



UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ECONOMIA AGRÍCOLA

CARRERA DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

**TRABAJO DE TITULACIÓN COMO REQUISITO PREVIO PARA
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA AGRÍCOLA**

**PLAN DE MEJORAMIENTO EN LA CADENA DE
COMERCIALIZACIÓN DEL PLÁTANO (*Musa paradisiaca*) EN
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DEL RECINTO LA
INMACULADA, CANTÓN YAGUACHI**

TANNIA ELIZABETH ESPARSA HOLGUIN

MILAGRO-ECUADOR

2024

UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

CERTIFICACIÓN

El suscrito, docente de la Universidad Agraria del Ecuador, en mi calidad de director **CERTIFICO QUE:** he revisado el trabajo de titulación, denominado: **PLAN DE MEJORAMIENTO EN LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DEL PLÁTANO (*Musa Paradisiaca*) EN LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DEL RECINTO LA INMACULADA, CANTÓN YAGUACHI**, el mismo que ha sido elaborado y presentado por la estudiante, **TANNIA ELIZABETH ESPARSA HOLGUIN** ; quien cumple con los requisitos técnicos y legales exigidos por la Universidad Agraria del Ecuador para este tipo de estudios.

Atentamente,

Ing. Stalin Zurita Vargas, MSc.

Docente universitario

Milagro, 10 de Enero de 2022

UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

**PLAN DE MEJORAMIENTO EN LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DEL
PLÁTANO (*Musa Paradisiaca*) EN LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DEL
RECINTO LA INMACULADA, CANTÓN YAGUACHI.**

AUTORA

TANNIA ELIZABETH ESPARSA HOLGUIN

TRABAJO DE TITULACIÓN

**APROBADA Y PRESENTADA AL CONSEJO DIRECTIVO COMO
REQUISITO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA AGRÍCOLA**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Fátima Salavarría Alcívar, M.Sc

PRESIDENTE

Ing. Stalin Zurita Vargas, M.Sc

EXAMINADOR PRINCIPAL

Econ. Verónica Arrata Corzo, M.Sc

EXAMINADOR PRINCIPAL

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de estudio se lo dedico principalmente a Dios por darme fuerza y dedicación para alcanzar esta meta propuesta.

A mis padres Pío Esparsa y Marianela Holguín por el sacrificio que ellos han hecho por darme los estudios y también por su amor infinito.

A mis hermanos Danny y Diego por su cariño y por siempre cuidarme hasta llegar a casa y finalmente a mi novio Carlos Molina por su amor, paciencia y apoyo incondicional.

DEDICATORIA

Este estudio va dedicado a ustedes Pío Esparsa, Marianela Holguín, Danny Esparsa, Diego Esparsa y Carlos Molina.

RESPONSABILIDAD

La responsabilidad, derecho de la investigación, resultados, conclusiones y recomendaciones que aparecen en el presente Trabajo de Titulación corresponden exclusivamente a la Autora y los derechos académicos otorgados a la Universidad Agraria del Ecuador.

TANNIA ELIZABETH ESPARSA HOLGUIN

C. I. 0941982035

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como finalidad diseñar un plan de mejoras en la cadena de comercialización del plátano en el recinto la Inmaculada del cantón Yaguachi, utilizando una metodología cuantitativa cualitativa, tomando en cuenta a los 10 productores de plátano verde del recinto Inmaculada, en un periodo de estudio de 10 años. El problema existente fue la carencia de vías vecinales lo cual genera dificultades a los productores al momento de sacar el plátano verde, adicional se pudo observar la intervención de los intermediarios los cuales generan una disminución de las ganancias netas. Sin embargo se pudo percatar la desorganización al momento de la comercialización de su producto. También se realizó un estudio de mercado en la ciudad de Guayaquil, teniendo como resultado que el 88% de los encuestados consume plátano verde una vez al día; también se pudo analizar que los encuestados adquieren sus productos en los mercados cercanos, la cantidad que adquiere es una racima de verde cada 15 días aproximadamente. Vale recalcar que las racimas de verde tienen un precio aproximado de \$2,50 hasta \$4.00 dependiendo de la cantidad y calidad de las mismas, siendo el tamaño mediano el preferido por los consumidores. Para finalizar se realizó un análisis financiero el cual se tuvo como resultado la viabilidad del proyecto.

Palabras claves: viabilidad, mejoramiento, VAN, TIR, calidad

SUMMARY

The purpose of this research work was to design an improvement plan in the banana commercialization chain in the Immaculate precinct of the Yaguachi canton, using a qualitative quantitative methodology, taking into account the 10 green plantain producers of the Immaculate precinct, in a 10-year study period. The existing problem was the lack of neighborhood roads which makes it difficult for producers to harvest green plantains. In addition, the intervention of intermediaries could be observed, which generate a decrease in net profits. Additionally, it was possible to notice the disorganization at the time of the commercialization of their product. A market study was also carried out in the city of Guayaquil. As a result, 88% of those surveyed consume green banana once a day. they buy their products in nearby markets, the amount they buy is a bunch of green every 15 days. The green bunch have an approximate price of \$ 2.50 to \$ 4.00 depending on the quantity and quality of the green bunch The consumer prefers the medium size. Finally, a financial analysis was carried out, which resulted in the viability of the project.

Keywords: *feasibility, improvement, NPV, IRR, quality*

INDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
Caracterización del Tema	1
Planteamiento de la Situación Problemática.....	2
Justificación e Importancia del Estudio	3
Delimitación del Problema	3
Formulación del Problema	4
Objetivos	4
Objetivo General.....	4
Objetivos Específicos.....	4
Aporte Teórico.....	4
Aporte Práctico	5
CAPÍTULO I	6
MARCO TEÓRICO	6
1.1 Estado del Arte.....	6
1.2 Bases Científicas y Teóricas de la Temática	9
1.3 Fundamentación Legal	14
CAPÍTULO II	16
ASPECTOS METODOLÓGICOS	16
2.1 Métodos	16
2.2 Variables Decisorias.....	17
2.3 Población y Muestra.....	17
2.4 Técnicas de Recolección de Datos.....	20
2.5 Estadística Descriptiva e Inferencial	21
RESULTADOS	23
DISCUSIÓN	40
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	42
BIBLIOGRAFÍA	44
ANEXOS	61
APÉNDICES	66

ANEXOS

Anexo 1: Operacionalización de las variables	49
Anexo 2: Cálculo de la muestra (entrevista).....	50
Anexo 3: Cálculo de la muestra (encuesta).....	50
Anexo 4: Entrevista a los Productores de plátano del Recinto La Inmaculada	51
Anexo 5: Cronograma de Actividades	53

APÉNDICES

Apéndice 1: Matriz FODA.....	54
Apéndice 2: Mercado objetivo	55
Apéndice 3: Estudio pre inversión	56
Apéndice 4: Depreciación de Activo Fijo	57
Apéndice 5: Depreciación Inversión Diferida.....	58
Apéndice 6: Materia Prima	58
Apéndice 7: Punto de equilibrio	58
Apéndice 8: Amortización préstamo	59
Apéndice 9: Estado de Resulta	61
Apéndice 10: Flujo de caja para los accionistas.....	63
Apéndice 11: Encuesta a los productores del recinto la Inmaculada	65

INTRODUCCIÓN

Caracterización del Tema

Ecuador por su ubicación geográfica es favorecido con la biodiversidad de plantas, flora y fauna, sus principales fuentes de ingreso son a través de la comercialización de petróleo y productos agropecuarios. Uno de los principales productos tradicionales que se exportan son camarón, flores, banano entre otros. Sin embargo, existen productos no tradicionales como, por ejemplo: zumos de naranja, maracuyá, tomate de riñón entre otros productos que han favorecido al crecimiento económico del país representado un ingreso del 9% al PIB nacional.

Cabe destacar que Fiallos (2017) menciona que uno de los productos que más se consume en el Ecuador es el plátano verde. Dentro del registro SIPA menciona que las provincias con mayor registro de superficie de cultivo es Manabí le sigue Santo Domingo y Los Ríos que representan el 67% de la producción total del país. Sin embargo, en la provincia del Guayas se registró una superficie moderadamente baja el cual representa solo el 5% de la producción total del país.

Con respecto a los cantones donde se produce el cultivo de plátano verde son El Triunfo, Simón Bolívar, Samborondón y Yaguachi, estos son los que mayor producción registran. Una de las mayores problemáticas que se puede visualizar es que existen intermediarios, donde ellos compran a los productores a menor precio, no respetando el precio establecido por el gobierno central. El recinto la Inmaculada del cantón Yaguachi registra una extensión de cultivo de diez hectáreas, teniendo un grupo de pequeños agricultores. Obteniendo con una producción semanal de 200 racimos de verde, los cuales son comercializados hacia los intermediarios.

El plátano verde se comercializa al mayoreo en centros de distribución, siendo el caso del mercado mayorista de abasto Montebello de la ciudad Guayaquil como uno de los puntos de mayor envergadura en la ciudad debido a la magnitud de su operación. Este mercado registra 5000 racimos de verde comercializados diariamente, los mayores consumidores son los

supermercados, mercados, restaurantes, tiendas locales de la ciudad de Guayaquil. (Ibarra Alvarez, 2021)

Planteamiento de la Situación Problemática

La problemática de estudio se enfocó en el contexto productivo del plátano (*Musa Paradisiaca*) de los pequeños productores del recinto La Inmaculada, quienes expresaron las dificultades relativas a la comercialización del mismo. Dicha fenomenología va acorde con la presencia de cadenas direccionadas a los mercados, donde el conocimiento de los consumidores es relevante para el desarrollo de las acciones creadoras de valor.

De ahí que, el conocimiento de los hábitos de compra de la población, así como la creación del valor agregado a la fruta genera espacios favorecedores a la preferencia en el mercado, por lo que la intermediación se vuelve un agente distorsionante que afecta al agricultor. Debido a ello, los costos no son reflejados en los ingresos de los pequeños productores, por lo que surgió la necesidad de establecer estrategias que permitieron establecer cadenas de comercialización directa con el mercado de consumo.

Muestra de aquello es la influencia de los intermediarios al reducir los ingresos de los pequeños productores al pagar el racimo grande de dominico a \$1,25 cuando en el mercado comercial el precio de venta es de \$2,50 teniendo un margen de ganancia que equivale a \$1,25 superior al percibido por el agricultor, se convirtió en un problema que terminaron afectando la sustentabilidad del cultivo de la musácea en la zona. Por tanto, su nivel de producción se elevó para lograr generar utilidades que le permitieron cubrir con los costos generados en el ciclo.

De la misma manera, al tratarse de una zona productiva perteneciente a la zona rural, el acceso se vuelve complejo, situación que tiende a aumentar los costos productivo, sin que éstos se vean contrastados directamente en sus ingresos, lo que deriva en la presencia de redes de intermediación largas y complejas, cuyos resultados son desfavorables debido al oportunismo de quienes frecuentan estas prácticas.

Por otra parte, el incremento de la parcelación en la zona dificulta el acceso a tecnologías productivas, por lo que la adquisición de los insumos, hacen que los costos se incrementen, por lo que disminuye el poder de negociación de los productores de la zona estudiada frente a los intermediarios, situación que conlleva a la fijación de precios relativamente bajos para sus productos. En este sentido, los agricultores no logran establecer canales de distribución y acceso directo a los mercados nacionales e internacionales, ya que éstos ameritan de altos niveles de estandarización, que por lo general no son alcanzables como productor minorista.

Justificación e Importancia del Estudio

El desarrollo del presente estudio se justifica por la necesidad de mitigar los efectos negativos generados por la intermediación del plátano (*Musa Paradisiaca*) cultivado por los pequeños productores del recinto La Inmaculada, parroquia Cone, cantón Yaguachi, quienes afrontaron problemas relativos al pago mínimo de la racima de verde por parte de los intermediarios, disminuyendo significativamente los márgenes de ganancias que no contrastan con los montos de inversión. Por tanto, éstos tendrán la oportunidad de mejorar sus niveles productivos a través de la creación de una asociación de plataneros en la zona, la misma que forma parte de la propuesta de investigación, a través de la cual se pretende dar fuerza de competitividad y disminuir los índices de afectación que genera la intermediación de la fruta.

En este sentido, los resultados obtenidos permitieran a los pequeños productores de plátano en la zona de influencia organizarse de manera efectiva, a la vez que facilita la concesión de líneas de créditos asociativos para mejorar su proceso de producción y orientarse a la tecnificación del cultivo acorde a los requerimientos y estándares que exige el mercado de consumo local e internacional.

Delimitación del Problema

El presente trabajo de investigación se realiza en la provincia de Guayas, en el cantón Yaguachi, recinto Inmaculada, tomando como referencia

el periodo actual, se tomó como estudio la comercialización de plato verde (*Musa Paradisiaca*).

Formulación del Problema

¿Qué efecto tendrá la creación de un Plan de Mejoramiento de la cadena de comercialización del plátano (*Musa Paradisiaca*) hacia pequeños productores del recinto la Inmaculada, cantón Yaguachi”?

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un Plan de Mejoras en la cadena de comercialización del plátano (*Musa Paradisiaca*) de los pequeños productores del recinto la Inmaculada, cantón Yaguachi”.

Objetivos Específicos

- Analizar la situación actual de los productores de plátano (*Musa Paradisiaca*) del recinto Inmaculada del cantón Yaguachi.
- Desarrollar un estudio de mercado de la comercialización de plátano en la ciudad Guayaquil.
- Demostrar la viabilidad financiera a través de la propuesta de mejoramiento para la comercialización del plátano en la ciudad de Guayaquil.

Aporte Teórico

El aporte teórico de la investigación permitirá conocer el contexto de comercialización del plátano (*Musa Paradisiaca*) de los pequeños productores del recinto la Inmaculada, cantón Yaguachi”. Además de aportar con la identificación de los factores que inciden en su proceso productivo, los mismos que inciden en el incremento de los costos, así como las dificultades registradas para su adecuada tecnificación.

Por otra parte, el análisis situacional establecerá las interrelaciones existentes entre los diversos actores de comercialización de los cultivos, especialmente de los intermediarios, quienes aprovechan las oportunidades

para generar beneficios mayores y elevar los costos de los mismos perjudicando de manera directa los ingresos de los pequeños productores.

Aporte Práctico

El aporte práctico de la investigación permitirá identificar las actividades necesarias que direccionen a la fijación de la figura asociativa. Por esta razón, el acto de comercialización se vería beneficiado con mejor organización por parte los pequeños de productores en la zona, la misma que facilitaría la apertura de líneas directa de comercialización con los mercados locales e internacionales.

De la misma manera, el análisis del mercadeo en la zona de influencia permitiría conocer datos referentes a la oferta y demanda, factor esencial para establecer indicadores que determinen la factibilidad de la propuesta de mejora, así como los beneficios que aportaría al ser aplicados en el contexto real.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Estado del Arte

Según las autoras (Araujo y Malan, 2019) , en su trabajo titulación “Análisis de la situación económica de los pequeños productores de banano de la parroquia Jesús María del cantón Naranjal, provincia del Guayas durante el periodo 2015 - 2017”, cuya objetivo fue analizar la situación actual de los pequeños productores de plátano en el cantón Naranjal, dando como resultado que este cantón tiene la mayor tasa de producción de banana en la provincia del Guayas; una de las problemáticas encontrada en este sector fue que a los productores no les están pagando el precio oficial por caja establecida por el gobierno, esto ha generado que los ingresos de los productores no sea necesario para cubrir los costos que demanda el mantenimiento del cultivo de banano posterior mente se realizó un análisis de factibilidad con la finalidad de hacer un análisis comparativo de costo beneficio.

Sin embargo los autores (Veliz Villamar & Bravo Farfán, 2016), mencionan en su trabajo de titulación Estudio de asociatividad basada en economía popular y solidaria para mejorar los ingresos de los pequeños productores de plátano del recinto la Esperanza, cantón El Carmen- Manabí, cuyo objetivo fue formar una asociación con los pequeños productores de plátano del recinto la Esperanza, dando como resultado una mejora a la organización de la cadena de comercialización , negociando con los mercados mayoristas del cantón El Carmen logrando la eliminación de los intermediarios. Posteriormente se realizó un flujo de caja estimando un crecimiento anual del 15% los primeros cinco años comenzando el proyecto, teniendo como resultado un mayor ingreso y seguridad para los pequeños productores.

El articulo publicados por los autores (Álvarez, León, Sánchez, & Cusme, 2020), cuya investigación se basó en una análisis socioeconómico de la producción de plátano de la provincia de Los Ríos , el objetivo de la investigación fue analizar la situación actual de los productores de plátano, la conclusión que llegaron fue que el 45% de los productores de la provincia de los Ríos se dedica al sembrío y la comercialización de plátano siendo ellos los mayores productores del país por encima de los exportadores registrado en el

país, mientras que existe una desventaja con respecto al precio ya que a los exportadores le pagan mejor precio que a los agricultores locales esto debido a que los intermediarios les pagan un precio por debajo de lo que están establecido por el gobierno.

Pero (Román Cárdenas, 2016), en su trabajo de investigación recalca la importancia de realizar un estudio de factibilidad económica financiera para una plantación de plátano. En los resultados propone una técnica de cultivo con un sistema de siembra de 1800 plantas por hectárea, con una distancia de siembra de 1,85 x 3 metros. Entre las principales labores culturales: fertilización, fumigación, riego, control de plagas y enfermedades. Sin embargo, el análisis financiero arroja una producción de 40 racimos por semana/hectárea, es decir un total de 2.080 racimos por año/ha.

Esto representa un total de 20.800 racimos en diez hectáreas de producción. El total de costos por hectárea año es de 5.443,40 dólares en el primer año, para las 10 64 hectáreas de plátano representan 54.434 dólares en el primer año, el costo por racimo es de 2,62 dólares. El costo total de producción para el segundo año es de 40.130 dólares, el costo por racimo es de 1,93 dólares. A un precio de venta de 8 dólares, se espera obtener un ingreso durante el primer año de 166.400 dólares por las 10 hectáreas.

Sin embargo, Carriel (2015) en su trabajo de titulación Plan de negocio para la creación de una microempresa de producción y comercialización de harina de plátano en el cantón la Mana provincia de Cotopaxi. Llegando a la conclusión que en el cantón existe escasez de harina de plátano debido a una baja oferta de la materia prima: plátano, el cual es escaso en dicha zona. Esto tiene como resultado el alto costo al momento de adquirir el producto en los mercados locales.

Los autores Rivera y Solórzano (2017) , realizaron una investigación titulada análisis de los operadores logísticos y su influencia en la cadena de suministros de las empresas exportadoras de banano en Guayaquil cuyo objetivo fue diagnosticar cómo los operadores logísticos están afectando la cadena de suministro de la empresa Guayaquil Banana Exporta Company, dentro del análisis investigativo lograron indagar cuales fueron los posibles

beneficios para el funcionamiento normal de la cadena de suministro de Guayaquil Banana Export Company.

Con lo cual se redactó un manual de procedimientos para la mejora de la cadena de suministro de la exportación de banano. Con este análisis se llegó a la conclusión que hay que considerar que no existe una cadena de suministro perfecta que pueda cumplir con los requerimientos y necesidades de todas las empresas exportadoras, pero cada empresa es única y tiene sus propias necesidades y metas. Los operadores logísticos deben estar preparados para enfrentar estos obstáculos, teniendo un plan previamente elaborado donde se actualice el proceso logístico, usando herramientas informáticas modernas y empleando conocimiento técnico de la estructura de la red, en lugar de solo juzgar en función de la experiencia.

El artículo titulado planes de estrategia de diseño comercialización plátano caso Negoplus S.A, elaborado por la autora Noboa (2018) , tuvo como objetivo identificar las herramientas adecuadas para diagnosticar las debilidades existentes en Negoplus S.A., proporcionando así importantes definiciones y otros factores teóricos relacionados con la rentabilidad y la competitividad, así como otros aspectos que apoyan el desarrollo de la investigación. Teniendo como objetivo desarrollo de estrategias para optimizar las exportaciones de banano en Negoplus S.A. Al mismo tiempo, aporta beneficios y competitividad al mercado.

Llegar a resultados o conclusiones que revelen causas que inciden directamente en la comercialización del producto, concluyendo que mediante la implementación de planes de mejora de productividad se pudo superar las debilidades descubiertas mejorando así sistemáticamente el proceso de productividad de extremo a extremo para satisfacer las demandas de los consumidores de niveles de calidad del producto.

En cambio, Karla Zamora (2018) en su trabajo de titulación "Plan Estratégico de la Empresa Curitiba bananera", cuyo objetivo fue describir la situación actual de la empresa "Curitiba" y establecer una base y dirección para la empresa así como lineamientos estratégicos para desarrollar un plan estratégico. La empresa "Curitiba" ha dado lugar a procesos internos que

deben ser revisados para su mejora, pues las respuestas y observaciones de los entrevistados indican que tiene muchas deficiencias en todos los procesos, principalmente en la organización y en términos de gestión, aunque puede asegurar que sus directivos muestran interés en la mejora mediante la implementación de planes estratégicos, acordes a la situación actual de la empresa y prestando atención al desarrollo de la empresa.

El proyecto de tesis realizado por los autores (Guilcapi & Salazar , 2018), en su trabajo de investigación titulado "Plan de Negocios para la Producción y Comercialización de harina de plátano saborizada de PRODICEREAL S.A. en la zona norte de Quito". Cuyo objetivo fue realizar una investigación de mercado para medir la aceptación del producto. Desarrollar un plan de marketing para promover la venta del producto y determinar las ventajas, desventajas y amenazas para mejorar la rentabilidad de la empresa. Se llegó a las siguientes conclusiones que el producto será bien aceptado; por ser nutritivo y beneficioso, siendo una de las características por las cuales las personas lo consumen.

El plátano en polvo aromatizado es un producto innovador que atrae la atención de los usuarios, pero a su vez no existe competencia directa; dado que no se comercializa plátano en polvo aromatizado en el mercado de Quito, la producción y comercialización de este producto será aceptada en la ciudad.

1.2 Bases Científicas y Teóricas de la Temática

1.2.1 Cadena de Comercialización

Para Torroba (2014) la comercialización es considerada un factor relevante en el área de emprendimiento, para que ésta pueda evidenciar sustentabilidad y crecimiento; en este sentido, la comercialización hace referencia al aglutinamiento de funciones que se ejecutan desde que el elemento a comercializar se encuentra su fase productiva hasta llegar al consumidor final.

Ante aquello, los sistemas de comercialización tienden a vincular los aspectos productivos, con aquellos relacionados a la transferencia productiva, dando origen a un sistema agroindustrial articulado directamente o indirecta

con el consumidor. Por lo tanto, debe ser entendida como un mecanismo de coordinación de las transferencias entre los diversos integrantes de la cadena productiva (Gomes , Valle, & Pedroso , 2002)

Por otra parte, la cadena de comercialización (CC) tiende a variar según sus características físicas y económicas de los bienes ofertados. Sin embargo, existen criterios que visualizan a la CC como un elemento que encarece el producto final, es imprescindible para que éste se encuentre a disposición de los consumidores en el tiempo justo. (Garcés Vanegas, 2015).

Ante lo expuesto, los procesos de comercialización deben incluir cuatro aspectos fundamentales: el primero que destaque el momento preciso de llevarlo a efecto; en el segundo se hace referencia, a la estrategia geográfica; el tercero, define el público objetivo. Finalmente, el último enfatiza en la estrategia a seguir en la introducción del producto. Desde el punto de vista de la economía del conocimiento propuesta, son elocuentes un conjunto de indicadores que determinan los niveles de competitividad y crecimiento del sector analizado; la fracción del mercado destino; así, como el número de empresas que ofertan productos alternativos. (Merino, 2007)

Desde estas perspectivas, se ponen en manifiesto las estructuras de las cadenas productivas, que es vinculante con los actores implicados en las actividades económicas y aprovisionamiento de bienes y servicios desde la producción hasta llegar al consumidor final. Sin embargo, existen posibilidades que este modelo impida que los eslabones más pobres tengan la oportunidad de participación en el sistema productivo. En efecto, la FAO (2013) sugiere como punto fundamental para los actores agroindustriales, tener definidas diversas opciones para distribuir sus productos y mitigar los efectos negativos que impide su crecimiento. Es decir, eliminar en lo mayor posible la intermediación, ya que su accionar tiende a incrementar los costos finales que son asumidos por los consumidores finales.

Cadena de comercialización del plátano

Abordar la problemática que enfrentan los productores de plátano en diversas regiones del continente, implica hacer un análisis de los eslabones de

comercialización; donde se evidencian los precios bajos otorgados por el comprador mayorista, quienes imponen sus condiciones dentro del mercado.

De la misma manera, se registran dificultades en la cadena de comercialización, cimentada en la imposición de régimen de calidad, tamaño, tipo de variedad y volumen del producto; lo que exige un mayor monto de inversión y por ende los costos productivos tienden a elevarse, convirtiéndose en un factor que incide negativamente en los factores de costo-beneficio (Padilla, 2014).

El proceso de comercialización demanda de la intervención de diversos actores, entre los que se encuentran: los pequeños productores de plátano, intermediarios, empresas proveedoras de los materiales de empaque, empresas exportadoras, empresas procesadoras artesanales y comercializadoras a nivel nacional. Además, se evidencian otros elementos que intervienen de manera indirecta, como lo es en el caso de Ecuador la Federación Nacional de Productores de Plátano del Ecuador (FENAPROPE), el MAGAP, el Gobierno Provincial de Manabí y los gobiernos locales (Rendón-Macías, Villasís-Keever, & Miranda-Novales, 2016).

1.2.2. Agentes que Intervienen en la Comercialización del Plátano

En la actualidad, dentro de los contextos agrícolas es evidente la presencia de elementos intermediarios referente a la comercialización de un determinado producto. A pesar de que las grandes cadenas de supermercados, así como los locales de expendios especializados han iniciado un acercamiento directo con los productores para el suministro de diversos productos; es evidente que dichas medidas no son suficientes; lo que implica seguir requiriendo la presencia de intermediarios, quienes se comprometen en el abastecimiento de este. (Cadena & Álvarez , 2014) considera que, entre los principales agentes que intervienen en la comercialización del plátano se encuentran: el productor, acopiador, transportista, mayorista, minorista, consumidor final; cabe mencionar, que la producción de la musácea se la realiza durante todo el año; lo que representa una fuente generadora de trabajo para diversos sectores productivos del país.

Productor

Según la FAO (2016) el término productor hace referencia a una persona civil o jurídica que adopta una serie de decisiones referente de la utilización de los recursos disponibles, para lo cual ejerce control administrativo sobre las operaciones de explotación de tipo agropecuario. Además, tiene la responsabilidad de orden técnico y económico del proceso productivo, que lo condiciona a establecer funciones de manera directa o relegarlas a un gerente contratado.

Acopiador

La figura de acopio, representan un eslabón importante dentro de la cadena de comercialización de los productos agrícolas; por el hecho de convertirse, en determinado de los casos en inversionista para el acaparamiento de la producción total o parcial de un sector productivo. Otras de las características a mencionar, se concentra en su capacidad para poder concentrar producciones en locales para su posterior distribución en los diversos mercados destinados para la venta. Ante aquello, recabar la producción es la primera acción dentro del proceso comercial que se inicia con el acopio, basado en la lógica de incidencias y costos (Reyes , Espinoza , Vélez, & Borja , 2016).

Por otra parte, se puede mencionar, que los acopiadores no se encuentran plenamente organizados entre sí; sin embargo, su presencia en la cadena de comercialización de los diversos sectores productivos agrícolas es eminente, quienes cuentan con el capital de trabajo suficiente, que les permite acopiar y comercializar, con los cuales cubren los costos generados en el acto y acceden a réditos económicos para su beneficio personal.

Transportista

Uno de los principales riesgos que son asumidos por el agricultor, se da en el momento de la recogida de la cosecha; por lo que éste debe ser transportado con ciertos niveles de eficiencia posible para que sus productos lleguen en óptimas condiciones a los mercados mayoristas de distribución.

En este sentido, hablar del transporte es hacer relación a un socio estratégico dentro de la cadena de comercialización, sin importan el eslabón

que haga uso de este; ya que a través de él se logra sacar los productos del campo y llevarlos a los centros de acopio para su respectiva comercialización (O.I.T, 2011).

Mayorista

El mayorista es considerado un intermediario dentro de la cadena de comercialización, desde que el producto empieza a ser producido hasta llegar a manos del consumidor final. Dentro de las acciones identificadas por éste, se encuentra la compra directa al productor, fabricante u otro mayorista para vender a otro mayorista, intermediario, pero nunca al último eslabón de la distribución. De la misma manera, los mayoristas evidencian una clasificación basada en el origen; que suelen estar asociados a los sectores agrícolas, ganaderos y pesca. Por tanto, se encuentran ubicados cerca de la zona de producción. Así mismo, los mayoristas de destino realizan sus compras a los mayoristas de origen para incurrir en la venta al minorista. Por tanto, para garantizar el abastecimiento a las zonas de consumo y grandes zonas urbanas, éstos se encuentran localizados en las cercanías de los centros de abastos. (SUMUP, 2022)

Minorista

Es considerado un comerciante encargado de la venta directa al consumidor final. Por tanto, su actividad comercial se la realiza al por menor o al detalle. De ahí que, su abastecimiento depende de la relación de compra directa al mayorista o fabricante para realizar la venta directa al público (SUMUP, 2021). Para finalizar los minoristas son parte esencial dentro de la cadena de distribución de un determinado producto. Al considerar que ésta es la vía por la cual recorre un producto desde que inicia su producción o fabricación hasta llegar al consumidor final. Por tanto, su figura comercial es vista como un intermediario entre el mayorista y el público demandante. Siendo éste el responsable de la venta directa al usuario.

De esta manera, se logra evidenciar diversos tipos de minoristas, quienes son caracterizados por el tipo de productos que venden, su relación de propiedad que mantienen con el negocio y su modo de actuar en la cadena de comercialización.

Consumidor final

Es catalogado como aquella persona u organización que hace uso efectivo de un determinado bien, servicio o producto y lo destina para su consumo o uso personal. El consumidor final tiende a diferenciarse del cliente, por la posibilidad de compra de un determinado producto o deleite de un servicio, sin que se evidencie la necesidad de consumirlo. Otra de las definiciones, ubica al consumidor final como la persona capaz de adquirir un bien o servicio para su beneficio personal y; por consecuencia, ya no obtendrá créditos económicos posteriores. Por tanto, éste cierra los diferentes flujos que intervienen en la cadena de comercialización de un producto; poniendo de esta manera, fin a los canales de distribución. (Angeles, Ávila , Flores, & Francisco , 2022)

1.3 Fundamentación Legal

Como parte de la fundamentación legal, en la cual se sustenta la presente investigación, se destaca al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, el que expresa:

TÍTULO PRELIMINAR

Del Objetivo y Ámbito de Aplicación

Art. 1.- Ámbito. -Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

Art. 2.- Actividad Productiva. -Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Art. 3.- Objeto. -El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

Art. 4.- Fines. -La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines: a. Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y eco eficiente;

b. Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria; c. Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas; d. Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales (Presidencia de la República del Ecuador, 2013).

De la misma manera, la Ley Orgánica de Régimen de la Soberanía-
LORSA Alimentaria, expresa que:

TÍTULO I

PRINCIPIOS GENERALES

Artículo 1. Finalidad. -Esta Ley tiene por objeto establecer los mecanismos mediante los cuales el Estado cumpla con su obligación y objetivo estratégico de garantizar a las personas, comunidades y pueblos la autosuficiencia de alimentos sanos, nutritivos y culturalmente apropiados de forma permanente.

Artículo 2. Carácter y ámbito de aplicación. -Las disposiciones de esta Ley son de orden público, interés social y carácter integral e intersectorial. Regularán el ejercicio de los derechos del buen vivir -suma kawsay-concernientes a la soberanía alimentaria, en sus múltiples dimensiones.

Artículo 3. Deberes del Estado.-Para el ejercicio de la soberanía alimentaria, además de las responsabilidades establecidas en el Art. 281 de la Constitución el Estado...(Asamblea Nacional, 2010)

CAPÍTULO II

ASPECTOS METODOLÓGICOS

2.1 Métodos

El desarrollo de la investigación se catalogó bajo un enfoque mixto, puesto que pretende recabar datos tanto cuantitativos como cualitativos para corresponder a la problemática identificada.

Por cuantitativo se entiende a los trabajos que “utilizan la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017, pág. 4), mientras que por cualitativo se alude a aquellas investigaciones que buscan “la dispersión o expansión de datos e información” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017, pág. 10). De manera que el enfoque mixto hará uso tanto de datos de tipo cuantitativo y cualitativo, debido a las dimensiones abordadas en la propuesta de tesis.

De tal forma, también se reconoció al método inductivo-deductivo como el modelo a utilizar para obtener la información, el mismo que se refiere a la “repetición de los hechos y fenómenos de la realidad para encontrar rasgos comunes en un grupo definido, para llegar a conclusiones de los aspectos que lo caracterizan” (Rodríguez & Pérez, 2017, pág. 10).

A través del método mencionado se delinea la forma en que se llevó a cabo la resolución de los objetivos trazados. En primera instancia, se pretendió el diagnosticar la situación actual de los pequeños productores de plátano a través de una investigación de campo que constatare las cualidades, habilidades para comercializar mercados locales.

2.1.1 Modalidad y Tipo de Investigación

En lo que respecta al diseño de trabajo, se destacó que este es de tipo transversal y no experimental. Con alcance de tipo descriptivo. El mismo que se adaptó de mejor manera a la intención del estudio y a las condiciones develadas por la problemática ante el acceso a información y la presentación de resultados. Según Hernández, Fernández y Baptista (2017) el estudio transversal es “aquel que recolectan datos en un solo momento, su propósito

es describir variables y analizar su incidencia e interrelación” (pág. 154). Por su parte, lo no experimental se refiere a la no manipulación deliberada de las variables (López & Fachelli, 2016).

El estudio descriptivo es aquel que “busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017, pág. 92). Esta aproximación permite dilucidar las condiciones que atraviesa la producción de plátano verde en los pequeños productores del recinto la Inmaculada del cantón Yaguachi.

2.2 Variables Decisorias

El presente trabajo de investigación se evaluó mediante sus principales variables: Flujo de Caja, Valor Actualizado Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (R B/C)

2.2.1 Operacionalización de las Variables

Para el presente trabajo de investigación se realizó una tabla sobre la operación de la variable donde se lo puede observar en **Anexo 1**.

2.3 Población y Muestra

Población: Encuesta

El mercado de abasto mayorista Montebello de la ciudad Guayaquil distribuye aproximadamente 5000 racimos de verde semanales aproximadamente dentro de la ciudad de Guayaquil. De acuerdo con un artículo de dicho lugar, se pudo constatar que en el mercado Montebello de Guayaquil tiene 80 puestos de comerciantes de plátano verde, las cuales se encargan de las labores operativas y administrativas.

De acuerdo con información del INEC (2018) en Guayaquil existían 1.053 comercios que se encargan de la venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabacos agrupados en el código G4630 del Clasificador Nacional de Actividades Económicas. En este segmento se incluyen entre 500 a 900 comerciantes que recurren a la compra plátano verde. De tal manera, esta cifra será la que represente la población estadística para la investigación de campo que se realice por medio de las encuestas.

Ya que son personas naturales y jurídicas que, que previamente adquieren el plátano en el mercado de Montebello de la ciudad Guayaquil. De modo que para la determinación de la muestra se incurrirá en un muestreo probabilístico para poblaciones finitas, que mantiene la siguiente expresión para su cálculo:

$$n = \frac{N \times Z^2 pq}{d^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

Donde:

p = proporción de éxito o proporción esperada

q = probabilidad de fracaso

Z = coeficiente de confianza para un nivel de confianza determinado

n = tamaño de la muestra a estimar

N = tamaño de la población

d = error máximo admisible

Para el planeamiento de la formula encuesta. **Ver Anexo 2.**

Al reemplazar en la ecuación quedaría:

$$n = \frac{100 \times 1.65^2 (0.50)(0.50)}{0.05^2 (100 - 1) + 1.65^2 (0.50)(0.50)}$$

$$n = 42$$

Con lo expuesto, al nivel de confianza y error permisible, se determina la realización de 42 cuestionarios o encuestas aplicables a los consumidores de plátano verde en la ciudad de Guayaquil. Para poder recabar la información a través de este instrumento.

Población: Entrevista

De acuerdo con información provista por el censo realizado por el (INEC, 2019) en Guayaquil en el año 2017, se encuentra una población 2'644.891 habitantes, lo que le convierte en el cantón más poblado del país, seguido de Quito, cantón que ocupa el segundo lugar con 746 habitantes menos, según proyecciones poblacionales, lo que se configura como la población estadística para este cálculo. El muestreo para este caso se incurrirá en un muestreo probabilístico para poblaciones finitas, que mantiene la siguiente expresión para su cálculo:

$$n = \frac{N \times Z^2 pq}{d^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

Dónde:

p = proporción de éxito o proporción esperada

q = probabilidad de fracaso

Z = coeficiente de confianza para un nivel de confianza determinado

n = tamaño de la muestra a estimar

N = tamaño de la población

d = error máximo admisible

Para análisis la fórmula que se va aplicar entrevista. **Ver anexo 3.**

Al reemplazar en la ecuación quedaría:

$$n = \frac{2723665 \times 1.65^2 (0.50)(0.50)}{0.05^2 (2723665 - 1) + 1.65^2 (0.50)(0.50)}$$

$$n = 384$$

Con lo expuesto, al nivel de confianza y error permisible, se determina la realización de 384 cuestionarios o encuestas aplicables a los consumidores de

plátano verde en la ciudad de Guayaquil. Para poder recabar la información a través de este instrumento, se acudirá presencialmente al punto de encuentro para poder interrogar a los individuos en cuestión.

Por otro lado, las entrevistas a realizar se efectuaron a un gremio de comerciantes de plátano del mercado Montebello de la ciudad Guayaquil, y al gremio de pequeños productores de plátano.

2.4 Técnicas de Recolección de Datos

Para la etapa de recolección de datos se acudieron a fuentes primarias y secundarias, que ofrezcan información al respecto de la temática abordada que trata acerca de la comercialización de plátano y el diseño de un plan de mejoramiento para su comercialización. De modo que se reconoce la técnica de la encuesta, la entrevista y la técnica documental como las que definan el proceso para recabar los datos al respecto de la problemática.

La encuesta se define como “una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida” (López & Fachelli, 2016, pág. 8).

En primera instancia se reconoció el uso de encuestas como un origen de datos esenciales para la investigación. La cual consiste en la aplicación de un cuestionario a un número determinado de sujetos delimitado por las muestras estadísticas antes descritas. Esta aproximación servirá para recoger aspectos inherentes a las cualidades y preferencias del consumo de plátano verde que van dirigido a todos consumidores comerciales de la ciudad de Guayaquil.

También, las entrevistas fueron a pequeños productores de plátano y gremios de vendedores de plátano del mercado mayorista Montebello de la ciudad de Guayaquil, para conocer su realidad en torno al precio, margen de comercialización, habilidades, capacidad productiva, nivel de ventas, entre otras. **Ver Anexo 4**

Finalmente, las fuentes secundarias, como tesis, artículos científicos, bases de datos, informes, entre otros, sirven para la elaboración del marco conceptual y teórico. A su vez, se utilizan como referentes empíricos para el diseño de las estrategias de comercialización que se conformen.

2.5 Estadística Descriptiva e Inferencial

La estadística descriptiva consistió en el análisis efectuado a través operaciones básicas para la interpretación de resultados. “Es la rama de la estadística que formula recomendaciones de cómo resumir, de forma clara y sencilla, los datos de una investigación en cuadros, tablas, figuras o gráficos” (Rendón-Macías, Villasís-Keever, & Miranda-Novales, 2016, pág. 398).

También se reconoció el uso de otras técnicas para incurrir en la descripción de la problemática de estudio y la presentación de resultados, como son: FODA Cruzado; Matriz de Riesgos; y Plan Estratégico. Los cuales se detallan a continuación.

- **FODA Cruzado.** El FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), “consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa” (Sarli, González, & Ayres, 2015, pág. 18). De acuerdo con Coronel y Jiménez (2016) “un FODA cruzado es clave para las organizaciones puesto que al hacer esto se obtienen estrategias que permiten tener resultados claros” (pág. 28). Este enfoque sirve para contrastar las fortalezas con las oportunidades (FO); fortaleza con amenazas (FA); debilidades con oportunidades (DO); y debilidades con amenazas (DA).
- **Matriz de Riesgos.** Según Madrid y Madrid (2019) gestionar una matriz de riesgo tiene como propósito “simplificar la comprensión, clasificación y evaluación de los distintos riesgos a los que está sometido un sistema de procesos, siendo una herramienta para la toma de decisiones que conlleva a minimizar los mismos” (pág. 58). De forma que este instrumento sirve para esclarecer el contexto de la comercialización de plátano (*Musa Paradisiaca*), para simplificar los

riesgos que conllevaría esta intención, así como para focalizar las acciones para la disminución de esta amenaza.

- **Plan Estratégico.** Esta aproximación se concibe como una “herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios” (Armijo , 2009, pág. 5). De manera que la conformación del plan estratégico para la comercialización de plátano verde, se configura como un instrumento que delinearé los lineamientos para que el pequeño productor del recinto la Inmaculada cantón Yaguachi encuentre la manera de incrementar su rendimiento económico a partir de la venta plátano.

RESULTADOS

Analizar la situación actual de los productores de plátano (*Musa Paradisiaca*) del recinto Inmaculada del cantón Yaguachi.

Población

Para comenzar el recinto Inmaculada está ubicado en el cantón Yaguachi de la provincia del Guayas. Este cantón se dedica a los cultivos de caña de azúcar, maíz, arroz y plátano verde, tiene una población de unos 15000 habitantes según último censo realizado. (INEC, 2018).

Este recinto cuenta con vías secundarias en buen estado para la movilidad adecuada para la comercialización de los productos que se cultivan en dicho sector. También se pudo observar que cuenta con canales de riego.

Edad

Dentro de los encuestados se pudo analizar que existe una población de edad promedio de 55 años, donde se puede afirmar que es edad relativamente adulta para el encuestado.

Este dato se lo puede afirmar con los datos publicado por el INEC donde menciona que la población estimada para esta población es de 2850 son niños, 4200 son jóvenes, 4800 son adultos y 3150 son adultas mayores. Es decir que de esta manera se puede corroborar que la edad promedio es de 57.5 años (INEC, 2020).

Educación

Sin duda alguna el recinto la Inmaculada tiene una problemática a nivel de educación, dentro del sector se pudo visualizar que en el lugar solo existen dos centros de educación primaria las cuales con el tiempo se está deteriorando. Esto ha promovido que los habitantes busquen un centro educativo primario cercano, donde la movilización es un tema de costo adicional para las familias. Sin embargo, también se pudo observar que carecen de centros educativos secundario, por lo tanto, la mayoría de los

adolescentes y jóvenes prefieren no estudiar para ayudar a sus familiares en el trabajo en el campo, y los pocos jóvenes que logran estudiar lo realizan en recintos cercanos como por ejemplo Recinto El Deseo o en los cantones Yaguachi y Milagro.

Según las personas encuestas 8 de cada 10 personas lograron culminar la educación primaria y 3 de cada 10 personas lograron culminar educación secundaria. En pocas palabras en el sector existen un nivel de alfabetización muy bajo, pero una de las mayores problemáticas es que un grupo pequeño lograron culminar los estudios primarios y secundarios.

Salud

Dentro del sector se visualizó que solo hay un centro de salud pública de tercer nivel, donde una de las mayores problemáticas es momento de agenda una cita ya que el tiempo de esperar es muy prolongado, existe muy poco medicamento y carecen de especialidades y laboratorios, por lo cual deben de buscar centros de salud en los recintos cercanos o a su vez buscar un médico privado en los cantones cercanos.

Según los entrevistados en el sector existen muy pocas enfermedades mortales, sin embargo, lo que más se escucha son las enfermedades habituales por la temporada como por ejemplo gripe, dengue, paludismo entre otras.

Productores

Ahora bien, dentro del recinto se pudo visualizar productores de arroz, caña de azúcar y plátano verde, este último se realizó una entrevista para el presente trabajo de investigación.

Se pudo observar que dentro del recinto hay 20 productores de plátano verde los cuales se dedican a la producción y comercialización.

Una de las problemáticas que existe en el recinto es que 11 de los 20 productores comercializan sus productos a través de intermediarios donde adquiere el productor por un precio de \$1,25, teniendo como resultado que

existe pérdida para los productores que se dedican a este cultivo y el restante lo comercializa y distribuye directamente a los mercados locales del sector.

Tipo de productores

Según el Organismo de Estado Americano según su sigla OES en Ecuador existen 3 tipos de productores: pequeño, mediano y grande. Dentro del recinto la Inmaculada se pudo observar que el 60% de productores son pequeños, este equivale un porcentaje de 16 productores y 4 son productores medianos.

Tipo de riego y producción

Según en la información recopilada actualmente 14 productores de plátano verde del recinto utilizan riego convencional, colocando una manguera a un costado de la planta, ellos no cuentan con riego por aspersión debido a la falta de recursos que hay en el sector. Además, ellos utilizan el mantenimiento de los cultivos de una forma rutinaria y no adecuada. El tiempo de recolección del racimo de verde lo realiza de una manera semanal, el cual tiene una producción aproximadamente de 20 a 35 racimas semanales por parcelas. Sin embargo, los mediados productores aproximadamente recogen 70 a 90 racimos por hectárea semanal.

Variedad de plátano verde

Dentro del sector la Inmaculada se observó que variedad de plátano verde que se cultiva es *Musa Paradisiaca* debido a la resistencia de su raíz y plagas. Se les consulto a los encuestados el tipo de tamaño que se produce en el sector y mencionaron los siguientes: el barraganete, el maqueño y el dominico. Sin embargo, el que tiene mayor demanda es barraganete y maqueño.

Herramientas

Para empezar en la información recopilada a través de la entrevista realizada a los productores de plátano verde del recinto la Inmaculada se pudo observar las siguientes herramientas que ellos utilizan en los cultivos: podón, bomba, bomba mochila, guaraña, palas, mangueras, picos y machetes.

Comercialización del plátano verde

Para empezar, se puede recalcar que dentro del lugar la manera de comercializar los racimos de verde lo realizan por medio de intermediario, los cuales pagan por racimas de verde un valor \$1,25 esto ha generado una problemática de la cual los productores no alcanzan a cubrir ni el costo de producción, por lo cual genera pérdidas. Sin embargo, vale recalcar dentro del sector la mayor parte del mismo entorno familiar.

Matriz FODA

Basados en la información proporcionada por la matriz FODA podemos afirmar que el entorno es favorable para la industria de la producción y comercialización de plátano verde porque una demanda de plátano verde en crecimiento que abre una oportunidad de negocio a los productores ecuatorianos, para realizar ventas competitivas, sustentadas en la buena calidad de suelos y las condiciones climáticas favorables. Ventajas competitivas que garantizan ofrecerles a los consumidores un abastecimiento de fruta constante.

Estas condiciones, sumadas a los esfuerzos del estado ecuatoriano por abrir nuevos mercados (Acuerdos Comerciales y Tratados de Libre Comercio) permiten afirmar que estamos frente a un escenario optimista que conlleva a fomentar la siembra de nuevas áreas de cultivo y al desarrollo de proyectos de inversión para promover la exportación de plátano verde. **Ver Apéndice 1.**

Las cinco fuerzas de Porter

Entrada de nuevos competidores

La amenaza de la entrada de empresas que se dediquen a realizar productos similares o iguales.

Poder de negociación de los proveedores

Los proveedores de la empresa serán los agricultores de plátano del Guayas, por tanto, el poder de negociación está en manos de la empresa.

Poder de negociación de los clientes

Al existir gran variedad de productos similares y complementarios el poder de negociación recae sobre los clientes, por tanto, hay que diseñar estrategias para la captación y fidelización de clientes.

Existencia o entrada de productos sustitutos

Existen muchos sustitutos en el mercado, por tanto, es necesario explorar nuevos nichos o nuevas técnicas de mercadeo.

Tabla 1

Fuerzas de Porter



Elaborado: Por la autora, 2022

Desarrollar un estudio de mercado de la comercialización de plátano en la ciudad Guayaquil.

El presente estudio de mercado se realizó en la ciudad de Guayaquil mediante una encuesta digital, para su presente análisis se tomó como referencia los perfiles de los consumidores, cabe destacar que también se analizó la oferta, demanda y preferencia de los consumidores mediante el cual se planteó una estrategia adecuada.

Análisis del mercado:

Mercado meta

El presente estudio de mercado de plátano verde esta direccionado a los consumidores de la ciudad Guayaquil, cabe destacar dicha ciudad es una de las ciudades más grande del territorio ecuatoriano. Además, es una cuna de biodiversidad gastronómica donde uno de los principales ingredientes que se utiliza es plátano verde (Sepulveda, Urea, Hernandez, solorzano, 2021).

Justificación

El mercado meta se seleccionó debido a la capacidad económica de los individuos, y el tamaño de la población, sin embargo, también debemos de tomar en cuenta que plátano verde es uno de los vegetales tradicionales en la mesa de cada persona, debido a la facilidad de adquirir el producto en cualquier punto de venta. Según (Semulgera, 2017) el consumo aparente de plátano verde en Guayaquil es 85%, debido que dicho producto es uno de los productos tradicionales, además el bajo costo al momento de adquirir el plátano verde.

Perfil del consumidor

Dentro de los consumidores potenciales se encuentran perfiles: junior, jóvenes, de adulto, tercera edad, de negocio y de industria

Análisis del consumidor

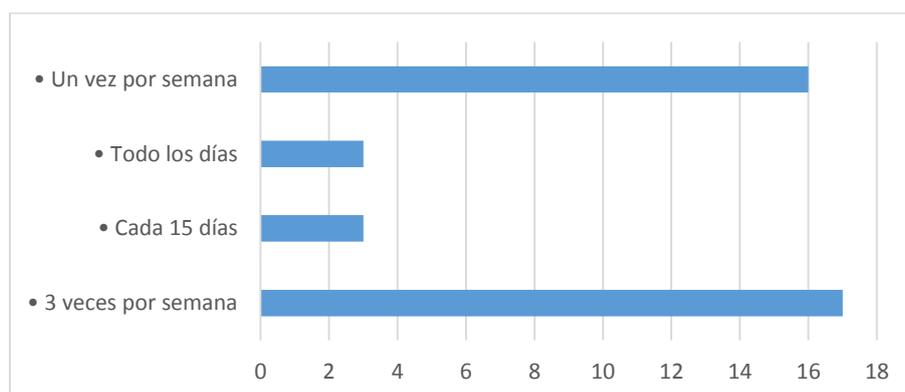
Se obtuvo como finalidad analizar los perfiles de los consumidores actuales y potenciales, mediante el cual se analizó la preferencia, hábitos de consumo, motivaciones, nivel de ingresos, obteniendo como resultado la base de una estrategia comercial.

Análisis de demanda

Se realizó una encuesta a 350 personas, se determinó que el 95.35% de encuestados consumen plátano verde. Se puede señalar que el consumo en un hogar Guayaquileño semanal es de 34.3%, sin embargo, nuestro mercado potencial son los adultos 85% donde mayor mente se consume es por desayuno con 64.5%. Algo semejante se refiere al momento de adquirir el plátano verde el cual el 47.3% prefiere comprar en los mercados municipales, sin embargo, el 43,7% de encuestado prefiere adquirir su producto a los vendedores ambulantes debido a la facilidad y bajo costo al momento de adquirir el plátano verde.

Análisis estadístico de los datos

Figura 1
Hábito de Compra



Elaborado: Autora ,2022

El 37,9% de la totalidad de los encuestados compra 3 veces por semana el plátano verde sin embargo el 34,3% de los encuestados compran plátano verde una vez por semana, obteniendo como resultado la aceptación del producto en el mercado

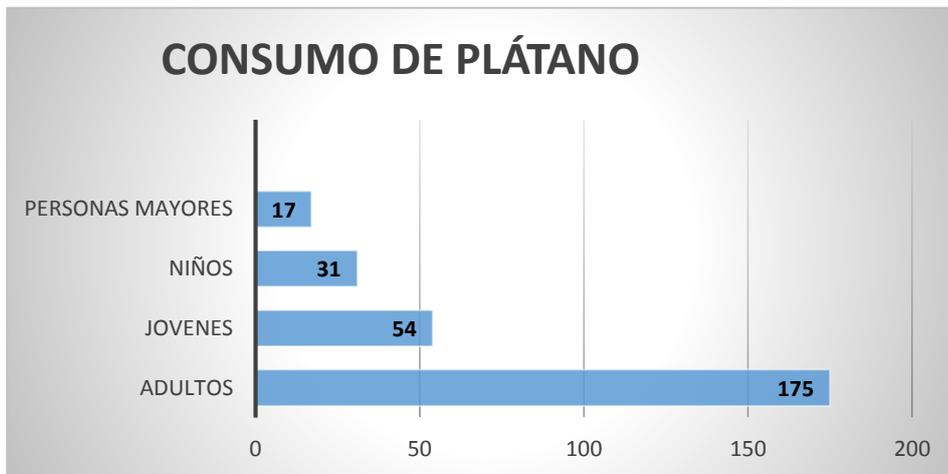
Figura 2
Porcentaje de Personas que Consume Plátano Verde



Elaborado: Autora ,2022

En la figura 2 se puede analizar que el 95,4% de encuestados consume plátano verde el cual se puede determinar que el plátano verde es de gran aceptación en la ciudad de Guayaquil.

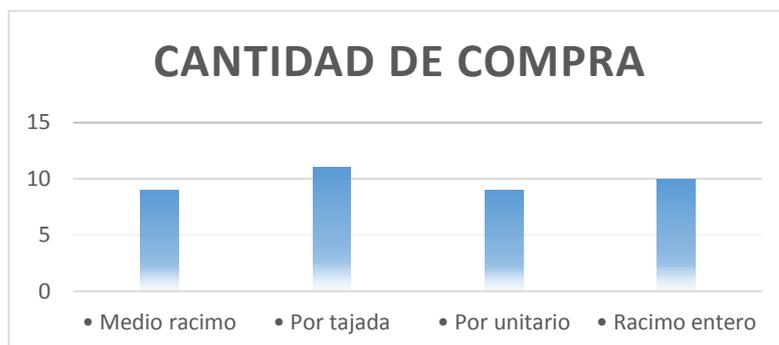
Figura 3
Porcentaje de persona que consume plátano verde en un hogar



Elaborado: Autora ,2022

Figura 3 se puede observar que el 63,9% de adultos son los mayores consumidores de plátano verde sin embargo el 19,5% son jóvenes y el 11,2% son niños es decir que el mayor consumidor son los adultos siguiendo de la mano con los jóvenes en la ciudad de Guayaquil

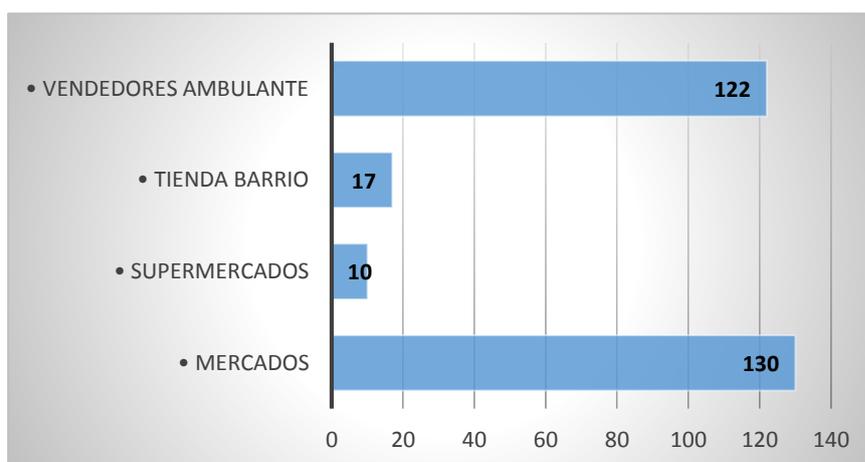
Figura 4
Cantidad de plátano verde en una compra



Elaborado: Autora, 2022

Para comenzar en la figura 4 que los encuestados prefieren adquirir el plátano de verde por tajada y por medio racimas y en menor proporción las racimas de verde.

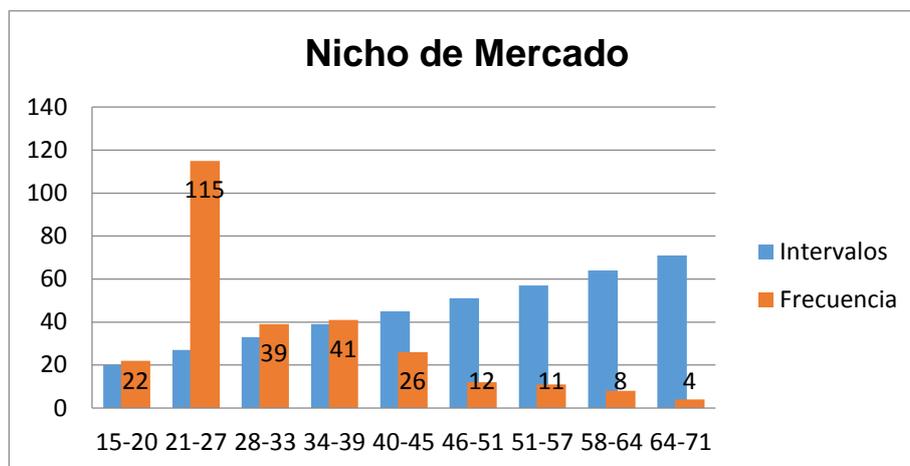
Figura 5
Establecimiento donde compra plátano verde



Elaborado: Autora, 2022

En la figura 5 se puede analizar que el 49,3% de los encuestados prefieren comprar los mercados locales y el 46,7% de encuestado prefiere comprar a los vendedores ambulante debido a la facilidad de adquirir el producto y mejor precio.

Figura 6
Nicho de Mercado



Elaborado: Autora, 2022

Con el análisis de esta pregunta se puede analizar donde va orientado el producto y cuál es nuestra demanda potencial.

Estructura competencia

Tabla 2

Producción de plátano por provincia

Año	Provincia	Producción
2021	Manabí	94019,6
2021	Santo Domingo	10178,8
2021	Los Ríos	37680,4
2021	Bolívar	4598,8

Fuente: (SIPA, 2021)

Elaborada por: La autora, 2022

Guayaquil por ser un eje económico y una ciudad más grande del país llegan a comercializar algunas personas de diferentes provincias del país principalmente de Manabí, Los Ríos, Bolívar entre otros que embarca el 70% de mercado Guayaquileño.

Estructura de la demanda

Para empezar, se analizó el estudio de mercado el cual tuvo como resultado que el 70% de Guayaquileños consumen plátano verde. Sin embargo, se fijó como mercado meta el 20% de los consumidores de la totalidad de la muestra plateada.

Finalmente, el estudio de campo se analizó la producción de plátano verde en las 10 hectáreas que hay en el sector obteniendo como resultado que la producción anual por hectárea 4700 racimos de verde, cabe destacar que los productores recogen sus cosechas semanales. Para finalizar se analizó un incremento en la producción de plátano verde del 1.3% anual para el periodo de estudio. **Ver Apéndice 2.**

Determinar la demanda insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha primeramente hay que estimar la demanda proyectada, una vez obtenido los datos de la encuesta se puede estimar de siguiente manera:

$$NA * F = DP$$

NA= Nivel aceptación

F= Frecuencia

DP= Demanda proyectada

Tabla 3

Mercado Objetivo

Año	Oferta Proyectada	Demanda Proyectada	Demanda Insatisfecha
2022	47000	112800	-65800
2023	49350	115620	-66270
2024	50337	117932	-67595
2025	51344	120291	-68947
2026	52371	122697	-70326
2027	53418	125151	-71733

Elaborado por: La autora, 2022

Para finalizar se puede observar en la tabla 3 debido a la baja producción de plátano verde existe una demanda insatisfecha el cual existe una posibilidad que busque bienes sustitutos.

Finalmente, en el estudio de mercado se demostró la aceptación del plátano verde debido a la alta tasa de consumo que existe en la ciudad de Guayaquil, adicionalmente se analizó que el mercado nicho en su mayoría son las personas jóvenes y adultas, los que son mayores consumidores, sin embargo, las personas prefieren adquirir sus productos en los mercados.

Demostrar la viabilidad financiera a través de la propuesta de mejoramiento para la comercialización del plátano en la ciudad de Guayaquil

Para comenzar, se pudo observar mediante la encuesta que los agricultores cuentan con una totalidad de 10 hectáreas con cultivos sembrados de plátano verde, además ellos poseen un camión propio. Para la implementación de un riego con aspersores y la construcción de una oficina. Dentro del cuadro se detallan los materiales que se requiere para la implementación para el riego de aspersores. **Ver Apéndice 3.**

Depreciación de activo fijo

Dentro del régimen tributario ecuatoriano se considera la deprecación de los activos fijos los siguientes indicadores: equipo y maquinaria, equipo de oficina y oficinas. Ahora bien, para el presente trabajo de investigación se tomó en cuenta la depreciación de equipo de oficina, maquinaria y equipo. **Ver Apéndice 4.**

Para empezar dentro de los indicadores de pre inversión están incluidos los materiales y la construcción de una oficina y estudio para implementar un nuevo tipo de riego de agua a través de aspersores, dentro del presupuesto se incluyen los materiales para construcción.

En un inicio la empresa tendrá una inversión inicial \$11800 el cual se detalla en la cámara de comercio de Guayaquil, esto valores incluye costos de administración, la instalación y construcción de oficina. La inversión diferida esta amortizada durante los 7 primeros años. **Ver Apéndice 5.**

Desembolso de sueldo y salario

Dentro del presupuesto se estimó los gastos de una manera mensual por hectárea, se detalla: un administrador el cual estará encargado de supervisar el funcionamiento y el control de finca. Del mismo modo se tomó en cuenta un contador el cual llevará la parte financiera y económica de la empresa

Tabla 4:
Sueldo y salario

Cargo	Cantidad	Monto	total/mes	total / año
Gerente	1	\$ 300,00	\$ 300,00	\$3.600,00
Contador	1	\$300,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Operadores	3	\$1.440,00	\$1.440,00	\$17.280,00
TOTAL			\$2.040,00	\$24.480,00

Elaborado por: La autora, 2022

Materia prima

Dentro de materia prima se toma en cuenta que se requiere por hectárea 5 sacos de abono y fertilizante al año, sin embargo, para el caso de plaga se considera implementar 15 litros por cada hectárea. Para finalizar se estima el gasto de servicio básico que incluye energía eléctrica, agua, teléfono e internet, los cuales se detallará. **Ver Apéndice 6.**

Resumen de la inversión

Tabla 5
Inversión Fija

Inversión fija	Monto	Total
Inversión fija		\$49.372,00
Terreno	\$30.000,00	
Equipo y Maquinaria	\$45.862,00	
Equipo de Oficina	\$ 2.010,00	
Obras Civiles	\$ 1.500,00	
Inversión intangible		\$11.800,00
Gasto de Organización y Constitución	\$ 1.000,00	
Gasto de Gestión	\$10.800,00	
Inversión de capital trabajo		\$33.645,00
Sueldo y Salario	\$24.480,00	
Materia prima e Insumo	\$ 6.525,00	
Desembolso Directo	\$ 2.640,00	

Elaborado por: La autora, 2022

En todo caso en el cuadro de inversión fija esta detallado las inversiones que se detallan para el uso funcionamiento del proyecto y los gastos detallados y los insumos para la aplicación del cultivo de plátano verde.

Tabla 6

Inversión Total

Inversión total	Monto
Inversión Fija	\$ 49.372,00
Inversión Intangible	\$ 11.800,00
Inversión en Capital de Trabajo	\$ 33.645,00
Total	\$ 94.817,00

Elaborada por: La autora, 2022

En la tabla 6 se detalla el resumen de las inversiones que se fijara en el proyecto para el primer año los cuales se estima un crecimiento anual del 1,5% dependiendo de la demanda del mercado.

Clasificación del costo

Los costos se dividen en fijos y variables. En primer lugar, tenemos el costo fijo el cual tiene un valor de \$40,217.20 en los cuales está de depreciación, mano obra indirecta y desembolso directo.

También se puede observar costos variables con un valor \$23,805 en los cuales esta detallada materia prima y mano de obra directa.

Tabla 7

Clasificación de Costos

Clasificación de Costos	Monto Anual	Total
Costo fijo		\$40.217,20
Depreciación de Activo Fijo	\$ 4.937,20	
Mano de obra Indirecta	\$32.640,00	
Desembolso Directo	\$2.640,00	
Costo variable		\$23.805,00
Materia prima e Insumo	\$6.525,00	
Mano de obra Directa	\$17.280,00	

Elaborado por: La autora, 2022

Punto de equilibrio

Para lograr encontrar el punto de equilibrio primer lugar se detallan los costos totales: costo fijo y el costo variable. Para comenzar se puede observar en el **Apéndice 7** la producción estimada de racimo de verde es de 47,500 racimas por 10 hectáreas, vale recalcar que esta producción esta fija de manera anual. Sin embargo, observar que para el primer año hay un costo beneficio de \$183.

Para finalizar se estableció el valor unitario del costo variable el cual es de \$0,95 y para finalizar se realizó a tomar el punto de equilibrio el cual fue de 38,302 racimos de verde anuales. En resumen, se debe producir 38,302 unidades de racimos verdes para tener un costo beneficio.

Financiamiento

Tabla 8

Financiamiento

Fuente	Inversión	Financiamiento	Tasa	Escudo	
				fiscal	Wacc
Capital					
propio	\$ 48.000,00	63%	14,03%		8,84%
Banco x	\$ 52.372,00	37%	9,32%	78%	2,69%
Total	\$100.372,00	100%			11,53%

Elaborada por: La autora, 2022

Para el financiamiento del proyecto se contará con el 63% de financiamiento propio y el 37% con la entidad bancaria. Sin embargo, se utilizó un indicador financiero WACC este indicador es una tasa de descuento que nos permite proyectar los flujos de caja futuro (Hernandez, 2021) Para el presente trabajo se obtuvo como resultado una tasa del 11,53%.

Amortización de préstamo

Para el financiamiento se proyecta un préstamo de \$53,732 en una entidad bancaria el cual lo aplazaremos a 8 años con una tasa de interés 9,35% anual. **Ver Apéndice 8.**

Estado de resultado

Dentro del estudio, se puede observar en el estado de resultado los cuales demuestran la viabilidad del proyecto, para los tres primeros años se observa una rentabilidad bajo esto se debe a la adaptabilidad de nueva técnica de riego de agua y también por la amortización del préstamo bancario. A partir del tercer año se puede observar el aumento paulatino de la producción, se estima un aumento del 2,5% de crecimiento con respecto la venta anual. **Ver Apéndice 9.**

Flujo de caja para los accionistas

Para analizar el flujo de caja se estudió en la tabla de amortización donde se determinó los siguientes indicadores para el crecimiento de venta anual estimamos un crecimiento del 2,5% en cada periodo. En la segunda parte los costos variables y costo fijo estimamos un crecimiento anual del 1,5% esto es debido al incremento paulatino de los materiales y sueldo que depende del crecimiento económico del país.

Para el primer año se estima una ganancia \$19375,36 y se estima que en 10 años la ganancia se incremente un 45% con respecto al primer periodo. **Ver Apéndice 10.**

Indicadores Económicos

Tabla 9

Indicadores económicos

Indicadores Económicos	
Van	\$120.578,80
Tir	46%
Payback (años)	2,36
Costo beneficio	\$ 3,51

Elaborado por: La autora, 2022

Para el análisis de los indicadores se tomó como referencia el VAN este indicador financiero este indicador permite el flujo futuro de los ingresos y egresos para verificar si existe una ganancia futura. Para el presente trabajo se estimó una tasa de descuento de 11,53%, como resultado se obtuvo un VAN \$120578,80. El siguiente paso se utilizó el indicador financiero TIR, este indicador nos permite observar la tasa del crecimiento del proyecto con la finalidad medir rentabilidad del negocio. Para presente trabajo de investigación

se realiza una inversión inicial \$48000 y valores de ganancia hasta último año. Se llegó a la deducción que la tasa TIR es de 45% el cual es superior a la tasa de descuento del 14% llegando a la conclusión que el proyecto es aceptable.

Sin embargo, el payback nos permite analizar en qué periodo de tiempo se recupera la inversión inicial el cual se llegó como resultado que a partir del 2,36 año el capital inicial se recupera.

Para finalizar se analizó el costo beneficio del proyecto donde por cada \$1 que nosotros invertimos se tiene una ganancia de \$3,51.

Análisis de escenarios

Tabla 10

	Valores actuales	Real	Optimista	Pesimista
Ingresos	\$95.000,00	\$95.000,0	\$99.750,00	\$90.250,00
Van	\$120.578,80	\$120.578,80	\$126.607,74	\$114.549,86
Tir	46%	46%	48%	44%
Pay back	2,36	2,36	2,48	2,24
Costo beneficio	3,51	3,51	3,69	3,33

Elaborado por: La autora, 2022

Continuación se observan los escenarios a evaluar tales como son: el escenario real, optimista y pesimista. En el cual, se procedió a realizar cambios únicamente en el ingreso anual. Por otra parte, se pudo evidenciar de igual forma como cambian las variables de decisión del proyecto. Debido a que este análisis brinda a los inversionistas e interesados en poner en marcha en Guayaquil diversas perspectivas para la toma de decisión en base a cambios positivos y negativos en el ingreso.

Sin embargo, para el escenario optimista se espera que el ingreso aumente a un 5% por las expectativas de crecimiento del modelo a implementar en el cual; la TIR del proyecto aumenta un 24% y por su parte disminuye el periodo de recuperación de la inversión a 2 años. Para el caso del escenario pesimista el ingreso anual cae en un 5% el Van sigue siendo positivo es decir el proyecto sigue siendo rentable y la TIR sigue siendo mayor al costo de capital, sin embargo, el periodo de recuperación aumenta a 2 años y 3 meses y la razón costo/beneficio disminuye, pero no deja de ser mayor a 1.

DISCUSION

Para el desarrollo de la discusión del presente trabajo de investigación se presenta la comparación de resultados de estudio similares.

Para los autores Cadena y Álvarez (2014) en su trabajo titulado “Estudio de factibilidad y emprendimiento microempresarial sobre los derivados del banano para las mujeres socias del comité pro-mejoras “21 de Noviembre” de la Hcda. “La Julia” del cantón Babahoyo, Provincia de Los Ríos, llegaron a la conclusión que la problemática del sector agrícola es la intervención de intermediarios, la falta de préstamos bancarios y la dificultad al momento de realizar los trámites al gestionar un préstamo bancario. De acuerdo con mi investigación coinciden ya que se pudo observar la dificultad que existe al momento de ingresar a la zona debido a la destrucción paulatina de las vías y la intervención de intermediario.

No obstante, para (Sepulveda, Urea, Hernandez, solorzano, 2021) menciona en su trabajo titulado “Consumo de plátano en Ecuador: hábitos de compra y disponibilidad a pagar de los consumidores” que el 70% de los guayaquileños consume plátano verde y que el precio del racimo de verde es de \$2,50 dependiendo el tamaño y la cantidad del racimo. Llegando a concordar que el 88% de los encuestados consume plátano verde por lo menos una vez al día, y que los mayores consumidores de plátano verde son familias entre una edad promedio de 12 – 65 años. Los cuales adquieren sus productos en los mercados cercanos los cuales pagan un precio de \$2 hasta \$4 por racimas de verde dependiendo el tamaño y la cantidad de esta.

En el tercer objetivo se demostró la viabilidad por este motivo, en los estados de resultado determinaron un VAN \$120.578,80, TIR 46% y un Pay Back de 2,36 años, dando como resultado la aceptación del proyecto. A comparación al trabajo implementado por Cañizares (2016) en su trabajo titulado “Plan estratégico para mejorar la logística interna de las mipymes exportadoras de banano ubicado en la ciudad de Guayaquil” donde denota su pay back es 6.4 años un TIR 23% y VAN negativo debido falta rentabilidad del proyecto llegando a la conclusión que no viable su proyecto

Como se puede observar existe un consenso entre los autores entre la importancia de la creación de una asociación de productores con la finalidad de llevar una mayor organización al momento de comercializar el banano. Vale recalcar la importancia de la eliminación del intermediario.

Sin embargo, pasa todo lo contrario en cultivo plátano verde los intermediarios son abundantes los cuales equiparon el mercado obteniendo como resultado que los productores no alcance a cubrir los gastos que se genera en el cultivo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

El presente trabajo de investigación se realizó un plan comercialización del plátano verde, a los pequeños productores del Recinto la Inmaculada, cantón Yaguachi”, mediante indicadores financieros obteniendo como resultado la aceptación del proyecto en un periodo de estudio de 10 años.

Por ello se analizó las condiciones de los agricultores del recinto la Inmaculada y forma de cultivar que existía en el lugar, adicional se observó que tipo de riego artesanal por medio de mangueras que utilizaban los productores de plátano verde del recinto la Inmaculada del cantón Yaguachi.

Mientras que en el estudio del mercado realizado en ciudad de Guayaquil se observó la aceptación del comerciante de plátano verde, a un precio de comercialización de \$2 por racimas de plátano verde.

Para finalizar se realizó los estados de resultados y la aplicación de indicadores financieros, tales tuvieron como resultado un TIR de 46% y VAN \$120.578,80; llegando a conclusión que si es aceptable el proyecto.

Por ello, se pudo observar que los productores de plátano verde del recinto Inmaculada tienen las condiciones adecuadas para la viabilidad del proyecto debido a la alta demanda del producto de los mercados.

RECOMENDACIONES

Para proyectos futuros se deberá tomar en cuenta el estudio de cadena de comercialización los diferentes cultivos como por ejemplo: arroz, maíz y caña de azúcar, los cuales se realizan en el recinto Inmaculada.

Se recomienda tomar en cuenta por parte del MAG la propuesta de implementación de un centro de acopio para el recinto la Inmaculada del cantón Yaguachi.

Evaluar los datos obtenidos en el presente trabajo para investigaciones futuras.

Crear nuevos proyectos que beneficien a los pequeños agricultores del recinto la Inmaculada.

Por parte de la prefectura del Guayas que se implemente el asfaltado de caminos vecinales cercanas al recinto la Inmaculada del cantón Yaguachi para que ellos tengan una mejor movilización de sus productos.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, E. L., León, S. A., Sánchez, M. L., & Cusme, B. L. (2020). Evaluación socioeconómica de la producción de plátano en la zona norte de la Provincia de los Ríos. REDIB (Red Iberoamericana de innovación y conocimiento científico).
- Angeles, G., Ávila, L., Flores, V., & Francisco, C. (2022). Obtenido de "Análisis del consumidor": <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/1935/n/>
- Araujo y Malan. (2019). "Análisis de la situación económica de los pequeños productores de banano de la parroquia Jesús María del cantón naranjal, provincia del guayas durante el periodo 2015 - 2017". Guayaquil: Guayaquil: ULVR, 2019. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/3231/1/T-ULVR-2828.pdf>
- Armijo, M. (2009). Manual de planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector público. Chile: ILPES/CEPAL. Obtenido de https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/3/38453/manual_planificacion_estrategica.pdf
- Cadena, A., & Álvarez, M. (2014). Estudio de factibilidad y emprendimiento microempresarial sobre los derivados del banano paramujeres socias del comité pro mejoras "21 de Noviembre" de la Hcda. "La Julia" del cantón Babahoyo, Provincia de Los Ríos. Babahoyo. Obtenido de Estudio de factibilidad y emprendimiento microempresarial sobre los derivados del banano para las mujeres socias del comité pro mejoras "21 de Noviembre" de la Hcda. "La Julia" del cantón Babahoyo, Provincia de Los Ríos.: <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/408/T-UTB-FAFI-IC-000162.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cañizares Feraud, K. J. (2016). Plan estratégico para mejorar la logística interna de las mipymes exportadoras de banano ubicado en la ciudad de guayaquil. Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/39785/1/Tesis%20Karla%20%20Feraud%20Arreglos%20%282%29.pdf>
- Carriel, K. (2015). "Plan de negocio para la creación de una microempresa y comercialización de harina de plátano saborizada en el cantón la maná, provincia de cotopaxi, año 2012.". La mana: guayaquil: ulvr, 2015. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3490/1/t-utc-00767.pdf>
- Coronel Morales, M. J. (2016). Plan estratégico de marketing para mejorar el desempeño de la empresa Tauros Papelería en la ciudad de Cuenca. Cuenca: AZUAY. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/5058/1/11497.pdf>

- Da Silva , C., Baker, D., Shepherd, A., Chakib , J., & Miranda da Cruz, S. (2013). Agroindustria para el desarrollo. Roma: Fao. Obtenido de <https://www.fao.org/3/l3125s/l3125s.pdf>
- FAO. (2016). El estado mundial de la agricultura y la alimentacion . Guayaquil: FAO. Obtenido de <https://www.fao.org/3/x2919s/x2919s05.htm#:~:text=cabo%20la%20identificaci%C3%B3n.-,3.1.2%20El%20productor,operaciones%20de%20la%20explotaci%C3%B3n%20agropecuaria>.
- Fiallos Iturralde, J. (10 de octubre de 2017). Importancia del Sector Agrícola en una Economía Dolarizada. Quito. Obtenido de <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/6807/1/134856.pdf>
- Garcés Vanegas, A. (2015). La cadena de comercialización y su impacto en la rentabilidad de los pequeños productores de fresa de la provincia de Tungurahua. Ambato: ambato: utb, 2015. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/18274/1/t3200e.pdf>
- Gomes , A., Valle, S., & Pedroso , C. (2002). Cadena productiva: Marco conceptual para apoyar la prospección tecnológica. Espacio, 2.
- Guilcapi, M., & Salazar , V. (2018). Plan de negocios para la producción y comercialización de harina de plátano saborizada de la empresa prodicereal s.a al norte de la ciudad de Quito. Guayaquil: ulvr, 2018. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/29310/1/tesis%20harina%20de%20pl%c3%a1tano%20guilcapi%26salazar.pdf>
- Hernandez, P. (octubre de 2021). Que es el Wacc y para que sirve. Barcelona: IESSE. Obtenido de <https://www.empresaactual.com/el-wacc/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2017). Metodología de la investigación. México: Mc-Graw Hill. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Ibarra Alvarez, V. K. (03 de Septiembre de 2021). Estudio de la Cadena de Comercialización del Plátano Verde (Musa spp.) en los mercados del Cantón Guayaquil. Guayaquil. Obtenido de <http://201.159.223.180/bitstream/3317/17293/1/T-UCSG-PRE-MAE-368.pdf>
- INEC. (2018). Obtenido de Poblacion de Yaguachi: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantoniales/Guayas/Fasciculo_Yaguachi.pdf

- INEC. (2019). Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2>
- INEC. (25 de noviembre de 2020). Cifras de la población de Yaguachi. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantoniales/Guayas/Fasciculo_Yaguachi.pdf
- INEC. (30 de OCTUBRE de 2021). INEC Ecuador cifras de población de Guayaquil. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/guayaquil-en-cifras/>
- López, P., & Fachelli, S. (2016). Metodología de la investigación social cuantitativa. Barcelona: UAB. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
- Merino, J. (2007). La investigación de mercados de empresa. Guayaquil: Guayaquil: USG, 2007. Obtenido de https://eprints.ucm.es/id/eprint/11230/1/La_Investigaci%C3%B3n_de_Mercados_en_la_Empresa.pdf
- Noboa, M. S. (2018). Diseño de planificación estratégica que optimice la exportación de bananas caso Negoplus S.A. Guayaquil: UCG, 2018. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/37794/1/Tesis%20Noboa.%200.pdf>
- O.I.T. (2011). Seguridad y salud agrícola. 19-31. Obtenido de https://agrario.ibv.org/index.php?option=com_content&view=article&id=39&Itemid=155
- Padilla, R. (2014). Fortalecimiento de las cadenas de valor como instrumento de la política industrial. CEPAL, 6-10.
- Ramón, N., & Serrano, J. (2019). Matriz de riesgos. ¿En qué consiste, cómo se construye, cómo se gestiona? Revista de Contabilidad y Dirección, 28, 57-68. Obtenido de <https://accid.org/wp-content/uploads/2020/03/4-1.pdf>
- Rendón-Macías, M., Villasís-Keever, M., & Miranda-Novales, M. (2016). Estadística descriptiva. Revista Alergia México, 63(4), 397-407. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755026009.pdf>
- Reyes, L., Espinoza, J., Vélez, A., & Borja, M. (2016). Estructura y funcionamiento de la cadena productiva de esquilmos agrícolas como forraje en la región de el Bajío, México. 451-464.
- Rivera Gallegos, K. E., & Solórzano Aguirre, K. M. (Marzo de 2017). Análisis de los operadores logísticos y su influencia en la cadena de suministro de las empresas exportadoras de banano en Guayaquil: usg, 2017. Obtenido de universidad de guayaquil:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/17470/1/An%C3%A1lisis%20de%20los%20Operadores%20Log%C3%ADsticos%20y%20su%20influen%20cia%20en%20la%20cadena%20de%20suministros%20de%20las%20empresas.pdf>

- Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. Revista EAN, 179-200. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n82/0120-8160-ean-82-00179.pdf>
- Román Cárdenas, D. V. (2016). "Estudio de factibilidad económica financiera para una plantación de plátano". Guayaquil: Guayaquil: ULVR, 2019. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10232/1/Rom%C3%A1n%20C%C3%A1rdenas%20Darwin%20Vicente.pdf>
- Sarli, R., González, S., & Ayres, N. (2015). Análisis FODA. Una herramienta necesaria. UNcuyo, 9(1), 17-20. Obtenido de https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/7320/sarlirfo-912015.pdf
- Semulgera, W. (2017). Consumo de platano verde Ecuador. Maringa, 4-19.
- Sepulveda, Urea, Hernadez, solorzano. (30 de octubre de 2021). Consumo de plátano en ecuador: hábitos de compra y disponibilidad a pagar de los consumidores. Pagina gastronomica, 2-21. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/321961000_consumo_de_platano_en_ecuador_habitos_de_compra_y_disponibilidad_a_pagar_de_los_consumidores
- SIPA. (23 de enero de 2021). Ficha del cultivo de plátano. Obtenido de <http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/platano>
- SUMUP. (enero de 2021). Obtenido de "Qué es un minorista": <https://sumup.es/facturas/glosario/minorista/>
- SUMUP. (Abril de 2022). "Qué es un mayorista". Obtenido de <https://sumup.es/facturas/glosario/mayorista/>
- Torroba, L. (2014). Factores clave en el desarrollo del emprendimiento. Madrid: Economico. Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/61/TFG000007.pdf?sequence=1>
- Ureta, I. (2017). Consumo de plátano en ecuador: hábitos de compra y disponibilidad a pagar de los consumidores. Maringa, 5-25.
- Vega Jaramillo, V. L. (2015). Análisis de los precios de la caja de banano y su impacto en los productores bananeros. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/8141>
- Veliz Villamar, H. M., & Bravo Farfán, M. M. (2016). Estudio de asociatividad basada en economía popular y solidaria para mejorar los ingresos de los

pequeños productores de plátano barraganete del recinto la Esperanza, cantón el Carmen- Manabí, zona 4. Guayaquil: Guayaquil: ULVR, 2016.

Zamora, K. K. (2018). Plan estratégico para la empresa bananera "Curitiba". Quevedo: ucq, 2019. Obtenido de <https://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/3328/1/t-uteq-0029.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Operacionalización de las variables

Tipo de variable	Definición operacional	Tipo de medición	Instrumento	Resultados esperados
Tasa interna de retorno (TIR)	Es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión.	Cuantitativa	Entrevista Encuesta	Viabilidad financiera del proyecto
Valor actual neto (VAN)	Sirve para determinar la viabilidad de un proyecto	Cuantitativa	Entrevista Encuesta	Viabilidad financiera del proyecto
Relación costo beneficio (R B/C)	Es una herramienta financiera para comparar el costo de un producto versus el beneficio que se entrega	Cuantitativa	Entrevista Encuesta	Viabilidad financiera del proyecto

Anexo 2: Valores para el cálculo de la muestra entrevista

Índice	Valor
P	0,50
Q	0,50
Z (90% de nivel de confianza)	1,65
D	0,10
N	100

Elaborado Autora, 2022

Anexo 3: Valores para el cálculo de la muestra encuesta

Índice	Valor
P	0,50
Q	0,50
Z (90% de nivel de confianza)	1,65
D	0,05
N	665,00

Elaborado Autora, 2022

Anexo 4: Entrevista a los Productores de plátano del Recinto La Inmaculada

- 1) ¿Qué tiempo usted tiene cultivando plátano verde?
- 2) Ustedes son parte de alguna asociación de productores
- 3) ¿Cuántos productores hay en este sector que se dedica al cultivo de plátano verde?
- 4) Edad
- 5) Nivel de educación
- 6) Cuantas veces a la semana hace riego en su cultivo
- 7) ¿Qué tipo de riego de agua usted utiliza?
- 8) ¿Qué tipo de herramientas necesita usted para el cultivo de plátano verde?
- 9) ¿Ustedes tiene con garrucha o cuniculares movilizar el racimo de plátano cuando está listo para el cultivo?
- 10) Cuanto usted aproximadamente utiliza en sacos de abono por hectárea
- 11) Usted utiliza algún fertilizante y cuantas veces en el siglo de la cosecha usted utiliza por hectárea
- 12) Cuanto jornalero usted necesita para el cuidado de su hectárea
- 13) Cuánto gana un jornalero por semana
- 14) ¿Cuánto usted invierte para el mantenimiento del cultivo plátano verde por hectárea?
- 15) ¿Cuánto es la inversión aproximadamente usted utilizo en su en su cultivo?
- 16) ¿Cuál es tiempo que se demora en cosechar el plátano?
- 17) ¿Qué tipo de cultivo tiene usted orgánico o inorgánico?
- 18) En qué tiempo usted recoge su cosecha (semanal, quincenal, mensual o tiempo diferente)
- 19) ¿Cuál es su producción aproximadamente?
- 20) ¿Ustedes cuenta con unos vehículos propios para movilizar sus cultivos?
- 21) Ustedes negocian con intermediario o va directamente a los mercados locales del sector

- 22) ¿A qué precio usted comercializa el plátano verde?
- 23) ¿Aproximadamente cuál es su ganancia neta después de comercializar el plátano verde?
- 24) Los precios que son establecido por el MAGAP le favorecen a usted como productor
- 25) Usted en algún momento ha pensado en realizar algún préstamo que otorga el MAGAP
- 26) ¿Cuáles fueron los problemas o las trabas que Banco de Fomento ha generado al momento de aplicar un préstamo?
- 27) ¿Usted tiene el seguro campesino que otorga el gobierno?

Anexo 5: Cronograma de Actividades

Actividades	Meses						
	1	2	3	4	5	6	7
Realización de tema como propuesta de investigación.							
Elaboración del perfil de la investigación.							
Aprobación de la propuesta de estudio.							
Estudio del proyecto puesto en análisis							
Planificación de las bases Científica y Estado de Arte.							
Elaboración de capítulo I							
Revisión del capítulo I							
Elaboración del capítulo 2							
Utilización de modelo Metodológico y Resultados							
Corrección y revisión del estudio final (resultados, conclusiones y recomendaciones).							
Sustentación Final del Estudio							

Fuente y Elaborado por: La autora, 2022

APÉNDICES

Apéndice 1: Matriz FODA

OPORTUNIDADES	AMENAZAS	DEBILIDADES	FORTALEZAS
Crecimiento del Mercado del Plátano	Cambio de Tipo de Cambio	Estabilidad Económica del País	Bajos Costos de Materia Prima.
Firma de Tratado de Libre Comercio	Cambios Climatológicos	Escaso Conocimiento de la Plantación	Producto sin conservantes químicos, manteniendo un sabor agradable, fresco
Tendencia de Consumir este Producto	Enfermedades del Cultivo	Limitada Investigación y Asistencia Técnica	Es un producto de primera necesidad por lo que su consumo está asegurado por parte de los clientes
Crecimiento de la Población Mundial	Aumento Inesperado de la Inflación	Producto Perecible	Bajos costos de materia prima.

Elaborado por: La autora, 2022.

Apéndice 2: Mercado objetivo

Año	Población Guayaquil	Mercado Objetivo por			
		Mercado objetivo Demanda	Demanda de racimo de plátano verde	racima de plátano verde oferta	Oferta de racimo de plátano verde
2022	2.644.891	1851424	5397409	370285	47000
2023	2716303	1901412	5519930	380282	49350
2024	2777963	1944574	5645233	388915	50337
2025	2841023	1988716	5773379	397743	51344
2026	2905514	2033860	5904435	406772	52371
2027	2971469	2080029	6038466	416006	53418

Elaborado por: La autora, 2022

Apéndice 3: Estudio pre inversión

	Monto
	\$10.800,0
Gasto de gestión	0
	\$10.000,
Instalación y Montaje	0
Asistencia Técnica	\$800,00
Total	
Gasto de Organización para una Asociación	\$ 1.000,00
	\$1.000,0
Asesoría, Registro de formación, otros	0
	\$11.800,0
Total, de Estudio Pre Inversión	0

Elaborado por: La autora, 2022

Apéndice 4: Depreciación de Activo Fijo

Depreciación											
Activo Fijo	Valor	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Equipo y Maquinaria	\$45.862,00	\$4.586,20	\$4.586,20	\$4.586,20	\$4.586,20	\$4.586,20	\$4.586,20	\$4.586,20	\$4.586,20	\$4.586,20	\$4.586,20
Equipo de Oficina	\$ 2.010,00	\$ 201,00	\$ 201,00	\$ 201,00	\$ 201,00	\$ 201,00	\$ 201,00	\$ 201,00	\$ 201,00	\$ 201,00	\$ 201,00
Obra Civiles	\$ 1.500,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Total	\$49.372,00	\$4.937,20									

Elaborado por: La autora, 2022

Apéndice 5: Depreciación Inversión Diferida

		Amortización						
Inversión		2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Diferida	Valor							
Estudio pre-								
Inversión	\$11.800,00	\$1.685,71	\$1.685,71	\$1.685,71	\$1.685,71	\$1.685,71	\$1.685,71	\$1.685,71

Elaborado por: La autora, 2022

Apéndice 6: Materia Prima

MATERIA PRIMA				
Ureas	5	\$ 30,00	\$150,00	\$ 450,00
Fertilizante	5	\$ 25,00	\$ 125,00	\$ 375,00
Abono	8	\$ 25,00	\$200,00	\$ 600,00
Funda Plátano	1000	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Plaguicida	15	\$ 25,00	\$ 375,00	\$ 4.500,00
Total			\$ 900,00	\$ 6.525,00
Desembolso Diverso				
Energía Eléctrica	1	\$150,00	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Agua		\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Teléfono/Internet		\$40,00	\$ 40,00	\$ 480,00
Total			\$ 220,00	\$ 2.640,00

Elaborado por: La autora, 2022

Apéndice 7: Punto de equilibrio

Punto de Equilibrio

Ingresos por año	
Precio de venta por racimos	\$2,00
Total, de racimos de verde por año	47500,00
Ventas proyectadas	\$95.000,00
Beneficio anual	
Ingresos	\$95.000,00
Egresos	\$94.817,00
Beneficio esperado	\$183,00
Punto de equilibrio	
Costo fijo	\$40.217,20
Precio de venta unitario	\$2,00
Costo variable unitario	\$0,95
Punto de equilibrio unidades	38302

Elaborado por: la autora, 2022

Apéndice 8: Amortización préstamo

Año	Saldo		Abono de		Saldo Final
	Inicial	Cuota Fija	Interés	Capital	
0					\$ 52.372,00
2022	\$ 52.372,00	\$8.275,91	\$4.881,07	\$3.394,84	\$48.977,16
2023	\$48.977,16	\$8.275,91	\$4.564,67	\$3.711,24	\$45.265,91
2024	\$ 45.265,91	\$8.275,91	\$4.218,78	\$4.057,13	\$41.208,78
2025	\$ 41.208,78	\$8.275,91	\$3.840,66	\$4.435,25	\$36.773,53
2026	\$36.773,53	\$8.275,91	\$3.427,29	\$4.848,62	\$31.924,91
2027	\$31.924,91	\$8.275,91	\$2.975,40	\$5.300,51	\$26.624,40
2028	\$26.624,40	\$8.275,91	\$2.481,39	\$5.794,52	\$20.829,88
2029	\$20.829,88	\$8.275,91	\$1.941,34	\$6.334,57	\$14.495,31
2030	\$14.495,31	\$8.275,91	\$1.350,96	\$6.924,95	\$7.570,36
2031	\$7.570,36	\$8.275,91	\$705,56	\$7.570,36	\$ 0,00

Elaborado por: La autora, 2022

Apéndice 9: Estado de Resultado

Año	1	2	3	4	5	6
Ventas	\$95.000,00	\$97.375,00	\$104.797,35	\$108.968,90	\$113.794,66	\$117.690,14
Costos	\$64.022,20	\$64.662,42	\$ 66.602,29	\$ 68.600,36	\$ 70.658,37	\$72.778,13
Utilidad Bruta	\$30.977,80	\$32.712,58	\$38.195,06	\$ 40.368,53	\$ 43.136,29	\$44.912,02
Gasto						
Sueldo y salario	\$24.480,00	\$24.847,20	\$ 25.219,91	\$ 25.598,21	\$ 25.982,18	\$26.371,91
Amortización	\$ 1.685,71	\$ 1.685,71	\$ 1.685,71	\$1.685,71	\$1.685,71	\$ 1.685,71
Depreciación	\$ 4.937,20	\$ 4.937,20	\$4.937,20	\$4.937,20	\$4.937,20	\$4.937,20
Servicio Básico	\$ 2.640,00	\$ 2.679,60	\$2.719,79	\$2.760,59	\$2.802,00	\$2.844,03
Interés Pagado	\$4.881,07	\$4.564,67	\$4.218,78	\$3.840,66	\$3.427,29	\$2.975,40
Total de gasto Operativo	\$38.623,98	\$38.714,39	\$ 38.781,40	\$38.822,37	\$38.834,39	\$38.814,26
Utilidad Operativa	\$ 7.646,18	\$ 6.001,81	\$ 586,34	\$1.546,16	\$4.301,90	\$6.097,76
Participación a						
Trabajadores 15%	\$ 1.146,93	\$ 900,27	\$ 87,95	\$ 231,92	\$645,28	\$ 914,66
Utilidad ante de Impuesto	\$ 8.793,11	\$6.902,08	\$ 498,39	\$1.314,24	\$3.656,61	\$5.183,10
Impuesto a la Renta	\$ 1.934,48	\$ 1.518,46	\$ 109,65	\$ 289,13	\$ 804,46	\$ 1.140,28

Utilidad después de

Impuesto

\$10.727,60

\$ 8.420,54

\$388,75

\$ 1.025,10

\$ 2.852,16

\$ 4.042,81

Reserva Legal

\$38,87

\$ 102,51

\$ 285,22

\$ 404,28

Utilidad Neta

\$10.727,60

\$ 8.420,54

\$349,87

\$922,59

\$2.566,94

\$3.638,53

Elaborado por: La autora, 2022

Apéndice 10: Flujo de caja para los accionistas

Detalle	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingreso por Venta	\$ 95.000,00	\$97.375,00	\$ 104.797,35	\$108.968,90	\$113.794,66	\$ 117.690,14	\$120.279,33	\$122.949,53	\$125.715,89	\$128.582,21
Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$ -
Ingresos Totales	\$ 95.000,00	\$97.375,00	\$ 104.797,35	\$108.968,90	\$113.794,66	\$117.690,14	\$120.279,33	\$122.949,53	\$125.715,89	\$128.582,21
Costo Variables	\$23.805,00	\$24.162,08	\$ 24.524,51	\$ 24.892,37	\$ 25.265,76	\$ 25.644,75	\$26.029,42	\$ 26.419,86	\$ 26.816,16	\$ 27.218,40
Costo Fijos	\$ 40.217,20	\$40.820,46	\$ 41.432,76	\$ 42.054,26	\$42.685,07	\$ 43.325,35	\$43.975,23	\$ 44.634,85	\$45.304,38	\$ 45.983,94
Interés Prestamos	\$ -	\$ -	\$ -	\$-	\$ -	\$ -	\$-	\$-	\$-	\$-
Depreciación	\$ 4.937,20	\$ 4.937,20	\$ 4.937,20	\$4.937,20	\$ 4.937,20	\$ 4.937,20	\$4.937,20	\$ 4.937,20	\$ 4.937,20	\$ 4.937,20
Amortización	\$ 1.685,71	\$1.685,71	\$ 1.685,71	\$1.685,71	\$1.685,71	\$ 1.685,71	\$1.685,71	\$ 1.685,71	\$1.685,71	\$ 1.685,71
Egresos Totales	\$ 70.645,11	\$71.605,45	\$72.580,19	\$73.569,54	\$74.573,74	\$75.593,01	\$76.627,56	\$77.677,63	\$78.743,45	\$79.825,26
Utilidad Operacional	\$ 24.354,89	\$25.769,55	\$ 32.217,16	\$35.399,35	\$ 39.220,92	\$ 42.097,14	\$ 43.651,77	\$45.271,90	\$46.972,44	\$48.756,96
15% de Participación										
Trabajadores	\$ 3.653,23	\$ 3.865,43	\$ 4.832,57	\$5.309,90	\$ 5.883,14	\$ 6.314,57	\$ 6.547,77	\$6.790,78	\$7.045,87	\$7.313,54
Utilidad ante de										
Impuesto	\$ 20.701,65	\$21.904,12	\$ 27.384,59	\$30.089,45	\$33.337,78	\$35.782,57	\$37.104,00	\$38.481,11	\$39.926,58	\$41.443,41
Impuesto Renta	\$ 4.554,36	\$ 4.818,91	\$ 6.024,61	\$ 6.619,68	\$7.334,31	\$7.872,16	\$8.162,88	\$8.465,85	\$8.783,85	\$9.117,55
Utilidad Neta	\$16.147,29	\$17.085,21	\$21.359,98	\$23.469,77	\$26.003,47	\$27.910,40	\$28.941,12	\$30.015,27	\$31.142,73	\$32.325,86
Depreciación	\$4.937,20	\$4.937,20	\$4.937,20	\$4.937,20	\$4.937,20	\$ 4.937,20	\$4.937,20	\$4.937,20	\$4.937,20	\$4.937,20
Amortización	\$1.685,71	\$1.685,71	\$1.685,71	\$1.685,71	\$1.685,71	\$1.685,71	\$1.685,71	\$1.685,71	\$1.685,71	\$1.685,71
Inversión Inicial	\$48.000,00									
Inversión de										
Reemplazo										
Inversión de Capital										
de Trabajo	\$ -	\$ -	\$-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$-	\$ -	\$-
Préstamo Bancario										\$52.372,00

Amortización de la											
Deuda		\$3.394,84	\$3.711,24	\$4.057,13	\$4.435,25	\$4.848,62	\$5.300,51	\$5.794,52	\$6.334,57	\$6.924,95	\$7.570,36
Valor Residual											\$52.372,00
Flujo de Caja	\$48.000,00	\$19.375,36	\$19.996,89	\$23.925,76	\$25.657,43	\$27.777,76	\$29.232,80	\$29.769,52	\$30.303,61	\$30.840,69	\$31.378,42
Flujo de Caja											
Acumula		\$9.375,36	\$39.372,25	\$63.298,01	\$88.955,44	\$116.733,20	\$145.966,00	\$175.735,52	\$206.039,13	\$236.879,83	\$268.258,25

Elaborado por: La autora, 2022

Apéndice 11: Encuesta a los productores del recinto la Inmaculada



