>	<b>Validación de Factibilidad- Viabilidad – Deseabilidad.....</b>	<b>20</b>
4.1	Mercado Objetivo.....	20
4.2	Investigación de Validación de Prototipo.....	21
<b>5</b>	<b>Mejora del Prototipo.....</b>	<b>24</b>
	<b>Capítulo III.....</b>	<b>26</b>
<b>6</b>	<b>Lean Canvas.....</b>	<b>26</b>
<b>7</b>	<b>Presentación Producto Mínimo Viable (PMV).....</b>	<b>31</b>
7.1	Producto Mínimo Viable Comercial.....	32
7.2	Prototipo Final.....	33
7.3	Presupuesto.....	35
	<b>Capítulo IV.....</b>	<b>36</b>
<b>8</b>	<b>Procesos.....</b>	<b>36</b>
8.1	Operaciones: Mapa de Procesos – Despliegue de Procesos.....	36
8.2	Diseño Organizacional – Organigrama.....	37
8.3	Estados Financieros.....	39
8.3.1	Flujos de Caja.....	39
	<b>Capítulo V.....</b>	<b>43</b>
<b>9</b>	<b>Plan de Marketing.....</b>	<b>43</b>
9.1	Plan de Marketing con Enfoque de internacionalización.....	43
	<b>Capítulo VI.....</b>	<b>47</b>

<b>10</b>	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>47</b>
<b>11</b>	<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>49</b>

**Índice de Tablas**

<b>Tabla 1.</b> Composición Nutricional del Jengibre en Gramos.....	10
<b>Tabla 2.</b> Países importadores de Jengibre.....	12
<b>Tabla 3.</b> Matriz Canvas.....	30
<b>Tabla 4.</b> Costo Unitario .....	35
<b>Tabla 5.</b> Mercado Potencial Riobamba.....	35
<b>Tabla 6.</b> Calculo PVP .....	35
<b>Tabla 7.</b> Escenario Pesimista .....	39
<b>Tabla 8.</b> Escenario Optimista.....	40
<b>Tabla 9.</b> Escenario Probable .....	41
<b>Tabla 10.</b> Solvencia y Roe .....	42

## Índice de Figuras

<b>Figura 1.</b> Matriz Cinco Fuerzas de Porter .....	17
<b>Figura 2.</b> Primer Prototipo .....	21
<b>Figura 3.</b> Validación del Cliente.....	23
<b>Figura 4.</b> Molienda San Luis .....	24
<b>Figura 5.</b> Prototipo Final .....	33
<b>Figura 6.</b> Caja de Ginger Mix Bakery .....	34
<b>Figura 7.</b> Presentación Prototipo Final .....	34
<b>Figura 8.</b> Mapa de Procesos .....	36
<b>Figura 9.</b> Estructura Organizacional.....	38
<b>Figura 10.</b> Campaña de Capacitación.....	45

## Introducción

Actualmente nos encontramos en un mundo completamente globalizado, es por esta razón que resulta imprescindible para las empresas internacionalizarse y llegar a los mercados globales con sus productos o servicios. El mundo cambia constantemente y a un ritmo sin precedentes que va de la mano de la revolución tecnológica y digital.

Por esta razón se propone un plan de comercialización de un producto terminado a base de harina de jengibre. El objetivo es abrir y buscar nuevos mercados que nos permitan generar ingresos, plazas de trabajo, en beneficio de la economía ecuatoriana. La elección de este producto se basa en tener como objetivo a futuro buscar la exportación de productos no tradicionales del Ecuador, para diversificar el mercado exportador.

Asimismo, nos encontramos en el contexto de la pandemia, y de una ida más saludable, por lo que abrir nuevas opciones de exportaciones, para productos como es el jengibre, aprovechando que son considerados productos medicinales con muchos beneficios desde dolores musculares, digestivos, entre otros, nos permite un impulso para aprovechar la demanda actual en el mundo.

Dentro del ámbito de responsabilidad e impacto social, buscamos fomentar la producción de estos productos en el territorio ecuatoriano, para poder comercializarlos en el país teniendo un enfoque para exportarlos hacia los países que más demanda presentan de este tipo de productos naturales, vender al mundo nuestra cultura ancestral de la amazonia ecuatoriana. Que los productores locales mejoren la calidad del producto a través de los cultivos y fomentar el empleo a que permita el comercio justo. Por lo que buscar posicionar a este producto en un país, tan rico y diverso como el nuestro, promete un futuro alentador que puede sorprender en los próximos años.

Establecer estrategias de innovación que permitan innovar en este tipo de productos, en la presentación de la harina de jengibre, que lleve características especiales y propias de la



amazonia ecuatoriana, y de esta forma posicionar a nuestro país como uno de cultura ancestral y medicinal.

Innovar en la parte logística, para cuidar todo lo relacionado con el packaging y espacio físico, que nos permitirá aprovechar de mejor manera los costos derivados de la logística, así como la comercialización a través de tiendas virtuales en plataformas virtuales para la distribución de nuestro producto terminado a base de harina de jengibre.

## **Justificación**

Actualmente por la pandemia que inicio en el año 2019, se ha visto que muchas personas han cambiado su estilo de vida sobre todo por realizar teletrabajo y al estar en esta modalidad, no cuentan con el tiempo necesario para realizar sus comidas de manera correcta, llevando a las personas al consumo excesivo de carbohidratos, grasas que no aportan a su salud, generando aumento de peso. El proyecto busca satisfacer la necesidad tanto para consumidores que tienen un estilo de vida saludable, como las personas que deseen probar un producto natural, fácil de preparar.

El Ecuador es un país rico en productos agrarios, por lo cual para la elaboración de este proyecto se toma en cuenta la obtención de materia prima disponible en el país de los pequeños productores de jengibre, generando un beneficio económico entre las partes, y promoviendo el comercio justo. Al final se obtendrá un producto de calidad disponible para el consumo en el mercado ecuatoriano.

Hoy por hoy el gobierno ha generado grandes oportunidades de desarrollo empresarial para las Mipymes, motivando a las personas a emprender, crear e innovar productos no solo para la comercialización nacional si no, también con un enfoque internacional, para que a su vez exista un crecimiento en la economía del país.

## Capítulo I

### 1 Design Thinking

El modelo Design Thinking nos permite obtener información para innovar productos o servicios, en este caso, para resolver una necesidad y para ello se, enfocando público objetivo, producto de Harina de Jengibre para comercializar en el Mercado Ecuatoriano.

#### **Empatizar**

A partir de los lineamientos del *Design Thinking* buscamos solucionar problemas y satisfacer necesidades en especial de nuestros clientes, que nos permita potenciar nuestro producto. (Diaz, 2019)

El jengibre ha sido utilizado como remedio natural alrededor del mundo, en el Ecuador, por ejemplo, ha generado gran demanda de producción de Jengibre sobre todo en la pandemia por sus beneficios antiinflamatorios, aumento de defensas, entre otros. Varios consumidores, a raíz de la pandemia piensan tener una vida más saludable y como primera alternativa buscan productos orgánicos naturales, así como, bebidas a base de jengibre como un antioxidante para bajar de peso, en el arte culinario como parte de varias sabrosas recetas Cetogenicas.

#### **Definir**

Determinar las necesidades, gustos y motivaciones que se pueden identificar a partir del problema para poder mejorar la experiencia del consumidor, usuario o cliente. (Diaz, 2019).

Actualmente existe deficiencia en la atención en hospitales públicos así como deficiencia de medicina tradicional alternativa considerando para muchas personas gastos en los hospitales privados, economía que por la pandemia en ciertos hogares es complicado, por lo que las personas piensan en su bolsillo, buscando alternativas para su salud como prevención es la medicina natural, como es la harina de jengibre en un mercado atractivo por

sus grandes beneficios, ya que al consumir el producto cuida su salud de manera anticipada, y agravarse en problemas de salud, incurren en altos gastos, sin embargo, debido a la pandemia apenas la economía de los países, así como de las familias está en recuperación.

### **Crear**

Generar una lluvia de ideas donde se pueda seleccionar las más importantes y con ello poder crear un prototipo innovador. (Diaz, 2019)

La creación de un producto natural y orgánico como lo es la harina de jengibre es una combinación ideal que ayuda en muchos aspectos al ser humano, ya que, debido a varios factores que se está viendo las personas han optado por, los productos orgánicos naturales que proporcionan energía para las actividades del día, siendo productos que se han usado desde hace muchos años atrás, por tanto, se considera que tendremos una gran oportunidad de acogida, en el mercado ecuatoriano, creando un producto fresco, natural y de calidad.

### **Prototipar**

A través del prototipo consolidar y desarrollar las distintas opciones que mejor se ajusten a la necesidad del cliente. (Diaz, 2019)

Se debe realizar un diseño del producto atractivo, para que el usuario se siente a comprar y usar, mencionando el origen de los productos sobre todo haciendo énfasis en el jengibre dando a conocer que es una raíz utilizada para varios métodos medicinales, proteínicos, y más que nada para curar enfermedades, en el Ecuador la producción de jengibre es positiva ya que los agricultores se han dedicado a cosechar la raíz de jengibre por varios años lo cual ha ayudado al crecimiento económico de los pequeños productores. Entre los beneficios que se puede señalar sobre la raíz de jengibre están los siguientes.

- Antiinflamatorio: ayuda a bajar el dolor y la hinchazón
- Antioxidante: elimina toxinas para bajar de peso
- Alivio de vómitos: Generando té, alivia los vómitos, así como las nauseas

- Mejora el estado de ánimo y concentración
- Facilita la digestión

## **Evaluar**

Presentar el prototipo final a los posibles clientes obteniendo una retroalimentación acerca de las funcionalidades del producto y si cumple con sus exigencias. (Diaz, 2019)

Es importante evaluar con los usuarios si la funcionalidad cumple con la solución del problema, ya que es relevante contar con su retroalimentación y también debemos evaluar los permisos de calidad requeridos en el país que se comercializara y en el país donde se tiene un enfoque de internacionalización para que se cumplan todos los parámetros, haciendo hincapié en que el jengibre es un remedio natural para subir la defensas y tener una vida sana y por tal razón el consumo de este producto ha aumentado.

### **1.1 Objetivo**

#### **1.1.1 Objetivo General**

Desarrollar un plan de comercialización de Harina de Jengibre mediante una investigación exploratoria y descriptiva con el fin de que el producto se distribuya en el mercado ecuatoriano con enfoque a internacionalizarse.

#### **1.1.2 Objetivos Específicos**

- Analizar el entorno del Ecuador, tomando en cuenta también a la industria encargada que se encarga de la fabricación de productos a base de harina de jengibre mediante la utilización de las herramientas básicas que determinan todas las oportunidades y amenazas del negocio como son Pestel y Porter
- Realizar las técnicas de investigación, mediante la herramienta de Canvas, donde se pude determinar, la propuesta de valor, mercado objetivo, segmentación de clientes, estructura de los costos y gastos.

- Determinar todas las oportunidades, en función de la obtención de datos, así como también con el análisis del entorno del cliente tanto interno como externo.
- Proponer un plan de marketing, definiendo de manera clara la propuesta de valor, y todo el mercado objetivo para con esto se pueda obtener una estrategia de marketing general.
- Desarrollar una estructura organizacional de la empresa para poder comercializar de manera correcta el producto, tomando en los objetivos de la empresa y su plan operativo.
- Realizar toda la valoración financiera para determinar los ingresos y gastos de tal manera que, se pueda analizar la viabilidad y rentabilidad del negocio.

## **1.2 Definición del Problema**

Históricamente Ecuador ha sido uno de los países con más producción agrícola de calidad, gracias a su clima y geografía, considerando que este sector es el principal sustento económico para muchos ecuatorianos. Representando un porcentaje considerable para el PIB del país, este ayuda a que se cumpla la soberanía alimentaria, de igual manera es el sector donde se encuentra la mayor concentración de empleo.

El sector agrícola, es indispensable para el país ya que con este se sustentan las necesidades alimenticias, estos productos incluso se los puede exportar a diferentes mercados extranjeros, primordialmente que se encuentren estado natural y no procesados. A pesar, de que este sector es importante para el país no le dan la atención necesaria, y con ello viene una considerable falta de apoyo a los que se llama agricultores pequeños.

El Ministerio de Agricultura y Ganadería ( Mag ) indica en su página web que uno de sus objetivos es el fortalecimiento de todo lo que se considera el sector agrario, tiene el fin de ser equitativos, competitivos y sostenibles en todos los recursos productivos. De igual manera el Ministerio ha ayudado con lo que corresponde a paquetes tecnológicos, que se componen

por semillas de alta calidad también incluye abonos edáficos y agro insumos, para todos los productores agrícolas donde se incorporan a los productores de jengibre.

Los países para la exportación de jengibre son Colombia como principal destino para un enfoque de internacionalización, EE. UU, Países Bajos, República Dominicana, Canadá, Grecia tomando en cuenta que Colombia compra el jengibre después de seis meses de estar cultivado el producto a diferencia de EE. UU que acepta el jengibre después de ocho meses de estar cultivado.

Tomando en cuenta la parte fundamental de la comercialización de un producto a base de harina de jengibre, por sus altos índices de minerales ya que este producto ha sido utilizado ancestralmente y ha ayudado a controlar tanto los niveles de glucosa como colesterol en la sangre a través de su acción principal de ser vasodilatadora. El jengibre con su efecto diurético ayuda con el proceso de adelgazamiento de las personas ya que ayuda al cuerpo con la eliminación de toxinas, reduce el apetito y favorece al tránsito intestinal.

Frente a todo el contexto desarrollado y viendo como este producto es una ayuda para una vida saludable, se ve la posibilidad de realizar un enfoque internacional en cuestión de exportaciones desde Ecuador.

La plantación de un plan de comercialización de un producto terminado a base de harina de jengibre que pueda ingresar a un mercado como es el ecuatoriano implica algunos riesgos y problemas:

- Elección correcta de cómo se realizará la comercialización del producto, bajo que medios, permitiendo una ganancia positiva para la empresa sin que el valor del producto se vaya a alzar.
- La falta de la empresa de tener una red de contactos que vaya a favorecer la comercialización y distribución del producto en el mercado en cuestión.
- Una capacidad productiva baja donde no se pueda cubrir toda la demanda del producto.

## Capítulo II

### 2 Marco Teórico

#### 2.1 Jengibre

La raíz de jengibre o simplemente jengibre tiene su nombre científico, *Zingiber officinale* es una planta conocida alrededor del mundo por sus diferentes beneficios para la salud, así como también por sus diferentes usos en la cocina como especia, es una de las plantas más deliciosas y saludables del planeta. La planta pertenece al grupo de las Zingiberáceas procedente del continente asiático, está relacionada estrechamente con la cúrcuma. La subterránea del tallo, es decir el rizoma es lo que se utiliza como especia destacando su sabor picante y su peculiar aroma. Puede alcanzar aproximadamente 90cm de altura y sus hojas alrededor de 20cm

La raíz de jengibre es una de las plantas más cotizadas de América del norte, por sus propiedades curativas, nutrientes y vitaminas adicional por su exquisito sabor al momento de cocinar.

*Zingiber officinale* una planta que crece en lugares subtropicales como en el sureste asiático, este producto posee uno de los aromas más perfumados, con un toque a limón que lo hace refrescante, con un sabor un poco picante y con un toque dulce.

#### 2.2 Su uso medicinal

Con sus amplias ventajas para la salud de las personas, el jengibre consta de una amplia fuente nutricional. Se puede nombrar algunas de las propiedades y beneficios que tiene el jengibre y son las siguientes.

1. Una de las principales propiedades que tiene el jengibre es que sirve en su gran parte como anticoagulante, expectorante, digestivo, vasodilatador, astringente, antiespasmódica, se lo ha utilizado para tratar las diferentes enfermedades.



2. Según varios estudios químicos sobre el jengibre han determinado que sus propiedades más destacadas es que todos sus efectos tienen el objetivo de ayudar como antioxidante y anticoagulación.
3. Se utiliza para el dolor muscular cuando se realiza ejercicio físico, ayuda para disminuir cualquier inflamación gracias a su activo gingerol que actúa de manera tal que priva cualquier formación de citocinas.
4. El empleo del jengibre es para atenuar los síntomas que se pueden dar en el embarazo como náuseas, sudoración fría y vómito.
5. Tiene un efecto positivo en el sistema cardiovascular ya que ayuda de tal manera que reduce cualquier riesgo de que se padezca cardiopatías.

### 2.3 Propiedades del Jengibre.

En el cuadro que se presenta a continuación se puede encontrar los componentes químicos en manera nutricional que contiene el jengibre.

**Tabla 1.**

*Composición Nutricional del Jengibre en Gramos.*

<b>Componentes</b>	<b>Cantidad en Gramos</b>
<b>Calorías</b>	80 g
<b>Grasas Totales</b>	0.8 g
<b>Colesterol</b>	0 mg
<b>Sodio</b>	13mg
<b>Potasio</b>	415mg
<b>Hidratos de carbono</b>	18 g
<b>Fibra alimentaria</b>	2 g
<b>Azúcares</b>	1.7 g
<b>Proteínas</b>	1.8 g
<b>Vitamina C</b>	5 mg
<b>Calcio</b>	16 mg
<b>Hierro</b>	0.6 mg
<b>Vitamina B6</b>	0.2 mg
<b>Magnesio</b>	43 mg

*Nota.* Esta tabla indica la composición nutricional del Jengibre con sus cantidades en gramos

Tomado de. *Farmacia y Nutrición.*

## **2.4 Cultivo a nivel mundial**

Históricamente el jengibre ha sido utilizado por su alto potencial no solo en el ámbito medicinal si no también en el ámbito gastronómico utilizando su raíz o también llamado Rizoma.

La raíz del jengibre es uno de los productos que se ha podido cultivar en diferentes zonas específicas a nivel mundial, como es claro este tipo de productos se da en los climas tropicales y subtropicales a una altura de aproximadamente de 800 y 400 metros esto sobre el nivel del mar, así también es importante la temperatura y tiene que estar aproximadamente en 25 a 30 grados centígrados, estas plantas tienen un tamaño de alrededor de 1 metro y medio metro de alto.

El cultivo y el rendimiento de este da como resultado una cosecha que por hectárea alcanzarían los 100 quintales, si se realiza los cálculos se tendría 15 quintales listos para su comercialización.

## **2.5 Países Productores de Jengibre a nivel mundial**

En los últimos cinco años los principales productores de jengibre han sido los siguientes China, Paises Bajos, India, Perú y Tailandia, cabe recalcar que estos países también se encuentran en el proceso de exportación de este producto.

## **2.6 Países importadores a nivel mundial**

En el cuadro que antecede se puede analizar el porcentaje y el valor en importaciones de los últimos cinco años según el Trade Map 2022 son los siguientes países Estados Unidos, Pises Bajos, Pakistán, Japón, Alemania.

**Tabla 2.***Países importadores de Jengibre*

<b>Países</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>Mundo</b>	\$784.339	\$840.939	\$951.926	\$1.291.205	\$1.282.489
	100%	100%	100%	100%	100%
<b>Estados Unidos</b>	\$104.202	\$111.406	\$111.705	\$154.092	\$162.566
	13,29%	13,25%	11,73%	11,93%	12,68%
<b>Países Bajos</b>	\$68.315	\$80.377	\$89.660	\$146.209	\$143.721
	8,71%	9,56%	9,42%	11,32%	11,21%
<b>Pakistán</b>	\$63.348	\$82.782	\$83.566	\$93.870	\$111.945
	8,08%	9,84%	8,78%	7,27%	8,73%
<b>Japón</b>	\$85.749	\$86.753	\$89.470	\$90.168	\$101.791
	10,93%	10,32%	9,40%	6,98%	7,94%
<b>Alemania</b>	\$40.007	\$46.051	\$48.258	\$71.572	\$86.515
	5,10%	5,48%	5,07%	5,54%	6,75%

*Nota.* La tabla muestra el valor y porcentaje de importaciones de jengibre en los últimos cinco años a través de la partida arancelaria 091011 Tomado de: *Trade Map 2022*.

## **2.7 Cosecha, Postcosecha y manejo del cultivo**

### **Clima**

Este producto requiere de un clima tropical y subtropical, con una temperatura de 30 grados centígrados principalmente en el primer trimestre del año, para una producción favorecida, se necesita sombra para los tres últimos trimestres del año.

### **Procesamiento y Cultivo**

El cultivo para tener una raíz de jengibre favorecida tiene que pasar por las siguientes etapas:

- ✓ Se tiene que clasificar la semilla, el productor tiene la responsabilidad de escoger los tubérculos gruesos para que el rendimiento sea positivo.
- ✓ Es necesario la utilización de mesas de cultivo, en el transcurso de dos semanas se obtendrán los primeros brotes.

- ✓ El uso de cal es importante para la desinfección de la semilla.
- ✓ El productor tiene que preparar el terreno arando y a su vez dejando surcos.
- ✓ Se procede a sembrar las semillas en los surcos, con una distancia de 30 cm aproximadamente, la distancia entre los surcos tiene que ser de 100cm cada uno.
- ✓ Se tiene que controlar cualquier tipo de maleza, es necesario que se lo haga de manera mensual.
- ✓ Un factor importante es el riego a falta de lluvias.
- ✓ El tiempo en que tiene que esperar el productor para la cosecha es de entre 8 a 9 meses.
- ✓ Se cosecha extrayendo la raíz del suelo y poniéndolos en contenedores para su posterior lavado.

Una vez que se obtenga el producto listo y cosechado es posible realizar diferentes derivados como aceite, pasta de jengibre, te, entre otros o únicamente se puede utilizar la raíz del jengibre para su comercialización.

### **3 PESTEL – PORTER**

#### **3.1 Análisis PESTEL**

El análisis PESTEL, nos ayudará a determinar los factores del entorno que pueden afectar a la empresa, a nivel macro, determina de igual manera su evolución en relación a la situación comercial de la empresa teniendo en cuenta seis factores importantes, con estos se analizará todas las oportunidades y amenazas que podrían surgir, con este análisis se puede tener una visión favorable para la investigación de mercados, desarrollo de productos, plan de marketing y principalmente la toma de decisiones favorables para la empresa. (Cesar Y. Amador, 2022)

#### **Análisis político**

El análisis del entorno político es necesario para determinar y la vez evaluar la manera en que está interviniendo el Gobierno y como esto afecta tanto la participación, así como

también el desempeño de la empresa, se toma en cuenta también políticas y leyes del gobierno. Los aspectos como políticas comerciales, internacionales, fiscales y monetarias que afecte a la empresa tanto nacional como internacionalmente. (Cesar Y. Amador, 2022)

- La inestabilidad política en Ecuador se la vive día a día por diferentes factores tanto de izquierda y derecha, donde por un lado se encuentra el presidente de turno derecha, el expresidente y sus seguidores izquierda.
- Hoy por hoy se vive una crisis política, ya que el país y sus ciudadanos no están conformes con las medidas tomadas por el partido de turno y han tenido que salir a las calles a reclamar, dejando una situación política bastante grave.

### **Análisis Económico**

En este análisis se determina los factores económicos, considerando las variables principales tanto nacional como internacional, de tal manera que, se pueda entender el comportamiento que tiene el PIB, cual es el precio de la balanza comercial, así como también el nivel del producto. (Cesar Y. Amador, 2022)

- La pandemia del COVID-19 y el estancamiento de la economía, logró generar una crisis que todavía no se ha podido recuperar.
- Pese a la crisis sucedida en años anteriores, el consumismo es un factor fatal que pone en una cuerda floja a los bolsillos de los ecuatorianos.
- Para alcanzar los niveles que se tenía antes de la pandemia el PIB en el Ecuador debería crecer un 4% para el año en curso.
- Inflación en aumento, pobreza y falta de empleo llegando a tener 4.7% de desempleo en el Ecuador hasta abril del año 2022.

**Análisis Social.**

En este análisis se llega a determinar algunos elementos como es las creencias, la religión, cultura y ciertos hábitos de los ciudadanos o de las personas. Se considera que estos elementos pueden afectar de manera positiva o negativa a la empresa.

- Pese a la crisis económica el ciudadano ecuatoriano es más consumista.
- La seguridad social genera riesgo en la población, provocando en el Gobierno decretar, estado de excepción, generando el cierre de los negocios y el miedo en la población.
- Las obligaciones de los empleadores como el alza del salario mínimo han provocado despidos y desempleos en ciertas empresas ya que no pueden cubrir el costo tanto del salario como los servicios de ley que el empleador tiene que pagar.

**Análisis Tecnológico.**

Avanzar tecnológicamente es parte de este análisis ya que determina a que paso va la empresa en cuestión tecnología, con este proceso sabremos cuales son las nuevas tendencias en el mercado, de igual manera el uso de nuevos programas de informática, y con esto evitar que la empresa se quede obsoleta.

- Para el Ecuador, la tecnología es una parte fundamental para su economía.
- Las nuevas generaciones, son parte del boom tecnológico, y no solo del alto nivel social o económico sino de todos los niveles, ya que, los sistemas tecnológicos incluidos los artículos forman parte de la vida diaria de la población.
- Las nuevas tecnologías que vienen de afuera son una parte primordial para el Ecuador, porque con estas las empresas y la misma población puede tener contacto con el mercado exterior y fomentar a que las empresas estén siempre actualizadas.

## **Análisis Ecológicos**

Como bien su nombre lo indica este análisis determina todos los factores ecológicos, así como también de medio ambiente, todo cambio que el Gobierno realice en relación con la protección del medio ambiente puede afectar a la empresa.

- Se están viviendo en el país una contaminación ambiental que no solo perjudica al medio ambiente sino también a los productores y con ello a la economía.
- La minería tanto legal como ilegal y la producción de petróleo genera una fuerte deforestación, consumiendo bosques tanto de la sierra como de la amazonia.
- Los recursos naturales y su sobreexplotación.
- Las promesas del nuevo gobierno por una transición ecológica para la protección del medio ambiente.

## **Análisis Legal**

Con este análisis se puede lograr determinar todas las leyes y obligaciones que la empresa tiene que llegar a cumplir, toda la normativa legal es probable que pueda llegar a afectar de forma negativa o positiva a la compañía.

- El estado ecuatoriano se maneja por diferentes normas legales, su máxima legal en el Estado es la Constitución del Ecuador.
- Existen leyes que tienen que cumplir las empresas dependiendo cual sea la solicitud que la empresa necesita cumplir.
- De igual manera una empresa tiene que cumplir ciertas normas legales como lo es la Ley Orgánica de empresa públicas, Plan Nacional para el Buen Vivir.

### **3.2 Análisis PORTER**

Este análisis se basa en la competitividad que tiene la empresa, para que de esta manera se pueda aprovechar las oportunidades al máximo, que se puedan presentar en el mercado (Porter, 2008)

## Matriz Cinco Fuerzas de Porter.

### Figura 1.

*Matriz Cinco Fuerzas de Porter*



**Elaborado por:** *Los Autores, 2022*

### **Amenaza de entrada de nuevos competidores.**

- La amenaza es alta

Principalmente está en que pueden llegar más empresas con un producto similar y adueñarse del mercado al cual se está ingresando, si existen barreras inaccesibles, entonces la industria podría ser poco atractiva.

Para ingresar el producto y poder comercializarlo en el Ecuador se debe de cumplir con amplios estándares de calidad, por lo que tanto la comercialización y el ingreso de nuevos competidores hacia el mercado ecuatoriano sería posible, por tal razón la empresa productora de jengibre y la harina de jengibre que se está produciendo deberá cumplir con los estándares de calidad que solicita.

La estrategia para la amenaza de entrada de nuevos competidores sería:

Diferenciación del producto, acceder a canales de distribución para que el producto llegue a su consumidor final, tener experiencia acumulada.

Para que se pueda hacer frente a esta amenaza, lo que se puede hacer es, un aumento en la publicidad y marketing del producto, realizar una mejora en los canales de venta, así



como también aumentar los canales de venta, mejorar la calidad del producto, promoción de nuevos productos o servicios.

### **Poder de negociación de proveedores.**

- Poder de negociación bajo.

No existe una cantidad fija de compra debido a que las ventas son inciertas, al ser un proyecto de emprendimiento nuevo en el mercado.

La alianza con los pequeños productores de jengibre en el cantón Loreto a su vez con pequeños productores de la parroquia de Madre Tierra en la Provincia de Orellana, es un paso primordial para poder producir el producto y a su vez, fomentar a esos pequeños productores a seguir trabajando y que no se pare la producción.

La estrategia principal es brindar capacitaciones a los proveedores de jengibre para contar con su producción y el aumento de la cartera de proveedores de jengibre.

### **Poder de Negociación de los Clientes**

- Poder de Negociación bajo.

Al ser un producto nuevo en el mercado, el cliente no tiene la seguridad de compra debido a que tienen una preferencia con ciertas marcas existentes.

La estrategia en el poder de negociación de los clientes es, llegar a ellos a través de publicidad en redes sociales, establecer una relación costo beneficio en la calidad del producto.

### **Amenaza de Desarrollo potencial de Productos Sustitutos**

- Amenaza Alta

La competencia podría desarrollar un producto nuevo a base de jengibre, por su fácil adquisición, incluso puede haber una mejora en el precio.

### **Como estrategia**

La innovación es parte importante para la empresa y a su vez para el cliente ya que con esto se puede reducir la amenaza frente a un producto sustituto.

Siendo una fuerza que tiene un nivel fuerte y que para la empresa representa una amenaza en cuestión de los productos sustitutos, quiere decir que existen en el mercado productos que podrían remplazar al nuestro, por tanto, se requiere de una estrategia que pueda contrarrestar la amenaza de cualquier tipo de producto que pueda reemplazar

Pese a que nuestro producto y la calidad de este no se puede comparar con el de otra empresa, al momento de la compra y la decisión del cliente por hacerla puede suponer una alternativa para el mismo.

### **Rivalidad entre las Empresas**

- Rivalidad baja

Empresa nueva – Producto Nuevo, por tanto, por ahora no existe una rivalidad entre empresas baja.

Cuando se habla de un mercado alimenticio o cuando se quiere ingresar a este mercado, se va a tener rivalidad y competencia entre las demás empresas, por tal razón se necesita, un mejoramiento en los productos es decir tener un nivel de calidad que compita con los principales competidores como son supermercados más grandes, Harinas Ya, Republica del Cacao, Harina de Quinoa orgánica. Teniendo una rivalidad entre los competidores se necesita una técnica para luchar y tener una posición sobre estas marcas, como lo es la competencia en los precios que salen al mercado, lanzamientos de productos nuevos, batallas en la publicidad.

Nuestro propósito en este nivel es poder alcanzar un nicho de mercado con el objetivo de ofrecer un producto distintivo y que pueda competir, el valor agregado, la innovación y la capacidad de familiarizarse con el cliente para que este pueda tener una satisfacción de

compra al momento de comercializar el producto bajo los estándares de calidad que se necesita para que sea atractivo para la compra.

#### **4 Validación de Factibilidad- Viabilidad – Deseabilidad**

##### **4.1 Mercado Objetivo**

El plan de comercialización de un producto a base de harina de jengibre está dirigido al mercado ecuatoriano con un enfoque posterior a internacionalizar. Según (Carrasco, 2021). El producto ha sido usado en Ecuador, no solo para el uso en los platos de comida, sino para mejorar su estilo de vida como evitar el sobrepeso, así como reforzar el sistema inmunológico debido al covid que aún permanece, las personas buscan remedios naturales, y el jengibre ha sido uno de los aliados que brinda todos los beneficios para satisfacer las necesidades que esperan.

Para tener una idea más clara del mercado objetivo vamos a detallar el embudo del mercado que son 5 etapas:

- **Atracción:** El consumidor ha notado que el jengibre tiene grandes beneficios para la salud por lo que requieren de su adquisición para sentirse bien con su salud, abasteciendo la demanda y con la mezcla de la guayusa con una medicina ancestral, llama la atención del producto, que será presentado como la harina de jengibre.
- **Interacción:** El consumidor genera la evaluación del producto, confirmando que el producto cumpla con su necesidad, validando también la calidad, por lo que es importante realizar el seguimiento con el cliente potencial en destino y brindarle cualquier información adicional, para que confíe en el producto ofrecido.
- **Conversión:** Una vez que realizamos la interacción respectiva, es relevante recordar el beneficio del producto y que cumple con la necesidad que buscan en este caso como medicina natural representado en un producto innovador a base de harina de jengibre.

- **Compra:** Es la confirmación de la adquisición del producto, luego de que el cliente haya escuchado toda la información y que el cliente esta 100% seguro de los beneficios del producto.
- **Fidelización:** Es la retención de un cliente de manera emocional, clientes que reiteran la compras, así como recomiendan el producto a sus conocidos, generando aumento de clientes potenciales.

#### 4.2 Investigación de Validación de Prototipo

Para que una empresa pueda desarrollar el producto se necesita una recopilación de información de las necesidades del mercado y con ello resolver el problema. Con esta investigación previa nos permitirá obtener los datos más cercanos, sin la necesidad de generar costos innecesarios. (Schelstraete, 2019)

Para evitar generar trabajo sin resultados, es importante la generación de validación del prototipo, ya que requerimos contar con toda la información necesaria, para la exportación del jengibre.

Para este proceso se detalla los principios para la validación del prototipo que es de gran ayuda:

#### Figura 2.

*Primer Prototipo*



**Elaborado por:** *Los Autores, 2022*

**Comprender el problema:** Debido a la industrialización y al estilo de vida que llevamos, existe un aumento de estrés por lo que se requiere solucionar dicho problema y para ello es la creación de la harina de jengibre natural combinada con otros productos para el consumo como snack, que proporciona ciertos beneficios para aumentar las defensas, ya que raíz de la industrialización, son propensos a enfermarse, debido a un estilo de vida apresurada y sedentaria, por lo que los consumidores buscan productos naturales que les permita aumentar las defensas para su salud.

**Definir un Target:** El target va dirigido a personas que confían en los beneficios de los productos naturales, siendo la harina de jengibre en la combinación de otros productos, para consumo de personas jóvenes, adultos, personas de tercera edad que piensan en cuidar su salud de manera natural, que no contenga químicos, que les evite tener recaídas de salud, ya que no confían en la medicina tradicional.

**Comunicación con los potenciales clientes:** Validar El target va dirigido a personas que confían en los beneficios de los productos naturales, siendo la harina de jengibre en la combinación de otros productos, para consumo de personas jóvenes, adultos, personas de tercera edad que piensan en cuidar su salud de manera natural, que no contenga químicos, que les evite tener recaídas de salud, ya que no confían en la medicina tradicional.

**Comunicación con los potenciales clientes:** Validando a un público objetivo a través del Producto Mínimo Viable para que con ello puedan anclar todos los objetivos de la empresa teniendo claro las necesidades del potencial cliente o del potencial exportador, invertir el tiempo en conocer al cliente para poder comerciar el producto al momento de la exportación

**Validar al cliente:** Validar el Buyer es parte fundamental de la validación del mercado, tratando de crear el perfil ideal del cliente, la empresa tendrá el objetivo de prepararse para saber las necesidades y todo lo que le preocupa al cliente para que se pueda

exportar el producto bajo todas las condiciones de este y del exportador contando con normas reguladas.

Para tener una validación de cliente más profunda se necesita realizar un encaje en lo que corresponde al producto – mercado. Lo que quiere decir, que se tiene que conseguir que el producto se venda teniendo en cuenta tres aspectos importantes

- Relación con clientes, posibles compradores del producto
- Determinar los canales en donde se comercializará el producto
- Las fuentes de ingreso, poder monetizar la propuesta de valor que se dijo anteriormente.

### Figura 3.

#### *Validación del Cliente*



**Elaborado por:** *Los Autores, 2022*

Giger Mix Bakery llegó hasta las instalaciones de La Molienda de San Luis ubicado en la ciudad de Riobamba, una empresa familiar comercializadora de Harinas, productos orgánicos y saludables, y posible comercializadora de Ginger Mix Bakery, donde se pudo realizar la degustación por parte de los clientes, la información que se obtuvo por parte de ellos fue la siguiente:

**Atractivo** ya que se tuvo la presencia de alrededor 30 clientes los cuales el 100% de ellos indico que el producto era bastante atractivo, innovador y sabroso, ya que se puede

comer rico, pero de manera saludable, ya que, mucha gente ahora necesita un producto ya terminado, listo para preparar de manera rápida, lo que resuelve una necesidad y problema, Retener clientes, es la prioridad principal, y va a la par de tener los canales de distribución fijos.

**Figura 4.**

*Molienda San Luis*



**Elaborado por:** *Los Autores, 2022*

De igual manera, se realizó la degustación en SUMAK Organic ubicado en la ciudad de Riobamba, donde se comercializa productos cien por ciento orgánicos, la información que se obtuvo de igual manera fue bastante positiva, los clientes que probaron las galletas, supieron decir que tener una alimentación sana es de mucha importancia a cualquier edad.

## 5 Mejora del Prototipo

Después de realizar una validación del prototipo en diferentes lugares donde se comercializan productos 100% naturales, y donde los clientes que desean alimentarse de manera saludable a menudo llegan a realizar su compra se pudo determinar lo siguiente:

- La degustación de las galletas y del empaque como tal fue del agrado de los clientes, ya que, como se pudo explicar el producto terminado a base de harina de jengibre es

una buena opción para aquellas personas que desean tener un snack es no menos de 20 minutos.

- Los clientes que realizaron la degustación supieron informar que, falta un poco más de dulce, de tal manera que se determinó poner un sachet adicional de miel de abeja para que el consumidor final pueda endulzar la mezcla a su gusto.
- El sabor del jengibre es preciso, no pica, tiene la esencia de este. Se reconoció que a los clientes les gusta el sabor del producto elaborado y que en la mezcla no es necesario que se realicen más cambios.



### Capítulo III

#### 6 Lean Canvas

Para el modelo de negocio de comercialización de un producto a base de harina de jengibre al mercado ecuatoriano con un enfoque hacia la internacionalización se tomará en cuenta el Lienzo Canvas estudiados y compartidos por Osrerwalder en su obra Generación del Modelo de Negocio publicado en el año 2011. Mediante la siguiente tabla se determinará en gran profundidad la relación con los clientes junto con la propuesta de valor y sus costos.

##### **Segmentación de clientes.**

En este proceso es necesario saber cuáles son las necesidades del cliente. El foco principal de la empresa y la productora de harina de jengibre siempre será el cliente por tal razón el producto se tiene que orientar a sus deseos y necesidades, en este caso la segmentación que tendrá la empresa será en todas las empresas comercializadoras, de productos naturales, orgánicos y saludables.

La segmentación de clientes será en base al producto terminado a base de harina de jengibre, considerando que es saludable, será dirigido para las tiendas comercializadoras de dichos productos, y dirigido para aquellas personas con diferente rango de edad que deseen tener una alimentación a base de productos orgánicos, naturales.

Al contener la preparación dentro del paquete, se incluye un endulzante natural como es la miel de abeja, para aquellas personas que tengan diabetes, pueden consumir miel de abeja, pero de manera moderada como parte de una dieta saludable. Por otro lado, las personas que no tengan diabetes podrán consumirlo sin ningún problema.

##### **Propuesta de Valor.**

Esta etapa del lienzo de Canvas la propuesta de valor se basa principalmente en que la empresa va a distribuir los productos con los índices de calidad orgánica necesaria para que

llegue sin ningún problema a su consumidor final es decir el cliente de igual manera se caracterizará el envío por ser amigable con el medio ambiente.

Satisfacer al Mercado Ecuatoriano con un producto de calidad a base de harina de jengibre 100% natural para un estilo de vida saludable.

### **Canales.**

Después de haber definido como empresa tanto la segmentación de clientes como la propuesta de valor se tiene que llegar directamente a los clientes, esto quiere decir que los clientes si no nos conocen es probable que la empresa no nos compre, por tal razón en esta parte se definirá cuáles serán los canales por el cual se va a distribuir el producto y esto será mediante el proveedor de jengibre luego pasará al intermediario terminando con el consumidor final.

Los canales principales para la comercialización del producto, será mediante E-commerce es decir, las diferentes redes sociales para la venta de un producto, páginas web, Instagram, Facebook entre otros. Se puede comercializar, a través, de aquellas tiendas vendedoras de productos orgánicos y cien por ciento naturales.

### **Relación con los clientes.**

El eje principal de la empresa tiene que ser los clientes, por esa razón la comercialización de este producto debe tener una relación con el cliente, teniendo una comunicación correcta, con cada segmento de los clientes, en este caso se tendrá una relación directa con la empresa proveedora de jengibre e indirecta al momento de hacer la comercialización con el consumidor.

### **Fuentes de ingresos.**

Para esta etapa es necesario que la empresa sea rentable, es decir, que para sobrevivir frente a un mercado tan competitivo se tenga una dirección de cómo se va a financiar, cómo

van a ser los ingresos para la empresa, se ha tomado la decisión que se hará de la siguiente manera, por ventas y a su vez por financiamiento de terceros.

### **Recursos Clave.**

Para que se lleven a cabo todos los objetivos de nuestro negocio es necesario reconocer cuales van a ser nuestros recursos clave, para que el producto tenga validez frente a los negocios nacionales con un enfoque a los negocios extranjero, por tal razón tener estándares de calidad y cumplir con las normas necesarias es uno de los recursos clave al igual que tener experiencia en lo que se va a realizar para evitar inconvenientes, tener la empresa consolidada y estructurada para la validez de la comercialización y en un futuro para la exportación.

### **Socios Clave.**

En este punto, como empresa para llegar al éxito es necesario contar con socios clave, eso quiere decir tener aliados para que los clientes lleguen más rápido hacia nosotros y que no vayan a la competencia en este caso empresas que comercialicen productos orgánicos, productos naturales, productos saludables, agroproductores.

### **Estructura de costos.**

Toda empresa debe tener una estructura de costos, pero debe saber manejarla, en este caso se hará de la siguiente manera, tanto el costo de compra y los costos de comercialización del producto y a su vez los gastos administrativos.

**Tabla 3.***Matriz Canvas*

8.Socios Clave	7.Actividades Clave	1.Propuesta de Valor	4.Relación con Clientes	2.Segmentación de Clientes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedores de Materiales</li> <li>• Agro productores</li> <li>• Banca Pública</li> <li>• Transportistas</li> <li>• Accionistas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La actividad Clave es:</li> <li>• Comercializar en el Mercado Ecuatoriano con un enfoque a la internacionalización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfacer al Mercado Ecuatoriano con un producto de calidad a base de harina de jengibre 100% natural para un estilo de vida saludable.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se tendrá la siguiente relación con los clientes</li> <li>• Directa con el proveedor de jengibre intermediario</li> <li>• Indirecta con el consumidor final en la venta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La segmentación de clientes se mantendrá en todas aquellas empresas comercializadoras de productos orgánicos, saludables.</li> <li>• Consumidores que desean alimentarse de manera saludable</li> </ul>
	<th data-bbox="517 633 898 671">6.Recursos Clave</th> <td data-bbox="1308 633 1738 930"> <th data-bbox="1308 633 1738 671">3.Canales</th> </td>		6.Recursos Clave	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad</li> <li>• Experiencia en la Industria</li> <li>• Recursos Humanos</li> <li>• TICs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La comercialización se realizará de la siguiente manera</li> <li>• Comercialización del producto en tiendas orgánicas, saludables.</li> </ul>			
9.Estructura de Costos			5.Fuentes de Ingreso	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastos en el área financiera</li> <li>• Gastos en el área tanto de ventas como en el área administrativa</li> <li>• Gastos en la compra de materia prima</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventas</li> <li>• Financiamiento de terceros</li> </ul>	

**Fuente:** Osterwalder y Pigneur, 2011.

**Elaboración:** *Los Autores, 2022*

## 7 Presentación Producto Mínimo Viable (PMV)

El PMV se lo atribuye como una especie de prototipo tanto del servicio o del producto que se vaya a lanzar al mercado por medio de un emprendedor, de igual manera se identifica al vendedor y los grupos de vendedores, donde se los puede distinguir de todos los competidores (Serrano y Serrana, 2005 pág. 93).

Hoy por hoy el mercado y de igual manera las marcas han sido una parte importante para las empresas en la internacionalización dejando de lado el distintivo de todos los productos, se ha visto que las marcas son los que representan a los productos por tal razón la competencia no solo en el ámbito es grande sino también a nivel mundial, determinando a su vez la gran competencia que existen entre ellos.

Un prototipo con características posibles para mostrarle al cliente y con ello obtener una retroalimentación para saber si se sigue avanzando o no con la investigación, y para crear el producto mínimo viable se requiere algunos procesos:

- **Identificar y comprender las necesidades comerciales del mercado.** - El jengibre es un producto natural, y que, por tener una vida más saludable, es buscado por varias personas que optan por la medicina natural, para evitar resfriados, sentirse más sanos, ya que si bien es cierto desde hace tiempo se ha usado el producto, y por la pandemia la demanda del producto se ha incrementado.
- **Mapear los User Journeys.** -A los clientes a los cuales está enfocado el mercado son a personas que confían en la medicina natural, ya que piensan en su salud, el producto ofrece grandes beneficios como remedio curativo, problemas digestivos, antiinflamatorio, pérdida de peso, control del colesterol y energizante natural sobre todo estos dos últimos beneficios ayudan a contrarrestar el

sobrepeso en varios países por la calidad de vida que tienen en cuanto a su alimentación.

- **Elaborar un mapa de dolor y ganancia.** – Una de las preocupaciones de las personas es como cuidar su salud sin que afecte a su bolsillo ya que ir al médico y las medicinas tradicionales resulta un costo alto y es por ello que buscan una medicina alternativa como la natural como una opción para la prevención o cura de alguna enfermedad y sobre todo tener una vida más saludable.
- **Características que se quiera incorporar.** - La característica fundamental del jengibre es prevenir o curar resfriados, generando una solución a un problema que se origina en su salud, a un costo bajo para su prevención o su recuperación, ya que este producto se ha usado desde hace años, obteniendo resultados favorables en la calidad de vida de las personas.
- **Construir, medir y aprender.** - Lo importante es recalcar el beneficio del producto, ya que al ser un producto natural no se construye, pero si se mide el nivel de aceptación del consumidor a través de la historia de los productos sobre todo del jengibre, que es un producto que se lo encuentra en las zonas subtropicales, por lo cual, la marca es fundamental para que el producto sea llamativo, realizando las pruebas necesarias para conocer que se debe mejorar.

### **7.1 Producto Mínimo Viable Comercial**

El producto a base de harina de jengibre con el nombre de Ginger Mix Bakery, fue elaborado pensando en dos circunstancias:

- Apoyar a los pequeños productos del oriente en la producción y comercialización del producto, mediante un comercio justo.
- Brindar al consumidor un producto 100% natural para una alimentación saludable.

El producto fue elaborado mediante la mezcla de algunos productos, colocando en su caja el modo de preparación, generando un toque diferente para el consumo del hogar, producto que pueden servir en el desayuno o como snack.

## 7.2 Prototipo Final

Para la obtención de un prototipo final, se ha considerado los diferentes factores que brinda la elaboración del prototipo como es testear y validar junto con el mejoramiento de este donde, después de realizar los intentos necesarios para tener un prototipo final que cumpla con las necesidades del cliente se tomó en cuenta lo siguiente:

- Elaboración de la caja de cartón amigable con el medio ambiente que contendrá el nombre del producto en este caso, Ginger Mix Bakery, los datos de Nutrición, modo de preparación que es un factor importante para considerar.

**Figura 5.**

*Prototipo Final*

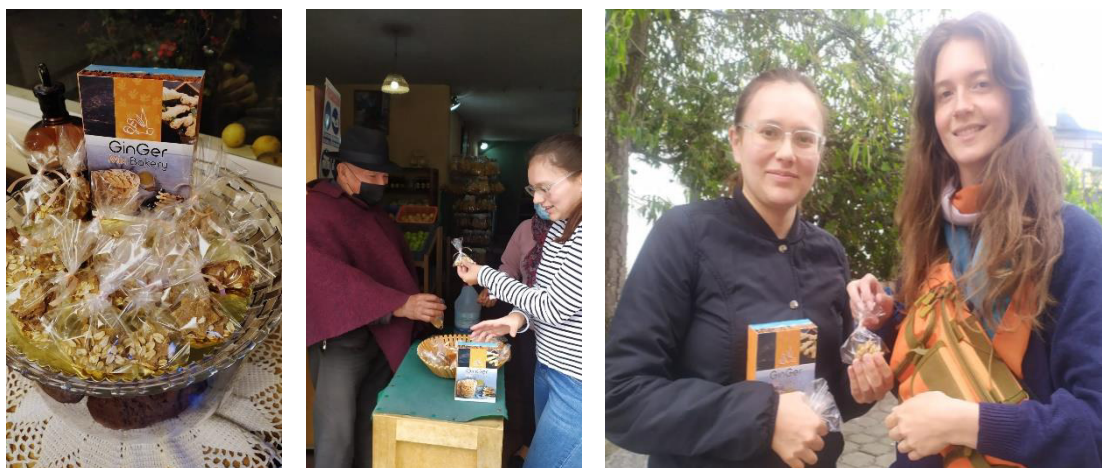


**Elaborado por:** *Los Autores, 2022*

- Dentro de la caja se encontrará la preparación de la harina de jengibre en una bolsa junto con dos saches de miel de abeja para el consumidor pueda endulzar a su gusto la preparación.

**Figura 6.***Caja de Ginger Mix Bakery***Elaborado por:** *Los Autores, 2022*

- Ginger Mix Bakery es considerado un producto 100% natural, diseñado especialmente para aquellas personas que desean tener una alimentación saludable.
- Los principales lugares donde se comercializará el producto son aquellas empresas que se encargan de vender productos orgánicos, 100% naturales. Empresas como La Molienda de San Luis y SUMAK Organic.

**Figura 7.** *Presentación Prototipo Final***Elaborado por:** *Los Autores, 2022*



### 7.3 Presupuesto

Para la propuesta hemos definido las siguientes fases para la producción de Ginger Mix Bakery:

**Tabla 4.**

*Costo Unitario*

COSTOS UNITARIOS DE PRODUCCION (MP E INSUMOS)				
Producto	Cantidad Disponible	Coste	Cantidad usada en Kg	Coste de uso
<b>Avena</b>	1	1,3	0,5	\$ 0,65
<b>Avena en Hojuelas</b>	1	1,25	0,5	\$ 0,63
<b>Miel de Abeja</b>	24	4,15	2	\$ 0,35
<b>Jengibre</b>	1	0,6	0,04	\$ 0,02
<b>Caja</b>	1	0,1	1	\$ 0,10
<b>Funda</b>	100	1	1	\$ 0,01
<b>Mano de Obra</b>	160	2,41		\$ 0,02
				<b>\$ 1,77</b>

**Elaborado Por:** *Los Autores, 2022*

**Tabla 5.**

*Mercado Potencial Riobamba*

Mercado Potencial	%	Población
<b>Población</b>	100%	225000,00
<b>Edad 20-69 años</b>	51,81%	116567,69
<b>PEA</b>	43,45%	97762,01
<b>IESS</b>	10,48%	23580,79
<b>Personas Saludables</b>	34,20%	8064,63
<b>Mercado Potencial</b>		<b>8064,63</b>

*Nota.* Se puede apreciar en la tabla adjunta el mercado poblacional de la ciudad de Riobamba Tomado de *Inec 2020*

**Tabla 6. Calculo PVP**

CV	Margen de Utilidad	Cálculo del PVP
\$ 1,77	40%	\$ 2,95

**Elaborado por:** *Los Autores, 2022*

Capítulo IV

8 Procesos

8.1 Operaciones: Mapa de Procesos – Despliegue de Procesos

Figura 8.

Mapa de Procesos



Elaborado por: *Los Autores, 2022*

## **8.2 Diseño Organizacional – Organigrama**

Definir la representación de la empresa, detallada en cuanto a las tareas y responsabilidades de las principales áreas de la organización y en base a los objetivos y estrategias establecidas.

Definir una estructura organizacional que sea flexible y adaptable a los diferentes retos del entorno a desenvolverse. Evita que la responsabilidad pase a cargo de una sola persona, distribuyéndose según sea la especialidad de cada departamento asignado.

Estructura funcional: organizado a través de departamentos establecidos de acuerdo con su principal especialización para la respectiva realización de las tareas a cargo de cada departamento.

Desarrollar la eficiencia y productividad de cada departamento en beneficio de la empresa, objetivos comunes y desarrollo de pertenencia.

**Figura 9.***Estructura Organizacional***Elaborado Por:** *Los Autores*, 2022

## 8.3 Estados Financieros

### 8.3.1 Flujos de Caja

#### Escenario Pesimista

Tabla 7.

#### Escenario Pesimista

Producto	PVP	CV		MC	%mc	
Ginger mix Bakery	2,95	1,77	60%	1,18	40,00%	100%

Costos Fijos				
Gastos administrativos	Inicial	mas costos adicionales		
Sueldos y salarios	\$ 2.550,00	\$ 3.570,00		
Arriendo	\$ 250,00	\$ 250,00		
Gastos Basicos	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 4.020,00	\$ 48.240,00
Gasto Dep y Amor		\$ 22,22		
		\$ 4.042,22		

Capital de trabajo		\$ 24.253,32	Inversion Inicial	
--------------------	--	--------------	-------------------	--

PE	CF	\$ 4.042,22	\$ 10.105,55	\$ 121.266,60
	%MC	40%		

Equipos de computación	\$ 800,00	\$ 266,64
------------------------	-----------	-----------

Forecast Contable	0	1	2	3	4	5
VENTAS		\$ 121.266,60	\$ 127.329,93	\$ 133.696,43	\$ 140.381,25	\$ 147.400,31
Costo de ventas		\$ 72.759,96	\$ 76.397,96	\$ 80.217,86	\$ 84.228,75	\$ 88.440,19
Utilidad Bruta en Venta		\$ 48.506,64	\$ 50.931,97	\$ 53.478,57	\$ 56.152,50	\$ 58.960,12
Gastos Administrativos		\$ 48.506,64	\$ 48.506,64	\$ 48.506,64	\$ 48.240,00	\$ 48.240,00
Utilidad operacional		\$ -	\$ 2.425,33	\$ 4.971,93	\$ 7.912,50	\$ 10.720,12
15% participacion trabajador		\$ -	\$ 363,80	\$ 745,79	\$ 1.186,87	\$ 1.608,02
Utilidad antes impuestos		\$ -	\$ 2.061,53	\$ 4.226,14	\$ 6.725,62	\$ 9.112,11
25% IR		\$ -	\$ 515,38	\$ 1.056,54	\$ 1.681,41	\$ 2.278,03
Utilidad Neta		\$ -	\$ 1.546,15	\$ 3.169,61	\$ 5.044,22	\$ 6.834,08

Dep y Amor		266,64	266,64	266,64		
------------	--	--------	--------	--------	--	--

Flujo	\$-25.053,32	\$ 266,64	\$ 1.812,79	\$ 3.436,25	\$ 5.044,22	\$ 6.834,08
TIR	-9%					
VNA	\$-12.414,65					
Tasa de Corte	12%					
Diferencias	-4%					

Elaborado por: Los Autores, 2022

- Consideramos un escenario pesimista ya que el TIR se encuentra en negativo lo que quiere decir es que el proyecto no sería viable.

## Escenario Optimista

**Tabla 8.**

*Escenario Optimista*

Producto	PVP	CV		MC	%mc	
Ginger Mix Bakery	2,95	1,77	60%	1,18	40%	100%

Costos Fijos					
Gastos administrativos		Inicial	mas costos adicionales		
Sueldos y salarios		\$ 2.550,00	\$ 3.570,00		
Arriendo		\$ 250,00	\$ 250,00		
Gastos Basicos		\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 4.020,00	\$ 48.240,00
Gasto Dep y Amor			\$ 22,22		
			\$ 4.042,22		

Capital de trabajo		\$ 24.253,32	Inversion Inicial		
--------------------	--	--------------	-------------------	--	--

PUNTO DE EQUILIBRIO	CF	\$ 4.042,22	\$ 10.105,55	\$ 121.266,60
	%MC	40%	\$ 459,34	

Equipos de computación	\$ 800,00	\$ 266,64
------------------------	-----------	-----------

Forecast Contable	0	1	2	3	4	5
VENTAS	\$ 121.266,60	\$ 181.899,90	\$ 190.994,90	\$ 200.544,64	\$ 210.571,87	
Costo de ventas	\$ 72.759,96	\$ 109.139,94	\$ 114.596,94	\$ 120.326,78	\$ 126.343,12	
Utilidad Bruta en Venta	\$ 48.506,64	\$ 72.759,96	\$ 76.397,96	\$ 80.217,86	\$ 84.228,75	
Gastos Administrativos	\$ 48.506,64	\$ 48.506,64	\$ 48.506,64	\$ 48.240,00	\$ 48.240,00	
Utilidad operacional	\$ -	\$ 24.253,32	\$ 27.891,32	\$ 31.977,86	\$ 35.988,75	
15% participacion trabajador	\$ -	\$ 3.638,00	\$ 4.183,70	\$ 4.796,68	\$ 5.398,31	
Utilidad antes impuestos	\$ -	\$ 20.615,32	\$ 23.707,62	\$ 27.181,18	\$ 30.590,44	
25% IR	\$ -	\$ 5.153,83	\$ 5.926,91	\$ 6.795,29	\$ 7.647,61	
Utilidad Neta	\$ -	\$ 15.461,49	\$ 17.780,72	\$ 20.385,88	\$ 22.942,83	

Dep y Amor		266,64	266,64	266,64		
------------	--	--------	--------	--------	--	--

Flujo	\$ -25.053,32	\$ 266,64	\$ 15.728,13	\$ 18.047,36	\$ 20.385,88	\$ 22.942,83
TIR	39%					
VNA	\$24.536,94					
Tasa de Corte	12%					
Diferencias	27%					

**Elaborado por:** *Los Autores, 2022*

- Teniendo una proyección en ventas para el segundo año de un aumento del 50%, tenemos una diferencia entre TIR y Tasa de Corte del 27% lo que quiere decir que el proyecto sería viable, sin embargo, al ser un producto nuevo en el mercado se considera a este flujo demasiado optimista.

## Escenario Probable

**Tabla 9.**

*Escenario Probable*

Producto	PVP	CV		MC	%mc	
Ginger Mix Bakery	2,95	1,77	60%	1,18	40%	100%

Costos Fijos					
Gastos administrativos		Inicial	mas costos adicionales		
Sueldos y salarios		\$ 2.550,00	\$ 3.570,00		
Arriendo		\$ 250,00	\$ 250,00		
Gastos Basicos		\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 4.020,00	\$ 48.240,00
Gasto Dep y Amor			\$ 22,22		
Total			\$ 4.042,22		

Capital de trabajo		\$ 24.253,32	Inversion Inicial		
--------------------	--	--------------	-------------------	--	--

PE	CF	\$ 4.042,22	\$ 10.105,55	\$ 121.266,60
	%MC	40%	\$ 459,34	

Equipos de computación	\$ 800,00	\$ 266,64
------------------------	-----------	-----------

Forecast Contable	0	1	2	3	4	5
VENTAS	\$ 121.266,60	\$ 151.583,25	\$ 159.162,41	\$ 167.120,53	\$ 175.476,56	
Costo de ventas	\$ 72.759,96	\$ 90.949,95	\$ 95.497,45	\$ 100.272,32	\$ 105.285,94	
Utilidad Bruta en Venta	\$ 48.506,64	\$ 60.633,30	\$ 63.664,97	\$ 66.848,21	\$ 70.190,62	
Gastos Administrativos	\$ 48.506,64	\$ 48.506,64	\$ 48.506,64	\$ 48.240,00	\$ 48.240,00	
Utilidad operacional	\$ -	\$ 12.126,66	\$ 15.158,33	\$ 18.608,21	\$ 21.950,62	
15% participacion trabajador	\$ -	\$ 1.819,00	\$ 2.273,75	\$ 2.791,23	\$ 3.292,59	
Utilidad antes impuestos	\$ -	\$ 10.307,66	\$ 12.884,58	\$ 15.816,98	\$ 18.658,03	
25% IR	\$ -	\$ 2.576,92	\$ 3.221,14	\$ 3.954,25	\$ 4.664,51	
Utilidad Neta	\$ -	\$ 7.730,75	\$ 9.663,43	\$ 11.862,74	\$ 13.993,52	

Dep y Amor	\$ 266,64	\$ 266,64	\$ 266,64		
------------	-----------	-----------	-----------	--	--

Flujo	\$ -25.053,32	\$ 266,64	\$ 7.997,39	\$ 9.930,07	\$ 11.862,74	\$ 13.993,52
PAYBACK		\$ -24.786,68	\$ -16.789,29	\$ -6.859,22	\$ 5.003,51	\$ 18.997,04
TIR	17%					
VNA	\$3.453,49					
Tasa de Corte	12%					
Diferencias	5%					

Tipo de Financiamiento	Monto	Peso	Costo	Promedio Ponderado
Bancario	18789,99	75,0%	13%	10%
Propio	6263,33	25,0%	10%	2,5%
	25053,32	100,0%		12,3%

**Elaborado Por:** *Los Autores, 2022*

## Solvencia y Roe

**Tabla 10.**

*Solvencia y Roe*

Solvencia	Activo	\$ 6.263,33	\$ 0,25	APALANCAMIENTO
	Patrimonio	25053,32		

ROE	Utilidad Neta	\$ 7.730,75	31%	RETORNO CON CARA AL CAPITAL
	Capital	25053,32		PARA EL SEGUNDO AÑO

**Elaborado por:** *Los Autores, 2022*

- Teniendo un financiamiento combinado, se estima que para los primeros 6 meses se cubrirá los gasto con, el financiamiento propio y las ventas estipuladas mensuales y, para el año 2023 se estaría iniciando con el financiamiento de la banca privada a través de un préstamo para 5 años.
- Teniendo una proyección en ventas para el segundo año con un aumento del 25% se tiene un ROE del 31% generando una utilidad neta.
- La diferencia entre el TIR y la Tasa de corte es de 5 puntos porcentuales, lo que quiere decir que el proyecto es viable.



## Capítulo V

### 9 Plan de Marketing

#### 9.1 Plan de Marketing con Enfoque de internacionalización

##### Proceso de Marketing

El plan de internacionalización de empresas se basa en la estrategia de expansión de negocio en los mercados globales y generalmente se lo elabora al momento de tener una consolidación en el mercado local, así como buscar nuevas oportunidades y resultados para identificar estrategias de oportunidad internacional, recursos, capacidades que promuevan una mayor competitividad por parte de nuestra compañía.

##### Fase 1. Análisis y exámenes preliminares

Actualmente el plan de negocios tiene la finalidad de ayudar a las comunidades del oriente ecuatoriano, dando a conocer la cultura de nuestros ancestros, fomentando el consumo de productos naturales para un modo saludable de vida, de tal manera que se ha optado la creación de un producto a base de harina de jengibre.

Conformar el crecimiento del jengibre en el mercado ecuatoriano para que sea un producto atractivo en el mercado internacional, a través de charlas y capacitaciones para la producción del jengibre, así como brindar el soporte adecuado para la utilización de plataformas digitales para la promoción del producto.

A través de la comercialización desarrollar una demanda el producto Gingermix que permita el fortalecimiento de las compañías en el mercado ecuatoriano, una vez satisfecha la demanda, se inicia el plan de internacionalización a través de la exportación del producto, mediante una estrategia de bajo costo, diferenciación y enfoque.

##### Fase 2. Adaptación de la mezcla del marketing a los mercados seleccionados

Definir las estrategias de acuerdo con el país a ingresar de acuerdo con los entornos externos que son determinantes a la hora de seleccionar un mercado como económicos, culturales, políticos y legal, social y demográfico:

- Posicionar el nombre de la marca en el país de destino a través de alianzas estratégicas, con supermercados que comercialicen productos naturales y orgánicos sin dejar de lado a supermercados tradicionales.
- Definir una estrategia de distribución basada en el E- Commerce para países desarrollados como EE. UU donde se ha visto un incremento en el comercio electrónico por las ventajas que brinda en la transacción comercial para ambas partes.
- Estrategias basadas en el producto, resaltando sus atributos principales como es marca, etiquetado en el idioma oficial del mercado objetivo a internacionalizar que permita el posicionamiento de nuestro producto en el mercado.

### **Fase 3. Desarrollo del plan de marketing**

Para el proceso de internacionalización se cuenta con programas que el Gobierno ha impulsado por acuerdos con países como la Unión Europea y Estados Unidos, que permite a las PYMES dar a conocer el producto mediante postulaciones. Los programas que se han realizado son Internacionalízate y Green Circular a través de Fedexport y AEI, siendo esta última para emprendedores hacia Estados Unidos-Florida, y los requisitos depende del país a postularse.

Los beneficios de formar parte del proyecto es contar con la formación, capacitación, mejorar la competencia en el mercado, así como las capacidades, además de la promoción y comercialización del producto, cofinanciado por el país destino como consumo responsable, extensión de ciclo de vida del producto, ecodiseño.

## Enfoque Social.

Nuestros principales proveedores de jengibre se encuentran en la parroquia de Loreto en la provincia de Orellana, son una asociación conformada por mujeres indígenas Quechua y sus familias.

Realizando campañas de capacitación de E-Commerce y Redes sociales, con el fin de que tanto la comunidad como la asociación pueda realizar un comercio eléctrico para que su producto agrícola sea más visible a nivel nacional.

### Figura 10.

#### *Campaña de Capacitación*

**GinGer**  
Mix Bakery

**Capacitación de E-commerce y Redes sociales** para las asociaciones **Asopajenkuri, Yaku Warmi** y comunidades aledañas dedicadas a la **producción de jengibre.**

- ✓ Fortalecimiento a través de comercio electrónico entre productor y consumidor.
- ✓ Desarrollo de herramientas y contenidos digitales para la comercialización de jengibre.
  - Aplicaciones móviles
  - Comercio electrónico

Instagram, WhatsApp, Facebook

El **comercio electrónico** es una herramienta indispensable y al no hacer uso de ella, se deja de obtener una gran parte de clientes y ventas.

**GinGer**  
Mix Bakery

**Elaborado Por:** *Los Autores, 2022*

Promocionar los productos nativos de la Amazonia ecuatoriana.

Contactar a los productores amazónicos para promover el desarrollo conjunto entre las comunidades, basado en los principios del Biocomercio (respetando los estándares sustentables para el medioambiente, la económica y la parte social)

Garantizar a través de la colaboración un desarrollo autosustentable que permita generar recursos para el futuro.

Colaboración con las comunidades para cumplir los requisitos en cuanto a la calidad del jengibre ecuatoriano para la comercialización nacional e internacional.

Fomentar la participación de los productores locales del jengibre en las distintas ferias internacionales para la promoción del producto.

Tener en cuenta el comercio justo entre las comunidades indígenas Quechuas de la Amazonia Ecuatoria para impulsar la producción de jengibre.

Capacitar a las comunidades para el uso de plataformas digitales para dar a conocer su producto.

## Capítulo VI

### 10 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Mediante las investigaciones realizadas se conoció dónde y en qué condiciones se tiene que producir la raíz de jengibre para su posterior transformación en jengibre en polvo o sus diferentes derivados, para la realización del proyecto de harina de jengibre es necesario los datos para que la elaboración del producto terminado sea de buena calidad.
- El mercado objetivo que pretende llegar Ginger Mix Bakery es a todos los rincones del Ecuador, tomando en cuenta la propuesta de valor y los lugares en donde dicho producto se va a distribuir, considerando que la harina de jengibre actualmente no existe en el mercado, ya que existen otros productos que se derivan del jengibre, pero el precio de venta al público no es tan asequible como Ginger Mix.
- El proyecto busca impulsar la producción de jengibre de los pueblos indígenas de nuestra Amazonia Ecuatoriana, activando la economía en el sector, para el sustento de varios hogares, así como promover el comercio justo.
- Incentivar el consumo de un producto 100% natural como es el Ginger Mix Bakery, producto que es de fácil realización siguiendo las instrucciones para disfrutar con amigos y la familia
- Al satisfacer la demanda del Ecuador, se prevé la posibilidad de internacionalización del producto, mediante proyectos de apoyo que impulsa el gobierno debido a cuenta con diferentes acuerdos con los países, para promocionar el producto, así como contar con la experiencia y capacitaciones necesarias de acuerdo con los requisitos de cada país.

- El jengibre es uno de los productos más utilizados a nivel mundial y con un crecimiento sostenido en las exportaciones mundiales en los últimos años.
- La tendencia de un estilo de vida saludable permite que el jengibre sea uno de los principales productos a la hora de tomar en cuenta para el consumo.
- Al ser Ecuador, un país rico en recursos naturales, situación geográfica, permite que sea un factor predominante a la hora de pensar en un producto natural de exportación hacia los países más desarrollados, quienes a su vez se caracterizan por tener en sus mercados locales, alimentos procesados que perjudican a la salud.
- A través de la estimación del análisis financiero podemos determinar que nuestro producto basado en harina de jengibre demuestra una rentabilidad positiva, así como su relación costo beneficio.
- La realización de este proyecto ayuda a contribuir en el ámbito local para realizar el análisis de factibilidad relacionado a los emprendimientos e inversiones.
- Contribuir a la diversificación de productos de exportación en el Ecuador, así como establecer un modelo empresarial enfocado en cuidar el medio ambiente dentro del ámbito de la responsabilidad social.

## 11 BIBLIOGRAFIA

Angulo Alfredo (20 de Mayo del 2021 ). Beneficios Y Propiedades Del Jengibre Para

La Salud • Farmacia Angulo.

<https://nutricionyfarmacia.es/blog/salud/fitoterapia/jengibre-propiedades-ventajas-desventajas/>

*Ecuador debe crecer al menos 4% en 2022 para volver a niveles prepandemia.* (s/f).

Revistagestion.ec <https://www.revistagestion.ec/analisis-economia-y-finanzas/ecuador-debe-crecer-al-menos-4-en-2022-para-volver-niveles-prepandemia>

Velasco, B., Díaz, V., & Alvarado, P. (25 de Mayo del 2021). *Joel Hidalgo lleva 20*

*años dedicado a cultivar jengibre.* El Comercio.

<https://www.elcomercio.com/actualidad/cultivo-jengibre-santo-domingo-exportacion.html>

GIMÉNEZ, J. (29 de Enero de 2019). Planeta Futuro. *Obtenido de La planta amazónica*

*con más antioxidantes que el té:*

[https://elpais.com/elpais/2018/12/27/planeta\\_futuro/1545914157\\_674509.html/](https://elpais.com/elpais/2018/12/27/planeta_futuro/1545914157_674509.html/)

Márquez, M. (27 de Mayo de 2021). *5 Fuerzas de Porter: Definición y Cómo hacer tu*

*Análisis [Ejemplo REAL].* Marketing and Web.

<https://www.marketingandweb.es/marketing/cinco-fuerzas-de-porter/>