



UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR

**FACULTAD DE ECONOMÍA AGRICOLA
CARRERA DE ECONOMÍA AGRÍCOLA**

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

**PLAN DE EXPORTACIÓN PARA LA COMERCIALIZACION DE
BANANO DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES
AGRÍCOLAS "LOS CHIRIJOS" HACIA ALEMANIA**

MARIA ELENA REINOSO RENTERIA

GUAYAQUIL, ECUADOR

2022

**UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ECONOMIA AGRÍCOLA**

CERTIFICACIÓN

El suscrito, docente de la Universidad Agraria del Ecuador, en mi calidad de director **CERTIFICO QUE:** he revisado el trabajo de titulación, denominada: **PLAN DE EXPORTACIÓN PARA LA COMERCIALIZACION DE BANANO DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGRÍCOLAS “LOS CHIRIJOS” HACIA ALEMANIA**, el mismo que ha sido elaborado y presentado por la estudiante, **María Elena Reinoso Rentería**; quien cumple con los requisitos técnicos y legales exigidos por la Universidad Agraria del Ecuador para este tipo de estudios.

Atentamente,

ING. CARLOS GRANIZO

Guayaquil, .17 de Febrero 2022

**UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ECONOMIA AGRÍCOLA**

TEMA

**PLAN DE EXPORTACIÓN PARA LA COMERCIALIZACION DE BANANO DE
LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGRÍCOLAS "LOS CHIRIJOS" HACIA
ALEMANIA**

AUTORA

MARÍA ELENA REINOSO RENTERÍA

TRABAJO DE TITULACIÓN

**APROBADA Y PRESENTADA AL CONSEJO DE PREGRADO
COMO REQUISITO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**

ECONOMISTA AGRÍCOLA

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lcda. Tannia Acosta Chávez MSc

PRESIDENTE

Econ. Marjorie Alvarado Ortiz MSc

EXAMINADOR PRINCIPAL

Lcda. Rosa Dicado Cirino MSc.

EXAMINADOR PRINCIPAL

Ing. Carlos Granizo Cabrera MSc.

EXAMINADOR SUPLENTE

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme salud, sabiduría y perseverancia para poder alcanzar mis objetivos y no decaer en el camino. A mi mamá Narcisa Rentería y a mi papá Alberto Reinoso que es el pilar fundamental en mi vida, gracias a su guía, amor, apoyo y dedicación entregado ha sabido formar la mujer que hoy soy con virtudes y valores enseñados en el seno del hogar. A los docentes de la Universidad Agraria del Ecuador por brindarme sus conocimientos y experiencia de su vida profesional. Mi gratitud al tutor de tesis Ing. Carlos Granizo por su paciencia y constancia para salir adelante con el proyecto a pesar de los aprietos que se pudo encontrar. Por último y no menos importante a mis amigos que han estado junto a mí ofreciéndome su amistad incondicional.

DEDICATORIA

El presente Trabajo de Titulación se lo dedico a dos personas muy importantes que son un ejemplo por seguir en mi camino, a mi mama Narcisa Rentería y a mi papá Alberto Reinoso los cuales confía en que siempre lograré mis propósitos brindándome su apoyo incondicional, y a mi hijo Sebastián Reinoso me han enseñado que el amor a las personas se lo demuestra con hechos, por ello con esta investigación la cual representa todos los años de estudio te expreso lo mucho que los amo.

RESPONSABILIDAD

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

María Elena Reinoso Rentería

CI:0942487489

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo fue proponer la exportación para la comercialización de banano de la Asociación De Productores Agrícolas "Los Chirijos" hacia Alemania. Se desarrolló una investigación al objeto de estudio, donde se entrevistó una muestra comprendida por 15 individuos, con el fin de identificar los, preferencias y aceptación de la exportación de los productos agrícolas. Por otra parte, se elaboró investigación sobre la caracterización del mercado para comercializar hacia Alemania conocer que requisitos se necesita para que el producto pueda ser exportado, además se analizó la situación actual de la asociación de productores agrícolas "Los Chirijos" donde se estableció que cuentan con recursos para la producción, pero es necesario adquiere nuevos para un mejor proceso. Se comprobó la viabilidad financiera, la investigación presento un VAN es de \$700,464.70 y la TIR es de 73.86%, mostrando que el proyecto es rentable.

Palabras clave: *banano, rentabilidad financiera, exportación, productores, mercado internacional.*

SUMMARY

The objective of this paper was to propose the export for the commercialization of bananas of the Association of Agricultural Producers Los Chirijos to Germany. A study was carried out in which a sample comprising 15 individuals was interviewed in order to identify the preferences and acceptance of the export of agricultural products. On the other hand, research was carried out on the characterization of the market to market to Germany to know what requirements are needed for the product to be exported, in addition the current situation of the association of agricultural producers "Los Chirijos" was analyzed where it was established that they have resources for production but it is necessary to acquire new ones for a better process. The financial viability was verified, the investigation presented a NPV is \$700,464.70 and the IRR is 73.86%, showing that the project is profitable.

Keywords: *bananas, financial profitability, export, producers, international market.*

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	1
Caracterización del Tema.....	1
Planteamiento de la Situación Problemática.....	1
Justificación e Importancia del Estudio	2
Delimitación del Problema	3
Formulación del Problema.....	3
Objetivos.....	3
Objetivo General.....	3
Objetivos Específicos	3
Hipótesis o Idea a Defender	4
Aporte Teórico o Conceptual	4
Aplicación Práctica.....	4
CAPÍTULO 1	5
MARCO TEÓRICO.....	5
1.1 Estado del Arte	5
1.2 Bases Científicas y Teóricas de la Temática.....	9
CAPÍTULO 2	25
ASPECTOS METODOLÓGICOS	25
2.1 Métodos.....	25
2.2. Variables	28
2.3. Población y Muestra	28
2.4 Técnicas de Recolección de Datos	28
2.5 Estadística Descriptiva e Inferencial	29
2.6 Cronograma de Actividades	29
RESULTADOS.....	30
DISCUSIÓN.....	68
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	70
RECOMENDACIONES:.....	71
BIBLIOGRAFÍA CITADA.....	72
ANEXOS.....	78
APÉNDICES.....	83

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1: Operacionalización de las variables.....	78
Anexo N° 2: Modelos de entrevistas.....	79
Anexo N° 3: Cronograma de Actividades	82

ÍNDICE DE APÉNDICES

Apéndice N° 1: Inversión de Activos	83
Apéndice N° 2: Tabla de amortización	84
Apéndice N° 3: Costo de producción	86
Apéndice N° 4: Gastos de materiales de campo y exportación	87
Apéndice N° 5: Estado de situación financiera	88
Apéndice N° 6: Estado de resultados.....	89
Apéndice N° 7: Estado de flujo de efectivo	90

INTRODUCCIÓN

Caracterización del Tema

El desarrollo de este trabajo se enfoca en la creación de un plan de exportación de banano hacia Alemania, lo que implica llevar a cabo una serie de procedimientos y requisitos en los que la fruta expuesta tendrá un valor significativo, así como la marca y la calidad a la que estará expuesta y, más que nada, certificada ante organizaciones internacionales, favoreciendo la contribución al cambio de divisas y el cambio de vida en los agricultores (Cadena, 2016).

La agroindustria es uno de sectores importantes para el desarrollo, debido a que esta genera varios efectos macroeconómicos como la creación de puestos de trabajo, la contribución al sector industrial y el ingreso de divisas por exportaciones de productos procesados en base a bienes agrícolas tradicionales por lo cual, Ecuador es un país de extrema riqueza agrícola, sin embargo su industria no tiene o no ha tenido el suficiente impulso para que se fortalezca y resista los ataques de la apertura de mercados y los planes de globalización, provocando lógicamente el cierre de empresas por déficit operacional, desencadenando un sin fin de despidos que solo agudizan la problemática de la falta de empleo en el Ecuador (Mendoza & Guerrero, 2019).

El presente proyecto de investigación busca realizar un análisis que permita ayudar a los productores de banano a mejorar su comercialización ante mercado externo. Por lo cual hay un aporte socio económico a La Asociación de Productores Agrícolas “Los Chirijos”, para mejorar su calidad de vida; a través de un minucioso levantamiento de información para conocer las necesidades que requieren los agricultores, para la comercialización de banano.

Planteamiento de la Situación Problemática

Una de las principales problemáticas es la forma empírica del manejo de procesos administrativos, dado que no cuentan con las cuatro fases básicas importantes que son: planeación, dirección, organización y control, además de carecer de una correcta utilización de los recursos y del talento humano.

El desconocimiento de la elaboración de planes para la exportación del banano hacia Alemania, han impedido que La Asociación de Productores Agrícolas “Los Chirijos” pueda mantener un crecimiento acelerado, a pesar de que sus cosechas representan un producto de calidad que puede ser explotado en el mercado internacional.

El crecimiento de las exportaciones en el 2019 se desaceleró, ya que las ventas internacionales crecieron, pero en menor magnitud; de enero a noviembre de 2019 se ubicaron en 322,75 millones de cajas, un 1,67% mayor con relación a lo exportado en 2018 en el mismo periodo; pero la cifra está por debajo del incremento en 2018 (6,79%), en relación a 2017 (2,64%). Esto debido a la reducción de compra de mercados importantes como la UE, Cono Sur, Rusia, y también por la baja de la producción de banano afectada por inundaciones en el invierno y en el verano por el frío (Ekos, 2020).

La Asociación de Productores Agrícolas “Los Chirijos” de continuar con el mismo sistema que ha venido realizando hasta ahora, perjudicaría los pequeños productores, porque se verá reflejado en la economía de ellos al no poder solventar sus gastos, al no recibir el pago oficial de cada caja, que es comercializado por intermediario, lo que ocasionaría que sus productos podrían tener un bajo nivel de producción y por consiguiente afectaría al desarrollo económico de los productores.

Justificación e Importancia del Estudio

El motivo de esta investigación es que La Asociación de Productores Agrícolas “Los Chirijos” tenga un mejoramiento organizacional, una adecuada planificación para la comercialización de banano al exterior, con el cual ayudará a que La Asociación de Productores Agrícolas “Los Chirijos” exporte sus productos al mercado de Alemania, con la finalidad de potenciar su producción y atender correctamente las necesidades de los agricultores visto que ellos necesitan progresar y que su economía mejore.

La Parroquia Mariscal Sucre, cuenta con una excelente ubicación geográfica y buen clima, haciendo posible que se cultive una variedad de

productos agrícolas, como el banano, que es una fruta de buen sabor que tiene propiedades nutricionales, estos atributos han despertado el interés internacional.

La Unión Europea es uno de los principales consumidores de banano fresco, por esto, siendo una oportunidad para que La Asociación de Productores Agrícolas "Los Chirijos" ponga en marcha un Plan de Negocios que permita aumentar la exportación del banano al mercado de Alemania, aprovechando los cultivos de esos agricultores, además de generar divisas y mejorar la calidad de vida de los mismos.

Delimitación del Problema

La delimitación del presente proyecto de titulación se presenta a continuación, a un plan de exportación para la comercialización de banano hacia Alemania. En la Asociación de Productores Agrícolas "Los Chirijos", que está ubicado Provincia del Guayas, Cantón Milagro, Parroquia Mariscal Sucre,

Formulación del Problema

¿Elaborar un plan de exportación para mejorar la comercialización de banano de La Asociación de Productores Agrícolas "Los Chirijos" hacia Alemania es viable?

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un plan de exportación para la comercialización de banano de la Asociación de productores agrícolas "Los Chirijos" hacia Alemania.

Objetivos Específicos

- Desarrollar una investigación sobre la caracterización del mercado para comercializar hacia Alemania.
- Analizar la situación actual de la asociación de productores agrícolas "Los Chirijos".
- Evaluar la viabilidad financiera de la exportación de banano hacia Alemania.

Hipótesis o Idea a Defender

Existen condiciones favorables para exportar banano hacia Alemania por parte de los productores de banano de la Asociación de productores agrícola “Los Chirijos”.

Aporte Teórico o Conceptual

El desarrollo del presente trabajo de investigación permitirá realizar un análisis de mercado, sobre la importancia del banano y su aporte en nuestro país, un efecto clave de este proyecto es realizar un levantamiento de información sobre los sistemas de distribución que utiliza la competencia ante la exportación de banano a la Unión Europea en comparación a nuestros mercados ecuatoriano.

A través del análisis de mercado que se llevará a cabo y de acuerdo con el objetivo planteado en este estudio, para el logro de este proyecto se aplicarán estrategias competitivas y de marketing para contar con las expectativas de los clientes.

Cabe mencionar que toda asociación agrícola sea pequeña o grande debe contar con un plan de marketing, donde la estrategia o el camino a seguir para lograr una comercialización exitosa esté estructurada y planificada, tanto administrativa como financieramente. Es precisamente a través de la planificación que cada vez más empresas logran ingresar con éxito al comercio nacional. El plan de marketing es una herramienta que facilita al empresario prever riesgos, identificar oportunidades y establecer estrategias. Del mismo modo, facilita la toma de decisiones basadas en información para el emprendedor.

Aplicación Práctica

Dentro del trabajo investigativo se podrá conocer los procedimientos que nuestro país maneja para la exportación, así como las exigencias que imponen el mercado de Alemania. Esta investigación aportará tanto económica como socialmente, porque fortalecerá a los sectores productivos de la parroquia Mariscal Sucre, específicamente la Asociación de Productores Agrícola del cantón Milagro “Los Chirijos”, con indicadores que permitan establecer de una forma razonable el plan de exportación.

CAPÍTULO 1

MARCO TEÓRICO

1.1 Estado del Arte

El primer estudio al destacar por Durán (2018), desde un punto de vista teórico sobre un “Plan de negocios para la exportación de banano ecuatoriano hacia el Medio Oriente (Dubái, Emiratos Árabes Unidos)”. Actualmente en Europa, que es el principal destino de las exportaciones de banano, existe una gran competencia por el suministro de banano. Como resultado, se están buscando nuevos mercados para la exportación de frutas, como el Medio Oriente, donde ha habido un aumento significativo en las importaciones de banano de Ecuador. El objetivo principal del proyecto es demostrar la rentabilidad para una empresa exportadora mientras se implementa un plan para exportar bananas ecuatorianas a los Emiratos Árabes Unidos en el Medio Oriente. Con este trabajo se puede observar que los Emiratos Árabes Unidos es un buen mercado para exportar el banano que produce la Asociación objeto de estudio.

Se encontró un estudio sobre un Plan de negocio de la empresa VIESFRUT S.A. dirigida al proceso de exportación de banano a Rotterdam – Holanda. En Ecuador los productores de banano implementan muy poco el proceso de exportación dentro de las actividades de sus empresas debido a los altos costos de transacción que incurre la exportación, como son el pago por uso de puertos, fletes, y los aranceles fijados por los países extranjeros, lo cual disminuye la rentabilidad económica. Esto genera que los productores vendan su producción a los intermediarios (exportadores) ya establecidos, quienes se aprovechan a veces de la condición de poco poder de negociación de los productores y fijan precios menores a los que se paga en el mercado. Por medio de la implementación del proceso de exportación en la empresa que produce banano en grandes volúmenes en Naranjal – Guayas. Se exportará este producto a compradores potenciales en Rotterdam a Holanda. El mercado holandés es otro mercado potencial donde se exporta la fruta fresca, siendo el estado en el cual la Asociación de productores tiene como meta exportar banano (Viteri, 2017).

Un trabajo enfocado a La producción de banano bajo el sistema de comercio justo: un análisis del caso ecuatoriano. El comercio justo también se asocia con menos insumos y el uso de tecnologías que tienen un menor impacto ambiental. La nueva crisis económica, que se inicia durante este período en el país por la caída de los precios del petróleo, genera teorías relacionadas con la adicción. La producción de banano se consolidó en la década de 1950, convirtiéndose en el primer producto de exportación del país en reemplazar el cacao y el arroz. A diferencia del cacao, los bananos han traspasado los límites de la agricultura con la introducción de fincas pequeñas y medianas. Según la Asociación Ecuatoriana de Exportadores de Banano, en el país existen 6.950 Unidades Productivas Agropecuarias (UPAs) dedicadas a la producción de banano, de éstas, 3.705 tienen superficies comprendidas entre 1 y 10 ha, 2.265 abarcan superficies entre 11 y 50 hectáreas y 980 productores cuentan con superficies mayores a 50 hectáreas. Es decir, los pequeños y medianos productores representan el 85% del total de productores, pero en contraste controlan solamente el 38% de la superficie cultivada del banano en el país.

Un estudio sobre un Plan De Negocio Para La Exportación De Harina De Plátano Hacia Hamburgo – Alemania. El presente trabajo pretende resolver la necesidad de las personas de consumir productos saludables, que no afecten a su salud. Por esta razón se busca dar a conocer un producto elaborado de una manera orgánica sin componentes ni aditivos en primera instancia, y para ello, brindaremos un producto auténtico, que refleje la nobleza y pureza de la harina elaborada con los plátanos seleccionadas y producido en el territorio nacional con la mejor calidad y nivel de satisfacción. Se llevó un sistema de control, que permitió garantizar que los clientes reciban siempre nuestro producto con el mismo sabor y calidad. Por otro lado, el mercado potencial de la empresa se ha estimado en 1.814.597 personas con una participación del 76.10 %. La inversión será de un 51.93 %, la misma que se recuperará en el cuarto año del proyecto.

De la misma manera Hernández J. (2016). Los bajos precios de la caja de banano convencional, provocados por su excesiva oferta mundial, que se ve afectada en determinados meses del año en que baja la demanda internacional, Sin embargo, la gran apertura de los mercados internacionales garantiza un

precio estable por su fruta durante todo el año, sin límites de 36 cupos a sus exportaciones, son los principales factores que inciden en los productores a incursionar en este tipo de cultivo, conclusión del presente trabajo, se determina que la hipótesis planteada se cumple al demostrar que la producción de banano orgánico certificado es una alternativa para la diversificación de la oferta exportable de la provincia de El Oro, análisis realizado a través del enfoque de tres puntos dirimentes, como respuesta a los objetivos específicos planteados, consistentes en la situación actual de la oferta exportable de banano orgánico certificado en la provincia de El Oro, los factores que inciden para motivar el cambio de cultivo en los productores; y, los mercados de destino existentes.

En cuanto a las políticas comerciales del Ecuador con respecto a la exportación de banano, se realizó un estudio en el año 2017. Nuestro país, el banano es una de las frutas más importantes y reconocidas a nivel mundial por el sabor que lo identifica, por lo que conocer las principales políticas comerciales que promuevan su desarrollo, es de suma importancia. El describir las características de las políticas comerciales, sirve como análisis para la toma de decisiones que realizan los gobiernos de turno, por lo cual el estudio de los bienes y servicios que son exportables deben mostrar cuales son las falencias, con el fin de buscar las estrategias para mejorar la calidad de los mismos. La aplicación de normativas relacionadas con las políticas comerciales en una nación permite el equilibrio dentro y fuera del país, sobre las transacciones realizadas. Por ello el banano se encuentra con mayor fortalecimiento legal e institucional, ya que presenta un orden en los organismos del Ecuador con el mundo. En los últimos años se presentan diferentes instituciones en apoyo al desarrollo productivo y comercial de las frutas para la debida exportación (Gonzabay, 2017).

El “Análisis de la Variación de las Exportaciones de Banano de Ecuador hacia sus Principales Socios Comerciales”, se ha logrado constatar que los principales importadores de banano ecuatoriano son Rusia, Estados Unidos e Italia, los cuales han mantenido una excelente relación comercial con nuestro país. Luego de analizar a cada uno de estos países, se ha logrado determinar que el clima, la ubicación geográfica, los altos costos de exportación, la falta de acuerdos comerciales y la presencia de plagas en nuestro país, fueron los

principales factores que ocasionaron la disminución de las exportaciones de banano hacia estos países durante el periodo estudiado. Se determinó que nuestra competencia más directa es Costa Rica y Colombia, con respecto a las exportaciones de banano hacia los mercados tradicionales: Estados Unidos y la Unión Europea. De la misma manera se pudo comprobar que uno de los mercados potenciales para introducir nuestra fruta con mayor fuerza es China, debido a su gran cantidad de habitantes y a su interés por frutas que aportan nutrientes para el cuidado de la salud, y los Emiratos Árabes Unidos y Libia, por tener una gran capacidad de importación pues los dos son países petroleros.

Un trabajo realizado por Martínez (2020), sobre Asociatividad de los pequeños productores de banano y sus perspectivas de exportación, cantón la Troncal.” Su producción es distribuida directamente a intermediarios de la zona los mismos que cuentan con transporte terrestre de su propiedad para el traslado de la producción y que a la vez es revendida a empresas exportadoras. Las encuestas a los administradores de las bananeras del sitio Manuel J. Calle dando como resultado que las bananeras mantienen bajos niveles de rentabilidad porque su producción es vendida a intermediarios y es por ello que se generan pérdidas referentes al reconcomiendo del productor bananero, sus bajos niveles de ingresos, sus precios desestimados y la poca participación en el mercado internacional.

De la misma manera Urgilés (2016) se enfocó en realizar un Proyecto de factibilidad para la exportación de banano deshidratado al mercado ruso, período 2014-2023. En este proyecto, se planteó por la necesidad que tiene la población de Rusia de consumir banano, sin embargo, al ser un producto predecible, requiere de una cadena logística de frío para poder mantener sus características hasta llegar al consumidor final. La propuesta del proyecto plantea la exportación de banano deshidratado, el mismo que mantiene las propiedades nutricionales de la fruta fresca, sin embargo, al tener un proceso de conservación permite al consumidor tener un mejor acceso al producto. A pesar de que Rusia en los últimos años ha disminuido el volumen de compra de banano, mantiene una demanda insatisfecha. El mercado ruso de acuerdo a este estudio es una alternativa para comercializar el banano que produce los productores de la

Asociación Los Chirijos, sin embargo, la forma de incursión en este mercado es a través del procesamiento de la fruta.

Continuando con la recopilación de información, un trabajo sobre un Plan de negocios de exportación de snacks a base de plátano (chifles) a lajeado (RS-Brasil) en 2015, elaborado por Cerón (2015). El presente plan ayudó a conocer los diferentes procesos de exportación, logística, costos, mercado internacional (Lajeado), producción nacional entre otros para posteriormente poner en práctica la exportación de chifles. El 100 % de las personas entrevistadas en el focus group, desconocía el plátano o banana salada y su reacción fue de asombro al escuchar que el chifle es producido a base de dicha materia prima. En Río Grande del Sur el precio de los snacks está en el promedio de USD 1,99 en una presentación y características similares a la de los chifles que se desea exportar. En el caso de la exportación de los chifles, el beneficio empieza desde el productor, vendiendo su producto a un precio justo, seguido el exportador que realiza su trabajo investigativo, logístico y administrativo con la justa contraprestación económica.

1.2 Bases Científicas y Teóricas de la Temática.

La estructura de exportación según Salazar & Cioppo (2015) en la actividad bananera está sujeta a dos temporadas conocidas como Alta y Baja. Los mercados tradicionales de los destinos de exportación ecuatorianos (Estados Unidos, Unión Europea y Rusia) históricamente son conocidos por su alta demanda en los meses de enero a abril y entre octubre a diciembre, debido a las condiciones climáticas, el transporte y las condiciones en general demandan mayor cantidad de fruta y como en esta etapa todos los países productores de Centro y Sudamérica su producción disminuye, la demanda es mayor que la oferta y el precio sube. Sin embargo, presenta una disminución de la demanda en los meses de verano (junio, julio, agosto y septiembre incluidos festivos) y una mayor participación en estos mercados de otros países productores-exportadores (aumento de la producción en Centroamérica por factores climáticos), y también a la aparición de frutos autóctonos, generando bajadas en los precios internacionales.

Como hay menor demanda en los mercados tradicionales en el verano, gran parte del banano se exporta pero con precios por debajo del precio mínimo de sostenimiento del PMS, llegando incluso a los mismos mercados tradicionales, generando competencia desleal entre los exportadores ecuatorianos; pudiendo enviar dicha fruta a otros mercados de temporada que también demandan la fruta pero con precios más bajos como países del norte de África, Oriente Medio y determinados países de Europa del Este, pero que no pueden asistir porque la Ley vigente no lo permite, provocando por tanto dejar de exportar banano.

En el canal de banano fresco para exportación en Ecuador, intervienen los productores de banano establecidos en la Costa, principalmente en las provincias de Los Ríos, Guayas y El Oro; que venden el producto (por contrato), a las empresas comercializadoras (es decir, las uniones de productores de banano que comercializan localmente con exportadores y / o que exportan directamente la fruta); ya los exportadores (directamente o a través de operadores locales). El exportador lo vende al agente internacional (comerciante); y/o el importador; y/o el mayorista (madurador), y/o el supermercado. Este canal de comercialización se caracteriza por ser un oligopsonio, ya que hay una gran cantidad de productores, que en su gran parte son pequeños atomizados, y pocos exportadores, que están organizados (Baños, Patricia, 2017).

La gran mayoría de la fruta que se comercializa para la exportación se vende en términos de F.O.B., esto significa que los clientes extranjeros generalmente contratan fletes marítimos (un actor estratégico en la cadena de comercialización del banano). La comercialización internacional de banano, especialmente en la Unión Europea y Estados Unidos, se concentra en determinadas empresas transnacionales, que también operan en Ecuador, y debido a la desventaja geográfica del Ecuador y la normativa bananera vigente, no se encuentra en condiciones de negociar mejores oportunidades para el país, por lo que prácticamente compran en el país lo que no pueden completar en Centroamérica y Colombia.

De acuerdo a estudios sobre planes de negocios Coronel (2016), el comercio internacional es de fundamental importancia para todos los países en

general, es de esta forma que se pueden comercializar productos para satisfacer diversas necesidades de la sociedad. Hay varios puntos de vista sobre si tener una economía abierta al comercio internacional o una economía cerrada al mismo, es un dilema que se viene dando a nivel económico desde hace algunos años. Por eso en la política comercial de un país siempre habrá un dilema para promover el comercio internacional o restringirlo.

En cuanto a la política comercial, se refiere a las medidas que aplican los gobiernos para regular los flujos comerciales con el resto del mundo y determina el grado de contacto entre los productores y consumidores nacionales con los precios mundiales. El beneficio del comercio internacional consiste en el uso más eficiente de las fuerzas productivas del mundo (Grijalva, 2015).

La logística de exportación va a depender del tipo de incoterm que se utilice. De acuerdo a ProEcuador (2011), el incoterm a través del cual Ecuador acostumbra a hacer exportaciones es el FOB. En si los incoterms son reglas internacionales que fueron establecidas por la Cámara de Comercio Internacional. El término Franco a Bordo o conocido como FOB por su nombre en inglés Free on Board comprende aquel proceso de exportación en el que un vendedor o exportador asume los costos hasta que la mercancía es colocada en los buques que transportará la mercancía al puerto de destino (ProEcuador, 2018).

Según ProEcuador, la preparación de documentos para la exportación suele comenzar desde 205 USD con una duración de 3 días, el control aduanero en el puerto de salida es de 90 USD con una duración de un día, tramitación en puertos y terminales. \$ 420 por 2 días, terminando con el transporte en el puerto interno con un costo de \$600 y una duración de un día.

De acuerdo a la información proporcionada por ProEcuador, las estrategias de penetración en el mercado con una marca de certificación para el banano, se debe considerar la creciente demanda que tiene el mercado alemán para banano con certificación orgánica y de comercio justo.

Dentro del sector productivo privado del Ecuador, principalmente representado por FEDEXPOR2, han surgido iniciativas como la Agenda de Competitividad para el Desarrollo Exportador que pretenden establecer algunas bases para impulsar la producción nacional, la inversión empresarial nacional y extranjera y fomentar las exportaciones. Específicamente hablando del PLAN DE EXPORTACIÓN, este gremio plantea como una medida de carácter institucional establecer e implementar el Plan de Negocios para exportar el banano, por medio de la identificación oportuna de sus protagonistas, recursos y esfuerzos necesarios para mantener una actitud conciliadora entre la transformación de la matriz productiva, la generación de valor, y el incentivo a las exportaciones presentes y futuras (Cuenca, 2015).

Servicio Acreditación Ecuatoriana (SAE). Es un organismo estatal, cuya principal función es administrar y provisionar de bienes y/o servicios para los ciudadanos, así como también la Administración Pública Central e Institucional que practica las facultades de regulación, gestión y control personalidad jurídica propia, dotado de autonomía administrativa, operativa y financiera. Este organismo se encarga de garantizar que las instituciones certificadoras cumplan con todos los requisitos legales para poder constituirse como tal.

Barreras arancelarias, son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salida de las mercancías. Su objetivo principal es impedir o desalentar el ingreso de determinadas mercancías y/o servicios a un país. Cuanto más alto sea el monto de los aranceles de una mercancía, más difícil será que ingresen y compitan contra la producción nacional en un país, ya que ese arancel influirá en los precios de los productos importados (Décker & Ramón, 2016).

Impuestos aduaneros, son aquellos impuestos que gravan las operaciones que se realizan con ocasión del tránsito aduanero de mercancías. Los impuestos de mayor relevancia son los derechos de importación a continuación detallados y por orden de importancia: impuestos al valor agregado, impuestos especiales (sobre el alcohol y bebidas derivadas, sobre la cerveza, entre otros) y derechos menores como de almacenaje, de depósito, entre otros.

Intermediarios, se lo define como una institución o individuo que funciona como un nexo entre productores y consumidores, ya sea llegando a un acuerdo del que difieren las partes sin la adquisición del producto negociado o a su vez, adquiriendo el producto objeto de negociación asumiendo riesgos y responsabilidades.

Incoterms, son reglas que comprenden términos nacionales e internacionales, las cuales fueron establecidas por la Cámara de Comercio Internacional. Estas reglas tienen como fin facilitar negociaciones globales definiendo de forma prescrita las Obligaciones y derechos que asumirá el comprador (Importadores) y vendedor (Exportador). Estas describen tanto los costos, las tareas y los riesgos referentes a la mercancía que la empresa vendedora entrega a la empresa compradora cabe recalcar que para que un incoterm sea aplicable, debe especificarse en el contrato de compraventa.

Precio FOB, es un incoterm denominado “Free On Board” o “Libre a Bordo” a través del cual el vendedor se desliga de cualquier tipo de obligación una vez deje la mercancía negociada a bordo del buque en el puerto de origen, En algunos casos por solicitud del comprador, el vendedor tendrá que realizar la contratación del transporte, pero a riesgos y costos del comprador. La mercancía deberá ser entregada en el plazo acordado y en el caso de no acordarse un punto de carga específico, el vendedor estará en su derecho de elegir en qué punto de carga entregar la mercancía según su conveniencia.

Precio CIF, es un incoterm a través del cual el vendedor se obliga a contratar el transporte desde el punto de origen al de destino acordado existiendo en caso que haya un punto específico acordado dentro de la zona de destino para la mercancía. En este caso, es el vendedor el que se encarga de los riesgos y costos del transporte por una ruta y buque usual al que se utiliza para transportar dicha mercancía. Siendo el caso, el vendedor está obligado a contratar un seguro con cobertura mínima, es decir que debe cubrir como mínimo el precio establecido en el contrato más un 10%. Este seguro debe cubrir todo el tramo de la mercancía desde el punto de embarque hasta su desembarque.

Costo beneficio, se utiliza para tomar la mejor decisión a un problema a través de un conjunto de procedimientos analíticos enfocados en el establecimiento y selección de las posibles alternativas. El costo beneficio implica tomar decisiones sobre qué insumos, teniendo en cuenta aquellos que den el mejor resultado en el mejor tiempo y costo posible.

Logística, es el planeamiento y control de todas las actividades relacionadas con el suministro, fabricación y distribución de los bienes y servicios de una empresa.

Cadena de suministro, engloba los procesos de negocio, las personas, la organización, la tecnología y la infraestructura física que permite la transformación de materias primas en productos y servicios intermedios y terminados que son ofrecidos y distribuidos al consumidor para satisfacer su demanda.

Teoría de Estudio de Mercado

Según Kotler (1996): “La investigación de mercados es la planeación, recopilación y análisis de la información relevante para la toma de decisiones en las estrategias de marketing de las organizaciones”. De esta manera, la investigación de mercados vincula al consumidor, a los clientes y al público con el vendedor a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y debilidades del marketing utilizado por la empresa, es decir, para generar, refinar y evaluar las actividades de marketing para vigilar el comportamiento del mercado, en cuanto al número de unidades vendidas y el servicio posventa de la misma.

La investigación de mercados según Vargas (2020) es una poderosa herramienta que aporta respuestas sobre los problemas que están ocurriendo en el mercado, desempeñando un papel esencial en la esfera del comercio exterior, pues constituye la base sobre la cual la empresa puede establecer estrategias adecuadas y tomar decisiones correctas en cuanto a la colocación de los productos y servicios ofrecidos en el mercado para los clientes.

Con la globalización de la economía y los tratados de libre comercio entre los diferentes países que llevan a cabo procesos de exportación, es importante

realizar un estudio de mercado, el cual es parte del marketing que busca tomar las decisiones adecuadas que al tiempo que un producto pueda satisfacer las necesidades de los consumidores la empresa obtenga ganancias.

Mediante la investigación de mercados, se llevará a cabo la recopilación y análisis de información cualitativa y cuantitativa. En la actualidad internet es una herramienta muy útil en la investigación de mercados pues facilita el acceso a la información ya que disminuye los tiempos, anula las distancias y los costos de transportación, cabe mencionar que para tener una mayor certeza sobre la información que se maneja, se recomienda que la información provenga de fuentes oficiales o de empresas que tengan un reconocimiento mundial (Durán, 2018)

Se recomienda que para realizar una investigación de mercados se tenga por un lado, un presupuesto establecido y flexible que permita realizar exitosamente dicha investigación, y por el otro, que se consulte con un agente aduanal la fracción arancelaria del producto, ya que éste es el único capacitado y autorizado para poder otorgarla, evitando así elaborar una errónea investigación de mercados ya que en diversos lugares del mundo un mismo producto tiene diferentes nombres, lo cual se puede prestar a confusiones y afectará la recopilación y análisis de dicha información.

El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Social, sostiene que la producción y comercio de banano, es una de las frutas que se puede cosechar durante todo el año debido a que se lo produce en diversas clases de suelos y climas, no obstante, el suelo debe ser apto en textura (se utiliza riego en zonas áridas) y la temperatura del ambiente debe ser la ideal para el crecimiento y producción del cultivo de manera que sea un banano de calidad y no se retarde el crecimiento (Alvarado & Muñoz, 2016).

En cuanto al Instituto Nacional de Estadistas y Censos, expresa en sus informes que la producción mundial de banano, desde el año 2000 al 2014 se produjeron en promedio 89 millones de toneladas de banano por año. El continente que aportó con mayor producción mundial fue el Asiático con cerca del

51% del total de la producción seguido del continente Americano con el 32%, África se posicionó en el tercer lugar con una participación del 14%, mientras que Europa y Oceanía sumaron el 3% del total de producción mundial. Se mantuvo unas tendencias crecientes de la producción mundial desde el año 1990 hasta el año 2014 y esto se dio principalmente a un conjunto de variables como el aumento de la población a nivel mundial lo cual generó un incremento en la demanda del producto en los países en vías de desarrollo, mientras que en los países desarrollados la preferencia de los consumidores por frutas como el banano ha estado en constante crecimiento. Un segundo aspecto que ha influido directamente en el aumento de la producción mundial fue la sistematización y tecnificación de producción y distribución del banano, hecho que se da a partir del siglo XIX con la utilización eficiente de recursos como el riego, fertilizantes, modernos sistemas de embalaje y mejora en el transporte y almacenamiento. Una tercera variable que incentivó el aumento de la producción de banano a nivel mundial fue la organización clara de los mercados de materias primas ya sea por una integración vertical de poderosas compañías privadas o por las regulaciones estatales de los flujos de comercio en cada país (Baños, Patricia, 2017).

En el 2016 el precio de la caja de banano ecuatoriano de 43 libras tuvo un valor de USD 6,16 dólares. Mientras que en el año 2017 para la caja de banano de 43 libras es de \$6.26. Cabe mencionar que el precio internacional de una tonelada métrica de banano cerró el 2016 en el orden de USD 956.94 y hasta junio 2017 está en 1,098.07 dólares por tonelada métrica.

La situación actual de la oferta y demanda del banano según Ramón, Valeria (2016), en todo el mundo se consumen alrededor de 12 kilogramos de banano per cápita, lo que lo convierte en la fruta más popular del mundo. El alemán promedio consume alrededor de 12 kilogramos de frutas exóticas por año y su consumo per cápita anual aproximado es de 16.64 kilos de banano, posicionándose como la segunda fruta más consumida después de la manzana.

El banano no solo se disfruta en forma fresca, sino que también se procesan en zumos de fruta y forman, por ejemplo, la base de muchos jugos. El mercado de frutas en Alemania crece de forma rápida, siendo los países que

poseen las más altas tasas de consumo de frutas exóticas en la unión Europea, Francia, Alemania y Reino Unido. Cabe recalcar que la producción agrícola no es un sector primordial en Alemania ya que importa casi un tercio de su consumo de alimentos (Arias & Franco, 2016).

Teoría de Asociatividad Empresarial

La definición de un clúster según Porter (1990), declara que un clúster es una concentración de empresas e instituciones en un área geográfica cercana interconectadas en un campo particular. Incluyen, por ejemplo, proveedores especializados, servicios, infraestructuras de apoyo. Junto al concepto de Clúster, surge el de Asociatividad, facilita el desarrollo de mecanismos enfocados en la mejora de sus estructuras organizacionales permitiéndoles entrar al mercado con un grado mayor de competitividad.

Las empresas que trabajan agrupadas en clúster cuentan con apoyo y asesorías en materia de tecnología, adquisición de materias primas, comercialización y apoyo al financiamiento de las operaciones de la empresa, dando origen a la disminución gradual de sus costos mediante economías de escala que permiten la incursión en nuevos mercados. La Asociatividad en materia de clúster tiene un postulado que dice que “la empresa se concibe como un complejo sistema adaptativo en proceso de aprendizaje permanente que va desde la adquisición de información hasta el uso para redefinir sus funciones de manera permanente, modificar estrategias y fomentar una mayor fluidez en sus flujos de negocios. Para lograr tales metas la mejor forma de cooperación es la constitución de redes horizontales y verticales, así como de cadenas productivas regionales y locales, la base de estas formas organizativas, sin duda alguna, son los pequeños grupos de 10 o 12 empresarios del mismo sector y región, como se ha concebido en los diferentes países del mundo donde han aplicado este tipo de experiencias. La competencia es el nuevo nombre del juego de los negocios y la asociatividad base fundamental sobre la cual se debe basar (García & Montes, 2015).

Algunos autores definen que la asociatividad como una estrategia orientada a potenciar el logro de una ventaja competitiva por parte de una empresa

mediante la cooperación o el establecimiento de acuerdos con otras empresas, para la realización de una serie de actividades dentro de la cadena de valor del producto o servicio, que conduzcan a una mayor presencia de la empresa en uno o más mercados.

Por su parte Franco (2009), la asociatividad empresarial es: comprometer, mediante la identificación de objetivos y metas comunes en empresas de igual o similar actividad económica, esfuerzos individuales dispersos, en propósitos de mejoramiento de los niveles de desempeño empresarial, que facilite la sostenibilidad y crecimiento de las empresas en aras de la competitividad de los negocios, que les permita enfrentar en mejores condiciones la competencia globalizada. Así las cosas, se entiende que la asociatividad es vista como una estrategia gerencial conjunta de empresas en donde cada una de ellas maneja su gobernabilidad y autonomía bajo principios de colaboración para el crecimiento y fortalecimiento de cada una, esta estrategia busca el fortalecimiento de las diferentes ramas de producción de la nación, mejorar la oferta de productos, optimizar la cadena productiva de la producción de bienes y servicios, entre otros aspectos que a nivel particular cada una de ellas quiera que se dé en beneficio de todos y de su objeto social en particular.

Trabajar estratégicamente en términos de asociatividad permite que las empresas conformadas y categorizadas como micro, pequeñas o medianas, puedan tener la oportunidad de participar en los diferentes programas de desarrollo regional que ofrecen los países, también que sean capaces de competir y estar a nivel de las grandes empresas y logren sobrevivir en el mercado. Cabe anotar que los autores que se citan en la presente investigación proponen que la asociatividad supone la existencia de relaciones formales e informales con los stakeholders y de manera grupal e individual, entendiendo además la determinación de un territorio geográfico claro de participación como grupo de empresas en competencia y desarrollo empresarial.

Asimismo declaran la importancia de entender mediante un análisis concienzudo del desarrollo y cambio del entorno y su incidencia en cada una de ellas para estar preparados y actuar frente a este, de igual forma se debe analizar

el compromiso de cada una de las empresas que hacen o harían parte potencialmente del grupo de empresas con asociatividad en cuanto al tema de calidad en lo que producen, su infraestructura, desarrollo tecnológico, innovación, responsabilidad social, entre otros aspectos que harían del grupo de empresas una fuerza que se mantenga fuerte ante las grandes empresas y poder competir en gran medida y bajo condiciones muy similares con estas frente a los proyectos que el mercado en general propone (Suárez & Suárez, 2017).

En este sentido las empresas son entonces forjadoras de estrategias que les permitan mantenerse en el mercado de manera competitiva y dinámica, además estar vigentes y lograr un posicionamiento y reconocimiento mediante la consolidación del trabajo colaborativo en cada sector específico, así logran un poder de negociación más fuerte para la reducción y optimización de los costos por la posibilidad de hacer compras a proveedores de manera conjunta, de igual forma se diversifica la oferta de productos y servicios producidos, se dinamiza la transferencia e intercambio de tecnología e información.

Para efectos de este trabajo, este estudio está enfocado a la Asociación de Productores Agrícolas Los Chirijos, ya que considera que la asociatividad representa una potencial estrategia que promueve el desarrollo del sector bananero en el comercio internacional. Adicionalmente, se puede establecer que al hablar de asociatividad, es importante definir que esta es una estrategia que considera el logro de la ventaja competitiva basado en la cooperación, el trabajo mancomunado de los socios que la conforman con el fin de mantener niveles organizacionales óptimos de manera individual y de esta forma, potenciar la fuerza competitiva de todas en conjunto. Esta decisión, también se toma amparado en el principio teórico de Porter, que establece en sus cinco fuerzas el análisis dinámico del entorno y su influencia en el diseño de las estrategias organizacionales que generen asociatividad.

Teoría Financiera

La Teoría Financiera existe un debate entre algunos autores clásicos, como W. Buffet (1998), señala que, a diferencia de los académicos, el riesgo es demasiado complejo como para evaluarlo únicamente por mediciones

estadísticas, y agrega que la diversificación es un sólido principio para el inversionista promedio, pero puede ser un obstáculo. En si la teoría concentra en aspectos que son ya casi un dogma para la teoría como es el tema del riesgo y de la diversificación, ya que el aval de provenir de una persona que ha hecho su riqueza en inversión en acciones y además con estudios de postgrado en finanzas, la hace una visión que debe ser considerada, desde un punto de vista intelectual, Buffet es un fiel representante del enfoque del Análisis fundamental, que trata sobre precios de acciones. Está formada por un conjunto de modelos normativos los cuales son contrastados con la realidad. Su preocupación fundamental es la explicación de la formación de precios de activos financieros y de la forma de cubrirse frente a los riesgos, tomando como referencia un portafolio de activos financieros dentro de la idea de mercados competitivos (Parada, 2016).

Los modelos de la Teoría Financiera, que estos intentan explicar el precio, la rentabilidad y el ajuste del fenómeno que en este caso es el movimiento de los precios de los activos financieros. Así, explica el comportamiento de las personas en función de los precios, a través de lo que se denomina funciones de utilidad, asume un comportamiento maximizador de las personas, o sea la teoría intenta explicar la formación de precios de los activos financieros (Gómez, 2020).

Respecto a la predicción, es claro que el objetivo de la Teoría Financiera es predecir. Sharpe (1976) señala que la utilidad de un modelo normativo estriba en su capacidad predictiva. Otra cosa diferente es si esos pronósticos coinciden con la realidad, ya que puede haber dudas razonables de la real capacidad predictiva, ya sea por la existencia de supuestos normativos o sigilosos que involucra el método de análisis, tema que se analizará más adelante. De acuerdo a lo anterior resulta claro que la Teoría Financiera cumple con los requisitos para ser considerada una teoría. Pero para evaluar una teoría, que es la otra etapa del análisis, se deben cumplir algunos pasos y ellos son: a) Descripción y explicación del fenómeno, b) Consistencia Lógica, c) Perspectiva, d) Fructificación y e) Parsimonia (Ortiz, 2019).

De acuerdo a los criterios anteriores la Teoría Financiera entrega, desde su perspectiva, una descripción y explicación del fenómeno de los precios de los activos financieros lo que permite un mayor entendimiento y formulación de pruebas empíricas y su predicción. Hay también una consistencia lógica, ya que sus proposiciones son interrelacionadas y no caen en fuertes contradicciones. Hay una mayor perspectiva respecto a que existe una mayor cantidad de fenómenos explicativos. Hay también fructificación, pues se generan nuevas interrogantes.

Respecto a la parsimonia, esto es un tanto más complicado, pues este atributo significa que la teoría debe ser sencilla y simple como cualidad deseable; en este aspecto la Teoría Financiera se ha ido sofisticando en una metodología que la lleva a que sólo pueda ser entendida por los expertos del tema, lo que pudiese convertirla en teorías inoperantes e inútiles, con el riesgo de caer en sólo creencias, suposiciones o especulaciones intelectuales.

La Teoría Financiera se caracteriza por el uso de modelos con un grado alto de abstracción e idealismo. En este enfoque predomina el uso de las matemáticas en sus diferentes métodos; así cada modelo de la Teoría Financiera tiene su propio método matemático. Cálculo Diferencial e Integral, Cálculo Diferencial Estocástico, Análisis Multivariable, Análisis Económico, Optimización, Programación Dinámica, son algunas de las materias que están detrás de algunos modelos. Con esta lógica se podría esperar nuevos modelos usando otras técnicas matemáticas aún no exploradas en la Teoría Financiera. Mirado desde una óptica más general se debe analizar cuál es la razón de este tipo de enfoque y a base de ello poder comprender el real significado de la Teoría Financiera, así como su proyección.

1.3 Fundamentación Legal.

En este proceso se pretende sustentar con documentos de naturaleza legal la legitimidad del presente proyecto para que sirvan de testimonio referencial y den soporte a la investigación. Por medio de estas bases, se hace referencia a que la presente investigación fue desarrollada dentro de los términos constitucionalmente legales.

El ente regulador a nivel nacional es el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador – SENA, el cual tiene el objetivo de controlar y verificar que se estén cumpliendo las disposiciones aduaneras, legales y reglamentarias que se encuentren establecidas (SENAE, 2015).

El régimen de exportación utilizado es de Exportación a consumo (Régimen 40). Este es el régimen aduanero por el cual las mercancías nacionales o nacionalizadas, al momento de salir del territorio aduanero son para uso o consumo definitivo en el territorio extranjero.

Las Normas Sanitarias para exportar desde Ecuador, en lo referente a los productos alimenticios industrializados, para el proceso de producción a nivel interno, se debe contemplar el cumplimiento de requisitos sanitarios, previos a su colocación en el mercado, se debe obtener la certificación sanitaria de acuerdo al Art. 138 de la Ley Orgánica de Salud, en el Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Dr. Leopoldo Izquieta Pérez (Nacional de Regulación, 2017).

Certificado Fitosanitario, para la exportación de productos alimenticios se requiere el certificado fitosanitario, que se lo puede obtener en la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD), previo la entrega de una solicitud enviada por la empresa solicitando una inspección de la planta y se someta a pruebas de acuerdo con los procedimientos oficiales. Estas pruebas son realizadas a través del Instituto Izquieta Pérez, con lo cual una vez aprobados AGROCALIDAD abrirá un expediente con este tipo de producto, para que se pueda emitir los certificados fitosanitarios que la empresa requiera para sus exportaciones (Nacional de Regulación, 2017).

Ley para Estimular y Controlar la Producción y Comercialización con Fines de Exportación y Afines.

El Objeto de la ley 4 menciona lo siguiente: regular la relación jurídica en el negocio bananero: productor, comercializador y del contrato de compra de fruta con su precio en los diferentes tipos de cajas, para la exportación. Los procesos de producción y comercialización, son controlados y regulados mediante esta ley

que especifica lo que debe presenciarse al momento que el banano entra en circulación ya sea de manera nacional como internacional (ley para estimular y controlar la producción y comercialización con fines de exportación y afines, 2010).

Capítulo II, De los Productores, Comercializadores y Exportadores de Banano

Nota: Denominación sustituida por Decreto Ejecutivo No. 114, publicado en Registro Oficial 62 de 9 de noviembre del 2009.

Art. 6.- Productor bananero es toda persona natural o jurídica, propietaria, posesionaria o arrendataria de tierras agrícolas cultivables aptas para la producción de banano, que constituya por lo menos una unidad agrícola rentable, calificada así por la correspondiente Subsecretaría del Ministerio de Agricultura y Ganadería, debiendo registrarse en dicho organismo y obtener y mantener su registro vigente, el que se dará a las personas naturales o jurídicas que cumplan con las obligaciones ambientales constantes en el Reglamento de Saneamiento Ambiental Bananero, vigente.

El productor bananero, para obtener su registro deberá presentar un certificado de cumplimiento de obligaciones patronales del IESS. Dicho registro tendrá una duración de dos años, una vez finalizado el plazo tendrá que obligatoriamente actualizarlo.

Los requisitos que deberá cumplir el productor bananero para su registro, serán los que se determinen en el correspondiente instructivo, que deberán elaborar conjuntamente los ministerios de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca y de Industrias y Productividad.

Nota: Incisos segundo y tercero agregados por Decreto Ejecutivo No. 114, publicado en Registro Oficial 62 de 9 de Noviembre del 2009 (Reglamento a la ley para estimular y controlar la producción y comercialización del banano, plátano (barraganete) y otras musáceas afines, destinadas a la exportación, 2015).

Art. 7.- Exportador. - Es toda persona natural o jurídica, domiciliada en el Ecuador, con sus marcas registradas, legalmente capaz, que produzca y/o compre banano a los productores debidamente calificados como tales en el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca para ejercer la actividad de comercialización bajo las diferentes modalidades internacionales.

Los requisitos para registrarse e inscribirse como exportador, serán los que se determinen en el Instructivo expedido conjuntamente por los Ministerios de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca y de Industrias y Productividad (Reglamento a la ley para estimular y controlar la producción y comercialización del banano, plátano (barraganete) y otras musáceas afines, destinadas a la exportación, 2015).

CAPÍTULO 2

ASPECTOS METODOLÓGICOS

2.1 Métodos

Dentro de este estudio investigativo se aplicó los siguientes métodos, inductivo, deductivo y analítico-sintético.

Método Inductivo

Es un método basado en el razonamiento, el cual permite pasar de hechos particulares a los principios generales. Fundamentalmente consiste en estudiar u observar hechos o experiencias particulares con el fin de llegar a conclusiones que puedan inducir, o permitir derivar de ello los fundamentos de una teoría (Bernal C., 2009).

Se analizó la información de lo particular a lo general, porque se parte del análisis de las respuestas de cada una de las técnicas que se aplicarán, como son la observación y encuesta, es decir, analizando respuesta tras respuesta de forma particular para luego llegar a una conclusión general.

Método Deductivo

Las conclusiones deductivas son necesariamente inferencias hechas a partir de un conocimiento que ya existía. En consecuencia, la indagación científica no puede efectuarse sólo por medio del razonamiento deductivo, pues es difícil establecer la verdad universal de muchos enunciados que tratan de fenómenos científicos (Dávila, 2006).

En el presente proyecto se aplicó este método porque se utilizó las encuestas como medio de recolección de datos que llevasen a la verificación de las hipótesis establecidas.

Método Analítico-Sintético

El método analítico es un proceso que consiste en descomponer un objeto de estudio, separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma

individual. Mientras que el método sintético Integra los componentes dispersos de un objeto de estudio para estudiarlos en su totalidad (Bernal C. A., 2010).

La aplicación de este método permitió analizar cada uno de los autores como CFN, PROECUADOR, Cuenca, SAE entre otros, que fueron mencionados en el marco teórico. Además, se consultaron revistas, tesis y webs, a fin de conocer a mayor profundidad la problemática, estas teorías fueron analizadas y luego se hará una síntesis para poder brindar una solución (Bernal, Cesar, 2013).

2.1.1 Modalidad y Tipo de Investigación

Se estableció el tipo de investigación atendiendo a la siguiente clasificación:

Según la Finalidad: Aplicada.

Según Hernández (2010) Es el tipo de investigación en la cual “el problema está establecido y es conocido por el investigador, por lo que utilizó la investigación para dar respuesta a preguntas específicas” (p.99).

Se aplicó para mejorar la productividad de los agricultores de la Asociación de Productores Agrícolas del cantón Milagro, a través de un plan de negocio para que exporten su producto a la Unión Europea, que desconocimiento sobre los procesos de exportación no han incursionado en el mercado internacional.

Según el Alcance: Descriptiva

Según Bernal (2009) menciona que: Se asienta en llegar a conocer las permisibles situaciones, hábitos y actitudes óptimas a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se delimita a la cosecha de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables (p. 55).

En el desarrollo de la investigación permitió la descripción de las características del objeto de estudio, en este caso, el banano producido por los miembros de la Asociación de Productores Agrícolas del cantón Milagro.

Según su Diseño: No Experimental.

El objetivo del proyecto se basó en una investigación no experimental, ya

que se analizó cada una de las causas por las que los agricultores no se han inclinado por comercializar sus productos en el mercado internacional, para lo cual se observó los fenómenos a estudiar (Der Hagopian Tlapanco, 2016).

Según su Enfoque: Cuantitativo

Cuantitativa:

Según Hernández (2010) “Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” p. 48.

Esta investigación se obtuvo los resultados de la entrevista realizada a los 2 miembros socios de la Asociación de Productores Agrícolas del cantón Milagro, en donde se recogió, procesó y analizó los datos numéricos sobre variables previamente determinadas.

Según la Fuente de Datos: De Campo

Hernández (2010), La investigación de campo se presentó mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o porque causas se produce una situación o acontecimiento particular.

A través de esta investigación se pudo tener un contacto directo con los involucrados del departamento de producción y exportación; socios de la Asociación de Productores Agrícolas del cantón Milagro, con quienes se trabajó para diseñar un plan de exportación para la comercialización de banano. Dentro del trabajo de campo servirá de apoyo para la recolección de información.

2.2. Variables

Las variables que intervienen en este trabajo se presentan a continuación:

2.2.1. Variable Independiente

Plan de exportación

2.2.2. Variable Dependiente

Comercialización

2.2.3 Operacionalización de las Variables

La operacionalización de las variables se detalla en el Anexo N° 1.

2.3. Población y Muestra

2.3.1 Población

La población de la Asociación de productores agrícola “Los Chirijos”, está conformada por 33 productores de banano, que presenta 100% de los socios con en la Parroquia Mariscal Sucre.

2.3.2. Muestra

Para la muestra solo se entrevistó a los 15 productores encargados de la producción y ventas de la Asociación de productores agrícola “Los Chirijos”, la muestra se escogió a conveniencia más a los productores que cuente con mayor cantidad de hectáreas para la cosecha y producción de banano, así se podrá estimar la capacidad de producción para exterior y la participación que tendría cada socio en la cantidad de caja.

2.4 Técnicas de Recolección de Datos

Entrevista

La entrevista semiestructurada se realizó para recabar información en forma verbal, a través de preguntas abiertas, se entrevistó a los encargados de la producción y ventas de la Asociación, con el objetivo de conocer la evolución de la empresa, así como su funcionamiento (Ver Anexo N° 2)

Documental

La investigación documental se refiere a las bases de datos e información que permitió determinar el uso de herramientas sistemáticas, utilizando para ello, una metodología de análisis con la finalidad obtener resultados que pudiesen ser base para el desarrollo de la investigación científica.

2.5 Estadística Descriptiva e Inferencial

La Estadística Descriptiva: Observa, analiza y describe las características de la población en estudio: Plan de exportación para la comercialización de banano de la Asociación de productores agrícolas "Los Chirijos" hacia Alemania, para así construir tablas y representarlas en gráficos con indicadores estadísticos que orientan su distribución.

Es descriptiva porque se puntualizó información personal del grupo objeto de estudio Asociación de productores Agrícolas Los Chirijos hacia Alemania.

La Estadística Inferencial: Se basó en los resultados obtenidos de entrevistas que se les realizó a los encargados de la producción de la Asociación, de tal forma que nos permitirá obtener información para el estudio del comportamiento de estos, y luego poder establecer generalizaciones.

Es inferencial, porque Los datos obtenidos en los instrumentos aplicados fueron tabulados y resumidos en tablas estadísticas, desarrollándose estas en Excel, con el uso de tablas dinámicas, etc.; posteriormente los datos se presentarán de manera escrita, tabulada y graficada, empleándose grafica de tipo circular con el respectivo análisis de los resultados obtenidos, además se emplearán las frecuencias relativas y absolutas (porcentaje).

2.6 Cronograma de Actividades

El cronograma de actividades se observa en el Anexo N° 3.

RESULTADOS

Desarrollar una Investigación sobre la Caracterización del Mercado para Comercializar hacia Alemania.

Tabulación de datos

1.- ¿Cuántas hectáreas posee la Asociación de Productores Agrícolas Los Chirijos?

Tabla 1

Hectáreas de banano

Ítem	Resultado	Frecuencia
1 a 5 hectáreas	3	20%
5 a 10 hectáreas	8	53%
10 a 15 hectáreas	4	27%
más de 15 hectáreas	0	0%
Total	15	100%

Elaborado por: La Autora, 2022

Del 100% de personas encuestadas, el 20% menciona que cuenta con un promedio de 1 a 5 hectáreas para la siembra de banano, el 53% cuenta con un promedio de 5 a 10 hectáreas de banano y el 37% restante cuenta con más de 10 hectáreas de banano.

2.- ¿Cuántas cajas de banano se producen por hectárea?

Tabla 2

Hectáreas de banano

Ítem	Resultado	Frecuencia
600 a 800 cajas	3	20%
800 a 1000 cajas	11	73%
1000 a 1200 cajas	1	7%
Más de 1200 cajas		0%
Total	15	100%

Elaborado por: La Autora, 2022

Del 100% de personas encuestadas, el 20 menciona que se tiene entre 600 a 800 cajas por hectárea, el 73% menciona que se tiene 800 a 1000 cajas por

hectáreas, el 7% menciona que se tiene más de 1000 cajas por hectáreas.

3. ¿Qué tipo de control se realiza en el área de producción sobre el producto?

Tabla 3

Tipo de control de producción

Ítem	Resultado	Frecuencia
Control de producción	1	7%
Fungicidas	3	20%
Control de plagas	4	27%
Riego	7	47%
Total	15	53%

Elaborado por: La Autora, 2022

Del 100% de personas encuestadas, el 7% menciona que realiza el control de producción es decir las cantidades que se obtienen por hectárea, el 20% menciona que realiza el control con fungicidas para evitar anomalías y pérdidas de producción, el 27% menciona que realiza el control de plagas, mediante el uso de químicos y fertilizantes para proteger la tierra, y el 47% revisa el riego a las plantaciones para tener un producto de calidad.

4.- ¿Su producción está destinada al mercado nacional o internacional?

Tabla 4

Mercado de comercialización

Ítem	Resultado	Frecuencia
Nacional	9	60%
Internacional	0	0%
Ambas	6	40%
Total	15	100%

Elaborado por: La Autora, 2022

Del 100% de personas encuestadas, el 60% considera que su producto se comercializa localmente ya sea en Milagro o en otros cantones, el 40% menciona que su producto lo comercializa de manera local como internacional a través de centros de acopio.

5.- ¿Cuentan con alguna certificación de calidad?

Tabla 5

Mercado de comercialización

Ítem	Resultado	Frecuencia
Si	0	0%
No	15	100%
Total	15	100%

Elaborado por: La Autora, 2022

Del 100% de personas encuestadas, el 100% menciona que no cuenta con un certificado de calidad, debido a que se su producto lo comercializan por cuenta propia ya sea en territorio nacional o en centro de acopio para su exportación.

6.- ¿A qué mercado está destinada la producción?

Tabla 6

Canal de venta

Ítem	Resultado	Frecuencia
Mercados/tiendas	1	6%
Carreteras	1	7%
Centros de acopio	1	7%
Todas las anteriores	12	80%
Total	15	100%

Elaborado por: La Autora, 2022

Del 100% de personas encuestadas, el 6% comercializa los bananos en mercados o tiendas locales, el 7% menciona que tiene mayores ingresos vendiendo su producto en carretera, el 7% lo realiza en centros de acopio, y el 80% considera todos los canales de ventas directas o indirectas para el producto en cuestión.

7.- ¿Cree usted que el banano que ustedes producen cuenta con las características para ser exportado?

Tabla 7***Banano para la exportación***

Ítem	Resultado	Frecuencia
Si	15	100%
No	0	0%
Total	15	100%

Elaborado por: La Autora, 2022

Del 100% de personas encuestadas, todos consideran que su producto cuenta con todas las características para que pueda ser exportado, debido a que unos cuantos socios realizan la venta a través de centros de acopio, y además mencionan que no han tenido ningún impedimento en la venta de sus productos de manera local.

8.- ¿A qué mercado internacional consideran ustedes que el producto tendrá buena acogida?**Tabla 8*****Mercado de Exportación***

Ítem	Resultado	Frecuencia
Europa	11	73%
Asia	1	7%
EE UU	3	20%
Ninguno	0	0%
Total	15	100%

Elaborado por: La Autora, 2022

Del 100% de personas encuestadas, el 73% menciona que su producto puede ser comercializado a mercado europeo, el 7% considera que su producto puede ser comercializado en mercado asiático y el 20% que su producto puede comercializarse en Estados Unidos.

Entrevista al encargado de ventas**1. ¿Cuántas cajas de banano vende semanalmente la Asociación de productores Agrícolas Los Chirijos?**

Aproximadamente 20 mil cajas, pero en su minoría son para consumo o

comercialización individual para los productores.

2. ¿Los clientes de la Asociación son de los alrededores o están distribuidos en otras ciudades?

Los puntos de ventas al igual que los clientes son variados, se vende a centros de acopio, a mercados municipales, tiendas, en carreteos, se tienen contacto de otras provincias, se aprovecha cana canal.

3. ¿Cuáles son las formas de pago que maneja la Asociación de Trabajadores Agrícolas Los Chirijos?

La forma de pago se lo realiza de manera inmediata, hay clientes por agricultor que ya tienen cierta relación que permite dar facilidades, pero para evitar inconvenientes de liquidez, es preferible el cobro inmediato.

4. ¿Las ventas las realiza directamente el encargado de venta o cada socio vende su producto por separado?

La venta la realiza el mismo productor, son pocas las ventas sé que realizan en la misma asociación, debido a que por las cantidades que solicitan, se facilita la entrega.

5. ¿Los reportes de ventas lo realizan a cada socio o en junta general?

Los reportes de venta lo realizan cada socio, estos deben cuadrarse con la cantidad de producto que cosecho de sus hectáreas dadas, al final se realiza un cuantificable que da ganancia tanto al producto como a la misma asociación.

6.- ¿Conoce los precios de comercialización del banano a nivel internacional?

Los precios son muy variados se encuentran entre los \$5.00 a \$ 7.00 por caja, o inclusive más, todo esto depende de que tramites se deben ejecutar para que el producto salga del territorio nacional, o inclusive de la situación económica del país a donde se exporta.

7.- ¿Consideran el mercado internacional es una opción para incrementar los rendimientos de la Asociación?

Si, se generaría más ingresos, debido a que los costos de producción se mantienen, ya que la misma asociación cuenta con todos los recursos, pero es necesario contratar a alguien que sirva de intermediario para el proceso de exportación, hasta que se familiaricen y los mismos productores sean encargados de realizar todos estos trámites ya sea de manera individual o colectiva.

8.- ¿De acuerdo a su criterio como percibe el futuro de la comercialización del banano en el mercado internacional?

Las estadísticas muestran un incremento tanto de exportación como de consumo en el extranjero, en su momento llegara el boom como el del cacao, pero eso se podrá evidenciar en un periodo de 10 años, siempre y cuando se tenga el apoyo del gobierno nacional.

Producción de Banano en Ecuador

Las plantas de banano crecen en las más diversas condiciones de suelo y clima, el suelo es adecuado para la textura y el clima ideal es una región tropical húmeda a una temperatura de 18,5 ° C, por lo que el crecimiento no se retrasa.

Los bananos verdes son una fruta para todo el año, tienen excelentes propiedades nutricionales que proporcionan grandes cantidades de carbohidratos y fibra, y también son ricos en potasio, magnesio y ácido fólico.

Las excelentes condiciones climáticas y ecológicas de nuestro país permiten a los pequeños y medianos productores el desarrollo de banano y plátano, que puede abastecerlos a la demanda mundial los 365 días del año.

Tabla 9

Producción de banano en Ecuador

Años	Superficie por hectáreas		Producción
	Plantadas	Cosechadas	TM
2015	144,979	113,133	547,289
2016	136,323	115,349	591,984
2017	114,272	91,778	559,319
2018	151,442	121,824	604,134
2019	159,014	127,915	634,341

Fuente: Pro Ecuador-Informe Sector Bananero. Elaborado por: La Autora, 2022

Consumo Nacional Aparente de Banano del Mercado Alemán

Se puede utilizar una fórmula de consumo nacional aparente para determinar la demanda actual del mercado.

$$\text{Consumo aparente} = \text{Producción nacional} + \text{Importaciones} - \text{Exportaciones}$$

Producción Nacional

El clima, la humedad, la temperatura y el suelo son algunos de los factores que influyen directamente en la producción de la fruta y Alemania no cuenta con los mismos porque se concluye no hay producción de la fruta en este país.

Importaciones

Alemania es un país importador de banano, como se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 10

Importaciones de banano

Cantidad importada, toneladas					
Exportadores	2015	2016	2017	2018	2019
Resto del mundo	1,307,600	1,255,549	1,339,141	1,274,643	1,205,314
Ecuador	1,199,910	1,121,579	1,279,202	1,237,075	1,188,475
Costa rica	38,566	79,930	16,793	14,387	9,459
Filipina	35,492	37,631	23,790	17,601	3,350
Mexico	410	124	2,898	1,575	2,799
Vietnam	797	456	556	731	675
Brasil	86	606	438	1,662	324
Belarús		9	191	344	74
Honduras					47
India	38	38	18		44
Colombia	18,184	13,910	13,655	674	38
China	1,531	1,153	694	99	22
Tailandia	3	9	13	23	5
Camerún		19		43	
Rep. Dominicana		42		21	
Venezuela	6	9	8	5	
Guinea			11		
Indonesia			42		
Indonesia	12,466	35	831	395	

Fuente: Trademap.

Elaborado por: la Autora, 2022

Se debe hacer una predicción que indique el comportamiento de los futuros bienes importados. Para hacer la proyección, se debe usar la fórmula de mínimos cuadrados, donde:

a: Zuma promedio de importaciones de banano del resto del mundo

b: Zuma de coeficientes de tiempo (punto de corte de eje)

$$y = a + bx$$

Tabla 11

Histórico Importaciones

Años	Y	X	XY	x²
2015	1.307,600	-2	(2.615,200)	4
2016	1.255,549	-1	(1.255,549)	1
2017	1.339,141	0	-	0
2018	1.274,643	1	1.274,643	1
2019	1.205,314	2	2.410,628	4
Σ	6.382,247	0	(185,478)	10

Fuente: Trademap. Elaborado por: La Autora, 2022

$$a = \frac{6,382,247.00}{5} = 1.276.449,40$$

$$b = \frac{(185,478.00)}{10} = (18.547,80)$$

Entonces

$$y = 1.276.44,40 + (18.547,80) x$$

Tabla 12***Proyección de Importaciones***

Años	X (años posteriores)	Y (TON)
2020	+ 1 de proyección	1.257.901,60
2021	+ 2 de proyección	1.239.353,80
2022	+ 3 de proyección	1.220.806,00
2023	+ 4 de proyección	1.202.258,20
2024	+ 5 de proyección	1.183.710,40
2025	+ 6 de proyección	1.165.162,60
2026	+ 7 de proyección	1.146.614,80

Fuente: Trademap. Elaborado por: La Autora, 2022

Como se puede observar la importación de banano mantendrá una tendencia decreciente, debido a que varios países no cumplen con los estándares de calidad que requiere el mercado alemán, se tomó como referencia las importaciones del resto del mundo, debido a que es un valor cuantificable que se puede aprovechar para aumentar la exportación del Ecuador.

Consumo Recomendado de Banano

Según el Consejo Europeo de Información Alimentaria, es necesario consumir 450 gramos de fruta al día para mantener una dieta estable y saludable. Existen 12 variedades de esta recomendación, de las cuales los plátanos destacan por sus propiedades nutricionales. En este contexto, el consumo de plátanos por persona se calcula en 13,68 kg. Por año (Consejo Europeo de Información Alimentaria, 2019).

Demanda Insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfactoria en el mercado alemán, se toma en cuenta el consumo recomendado. Dado que Alemania es un país densamente poblado, la ciudad de Berlín fue considerada como el mercado de destino del producto, por lo que las predicciones se hicieron en base a la población de esta ciudad, en los últimos años se estima que la población disminuirá debido al estilo de vida millennial que ha presentado los habitantes de la ciudad de Berlín, debido a que los jóvenes no prefieren tener más de un solo hijo (Consejo Europeo de Información Alimentaria, 2019).

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se tomará como referencia la población considera por el Consejo Europeo de Información Alimentaria y el consumo recomendado, por el consumo per cápita proyectado, se obtendrá la demanda insatisfecha por tonelada, es decir la perdida de proyección se no se importaría a mercado alemán.

Tabla 13

Demanda insatisfecha

Años	Consumo recomendado	Consumo per cápita	Déficit de consumo	Población de Berlín	Demanda insatisfecha a Kg	Demanda insatisfecha a tonelada
2019	13,68	8,5873	5,0927	4.845.092	24.674.510,24	24.674,51
2020	13,68	8,4287	5,2513	4.843.638	25.435.388,31	25.435,39
2021	13,68	8,0093	5,6707	4.842.185	27.458.567,04	27.458,57
2022	13,68	8,1112	5,5688	4.840.732	26.957.162,34	26.957,16
2023	13,68	7,9523	5,7277	4.839.280	27.718.058,30	27.718,06
2024	13,68	7,7933	5,8867	4.837.828	28.478.960,22	28.478,96
2025	13,68	7,6342	6,0458	4.836.377	29.239.868,10	29.239,87
2026	13,68	7,4750	6,2050	4.834.926	30.000.781,93	30.000,78
2027	13,68	7,3157	6,3643	4.833.476	30.761.701,72	30.761,70
2028	13,68	7,1563	6,5237	4.832.026	31.522.627,46	31.522,63

Fuente: Trademap. Elaborado por: La Autora, 2022

Visión General del Mercado

Con una población total de Alemania en crecimiento de más de 80 millones de consumidores y una economía de 3.263 millones de euros a precios actuales en 2019, Alemania es, con mucho, el mayor y más rico de los 28 estados miembros de la Unión Europea (EU) en el consumo de frutas y verduras. La población de Alemania constituye el 16% de la población total de la UE y su economía asciende al 21%. Además, la economía de Alemania ha experimentado una recuperación estable durante los últimos años y en 2019, la economía se expandió un 2,2%, lo que marca el mayor crecimiento anual desde 2017. El crecimiento actual de la economía de Alemania se ve impulsado por el aumento de las exportaciones, tasas de empleo e incrementos salariales reales récord, un fuerte consumo interno, un aumento de las inversiones y un sector de la construcción en auge.

Tabla 14***Indicadores clave de desarrollo económico***

	2017	2018	2019
PIB a precios corrientes en millones	3.044	3.144	3.263
PIB per cápita a precios corriente en miles	37.260	39.745	38.183
Tasa de crecimiento del PIB	1,7%	1,9%	2,2%
Tasa de inflación	0,3%	0,5%	1,8%
Tasa de desempleo	4,3%	3,9%	3,7%

Fuente: Trademap. Elaborado por: La Autora, 2022

Una de las principales fortalezas de Alemania radica en su capacidad de producción, estándares de calidad y competitividad internacional, y los fabricantes alemanes generan el 28% del volumen de negocios total de fabricación de la UE. Además, gracias a su ubicación geográfica y la infraestructura de transporte de clase mundial, Alemania tiene fácil acceso para el comercio en toda la región de la EU. Todos estos factores se traducen en importantes volúmenes de exportación y una balanza comercial exterior positiva.

En 2019, Alemania exportó bienes por valor de 1279 millones de euros, de los cuales la categoría de alimentos y piensos representó el 4% de todas las exportaciones. Al mismo tiempo, Alemania importó bienes por valor de 1035 millones de euros, de los cuales la categoría de alimentos y piensos representó el 5% de todas las importaciones.

Garantías del Mercado

Alemania es un mercado importante para las frutas y hortalizas frescas. En cuanto a la cantidad, Alemania fue la segunda más grande en 2019 con 8,1 millones de toneladas, después de Estados Unidos. Alemania ocupó el segundo lugar de Rusia, cuya importación fue de menos de 8 millones de toneladas en 2019 debido al boicot. Después de España, los Países Bajos son el proveedor (extranjero) más importante de Alemania. Se estima que 1,2 millones de toneladas de productos holandeses fueron a Alemania el año pasado, así como 0,9 millones de toneladas de productos reexportados. Juntos, representan aproximadamente una cuarta parte del total de las importaciones alemanas. El mercado alemán, a su vez, representa un tercio de la (re) exportación holandesa

de frutas y hortalizas frescas (Consejo Europeo de Información Alimentaria, 2019).

Alemania también tiene una alta producción propia, especialmente en lo que respecta a hortalizas de campo abierto, de 3,5 millones de toneladas. La producción de frutas en Alemania, especialmente manzanas, también es alta, con más de 1 millón de toneladas. Tres hortalizas dominan la producción, en cantidad. Las zanahorias son el producto vegetal más grande de Alemania, con una cosecha superior a las 600.000 toneladas por primera vez en 2016.

Las cebollas son las segundas más grandes, con 500.000 toneladas, mientras que el año pasado se cosecharon 480.000 toneladas de col blanca. En términos de superficie, los espárragos son, con mucho, el producto vegetal más importante de Alemania, y se espera que la producción de espárragos de Alemania siga creciendo en los próximos años. La cosecha de pepinillos también fue grande en 2019, 200.000 toneladas. Sin embargo, la pregunta es cuánto futuro tendrá ese producto. Con la llegada del salario mínimo alemán, los productores temen que se enfrente a una época difícil en Alemania. Finalmente, la producción de fresa se recupera: 160.000 toneladas de cultivo a campo abierto en 2019 (Consejo Europeo de Información Alimentaria, 2019).

En el mismo año, la industria de alimentos y bebidas de Alemania registró un crecimiento del 1,6% debido a la expansión de las exportaciones, alterando la tendencia de retracción de años anteriores. La tendencia de crecimiento también se refleja en un número creciente de empresas y empleados que trabajan en la industria, la exportación de banano como materia prima en estado natural, ayuda a la elaboración de productos industrializados que pueden ser exportados o para el consumo interno.

Tabla 15***Indicadores clave de la industria de alimentos y bebidas***

	2016	2017	2018
Facturación total	172.2	168.6	171.3
Crecimiento anual de facturación	-1.7%	-2.1%	+1.6%
Número de empresas	5 828	5 812	5 940
Número de empleados	559 776	569 162	580 030
Cambio en los precios de alimentos y bebidas	+0.9%	+0.3%	+0.5%

Fuente: Trademap. Elaborado por: La Autora, 2022

Solo unos pocos minoristas alemanes importan productos directamente de otros países, por lo que encontrar una amplia gama de socios distribuidores adecuados es la base básica del éxito. La mayoría de los minoristas de alimentos alemanes prefieren comprar a compradores centrales y mayoristas que se especializan en la importación de alimentos y bebidas, ya que tienen un conocimiento profundo de todos los requisitos de importación y también se encargan del envío, despacho de aduanas, almacenamiento y distribución de los productos dentro del país

Sin embargo, las cadenas de supermercados más grandes a veces contratan proveedores extranjeros directamente y nombran a una empresa importadora de su elección para llevar los productos a Alemania. Hay que reconocer que la línea entre el comercio minorista y mayorista hoy en día no es tan clara como solía ser. . Los principales actores del mercado, como Edeka Group, Rewe Group y METRO, unen las operaciones minoristas y mayoristas bajo su techo, y también gestionan su propia logística. Y algunos minoristas importantes, como Lidl y Aldi, incluso en cierta medida han erradicado la necesidad de operaciones mayoristas tradicionales. Por tanto, deben utilizarse tanto los canales minoristas como los mayoristas.

Otra opción es mover los productos a través de los centros de mercado mayorista que se encuentran en toda Alemania, sin embargo, su especialidad es la venta de productos frescos para minoristas más pequeños, vendedores ambulantes y operadores de servicios de alimentos.

Para mover con éxito el producto a través de cualquiera de estos canales en el mercado alemán, no solo importa la calidad y el precio, sino también el reconocimiento de la marca. Por lo tanto, es recomendable que los importadores encuentren un socio local o establezcan una sucursal representativa para colocar y promocionar sus productos. Para generar reconocimiento, la presencia en línea también es un factor clave. Además, es muy recomendable que los importadores visiten o participen en varias ferias de alimentos, ya que permite el contacto directo con los minoristas, importadores y mayoristas de alimentos. Las ferias más populares en Alemania son ANUGA para todos los alimentos y bebidas, BioFach para alimentos orgánicos.

Demografía de Mercado

En cuanto a Alemania, según el CIA World Factbook, se puede mencionar que para el 2014 el país había registrado un total de 80.996.685 habitantes, según el último censo realizado se distribuye de la siguiente manera:

Tabla 16

Población de Alemania por edades.

Población Alemania 2014				
Grupo de edades	Hombres	Mujeres	H+M	%
0-14	5,386,525	5,107,336	10,493,861	12.96
15-24	4,367,713	4,188,566	8,556,279	10.56
25-54	17,116,346	16,664,995	33,781,341	41.71
55-64	7,463,221	5,574,166	11,037,387	13.63
65 en adelante	7,468,552	9,659,265	17,127,817	21.15
Total	41,802,357	41,194,328	80,996,685	100

Fuente: CIA World Factbook. Elaborado por: La Autora, 2022

Se puede observar que la mayor población se encuentra entre las edades de 25 y 54 años, considerados la población económicamente activa y las mismas personas constituyen el 41,71% de la población del país.

Alemania está compuesta por un total de 16 estados federales y está ubicada en Europa Central, bordeando el Mar del Norte, Dinamarca y el Mar Báltico al norte. Al oeste se encuentran Bélgica, los Países Bajos, Luxemburgo y

Francia. Al sur con Austria y Suiza; Por el Este con Polonia y República Checa (PROECUADOR, 2014).

Según PROECUADOR (2014), los últimos datos de Ecuador sobre la distribución de la población alemana por estado federal son de 2013, siendo Nordrhein-Westfalen el estado más poblado, pero el más observado a nivel económico. Es importante destacar que las capitales del mismo nombre son los estados de Berlín y Hamburgo. A continuación, se muestran las poblaciones registradas en estas ciudades a partir de 2013.

Tabla 17

Participación de las principales ciudades alemanas en el total de la población año 2013

Principales ciudades alemanas		
Ciudad	Población 2013	%
Berlín	3501870	4.34%
Hamburgo	1798840	2.23%
Múnich	1349000	1.67%
Colonia	1001000	1.24%

Fuente: PROECUADOR. Elaborado por: La Autora, 2022

Las ciudades más pobladas son Berlín (4,34% de la población) y Hamburgo (2,23%). Hamburgo, la ciudad portuaria, tiene el mayor potencial de desarrollo. Se encuentra en el norte de Alemania y su nombre completo es "Ciudad Libre y Hanseática de Hamburgo". Se divide en 7 sectores administrativos o Bezirc, y son:

- Hamburg-Mitte
- Altona
- Eimsbüttel
- Hamburg-Nord
- Wandsbek
- Bergedorf

- Harburg

La estructura portuaria en Alemania consta de más de 60 puertos, de los cuales Hamburgo y Bremerhaven se mencionan como los puertos principales. El Puerto de Hamburgo es el puerto más destacado e importante (PROECUADOR, 2016).

Este puerto se denomina "puerta de entrada al mundo" porque es una de las redes de servicios más densas de Europa y uno de los puertos más importantes para el flujo de carga mundial. El barco zarpa desde este puerto hacia 950 puertos de destino en todo el mundo. El puerto alberga alrededor de 12.000 veleros y más de 7.000 portacontenedores por año.

Según PROECUADOR (2018), el Puerto de Hamburgo es el segundo puerto más importante de Europa después del Puerto de Rotterdam en Holanda entre las líneas navieras con más rutas en la Ciudad Portuaria de Hamburgo se encuentran:

- Hapag Lloyd
- Evergreen Line
- Hamburg Sud

Según datos de PROECUADOR, la preparación de documentos para exportación a Alemania es de \$ 205 dólares por 3 días, el control aduanero del país de origen es de \$ 90 dólares por un día, el trámite en puertos y terminales es el siguiente: Cuesta \$ 420 por dos días, \$ 600 en el puerto interior y finaliza con un día de transporte.

Analizar la Situación Actual de la Asociación de Productores Agrícolas "Los Chirijos".

El banano es perecedero, por lo que la comercialización requiere una logística eficiente en toda la cadena de valor para que los productos lleguen a los consumidores en óptimas condiciones, es por esto que los entrevistados aseguran que el proceso de producción se lo realiza de manera eficiente desde el control plagas que es uno de los requisitos principales, además de contar con una verificación del producto antes de ser empaquetado, esto garantiza que se comercialice ya sea dentro del territorio local o en centros de acopio, donde se encargan de realizar todos los procesos de calidad para que el producto sea exportado.

Para el análisis del este segundo objetivo nos basamos en el levantamiento de información a través de las entrevistas realizadas a los 15 productores seleccionados de los 33 productores que conforman la asociación.

Se clasifican como pequeños productores de acuerdo al volumen de hectáreas que puede estar entre 1 hasta 15 hectáreas de banano, conforme lo indica el ente regulador que es el MAG.

Muchos de los productores son propietarios de sus terrenos sembrados y se dedican a su cultivo es decir que no tienen empleados jornaleros contratados por esta razón el costo de producción es reducidos por la mano de obra la ponen ellos mismos.

En la actualidad 5 jornaleros se encargan de la producción 1 hectárea y media, además de ser encargado de todo el proceso de producción hasta el empaquetado del producto, el mantenimiento de los terrenos también es realizado por el mismo jornalero, pero la empresa requiere la compra de insumos realizar estas actividades, a pesar de lo mencionado, los jornaleros se turnan por hectáreas, para que los proceso se realicen de una manera ágil, fomentando así el trabajo en equipo, pero siempre se destaca un jornalero que es el responsable de las hectáreas y los productos que se cosechan.

Acorde a las entrevista, el 73% consideran que el rendimiento por hectárea es de 800 a 1000 cajas de banano, sin embargo el 60% se lo utiliza para el comercio interno local, debido a la falta de certificaciones que garanticen el producto salir del territorio nacional, además de la falta de capacitación que les impide conocer cuáles son los proceso y beneficios de exportar el producto, esto lo realizan a través de centros de acopio, a un precio inferior que en el mercado, que varía entre \$ 2,00 a \$ 2,50; por esto que la asociación no goza de altos beneficios económicos, solo tienen en mente vender para cubrir todos los gastos, especialmente en el control de riego, que el 47% considera que el proceso que requiere mayor gasto debido al agua, arreglo y mantenimiento del sistema.

Estas características explican por qué el mercado internacional del banano está dominado por grandes corporaciones multinacionales integradas verticalmente que controlan la producción, el empaque, el transporte, la importación y la distribución a las tiendas minoristas. La integración vertical permite a las empresas ganar simultáneamente economías de escala y obtener la mayor parte del valor de sus productos a lo largo de toda la cadena, tal como lo hace la asociación, que sus productos son comercializados de manera directa ya sea al consumidor o llevado a centros de acopio para la su exportación, es decir todo modelo es aprovechado, por lo tanto La producción y la comercialización a gran escala reducen los costos de insumos, mano de obra, además de transporte. En la cadena de comercialización existen empresas intermediarias que encarecen el producto, si la asociación realiza este proceso directamente podría ser más rentable.

Es importante mencionar que Europa es actualmente uno de los mayores consumidores de banano convencional de Ecuador, especialmente el mercado alemán que es un mercado interesante, porque el consumo de productos frescos ha aumentado su demanda.

La ausencia de cultivos de banano en Alemania le da a la Asociación una ventaja porque permite que el producto tenga más demanda en el mercado, la misma ya cuenta con el conocimiento y los recursos para producir banano de calidad, desde la cosecha hasta el empaquetado del producto, por lo tanto no es

necesario realizar un inversión grande, sin embargo se puede considerar la compra de nuevas maquinarias de producción como tractor agrícola, canguro con subsolador, excavadora, sistema de riego tanque o tina, mesas para las balanzas, transportadores de bandeja, mesas de empaque y transportadoras de caja, todos estos recursos se requiere para que el proceso inicie con el corte de los racimos y sean trasladados con el tractor al área de lavado, los bananos que se encuentren libres de impurezas son embalados y colocados en cada para su respectiva medición de peso y demás características que deben ir en el etiquetado.

Un punto importante es la capacitación a socios que incentiven la exportación masiva de las cosechas de banano, así poder genera fuentes de empleo; pero hay que tomar en consideración que al desconocer todo el proceso de exportación, es necesario que se contrate a una agencia aduanera que le sirva como intermediario en el proceso de exportación, hasta que los mismo productores ganen experiencia y puedan realizar la misma labor, además de contratar a una calificadora para que ayude y capacite con los certificados sanitarios, que solicita Alemania, un tiempo promedio puede ser de 3 a 5 años, o tener un solo representante que se encargue de realizar los trámites de exportación.

Esto se indica como resultado de la entrevista realizada a los 15 productores con mayor número de hectáreas de la asociación, se debe detallar, tabular los resultados de la entrevista, y presentarlos como Apéndices, dando una calificación a las respuestas más comunes o que coinciden los productores, con esto dar respuesta a este objetivo.

Actualmente en el Ecuador existen empresas, asociaciones y fincas que exportan banano, y su demanda está aumentando debido a las nuevas relaciones comerciales del país, el gobierno está impulsando un cambio en la matriz productiva para transformar a Ecuador de un país agrícola a un país agrícola industrial. Al fomentar la realización de industrias que creen valor agregado para los productos primarios, los productos exportables del país se pueden diversificar.

La implementación de este proyecto tiene como objetivo contribuir al desarrollo de la industria local y la diversificación de productos para el mercado

internacional.

Para la Asociación de Fabricantes, despacho de mercancías en el puerto de Guayaquil.

Para exportar banano desde Ecuador, debe tener un certificado fitosanitario. Esto se debe a que la inspección debe ser realizada por los exportadores de los socios estatales que exportarán banano. El horario de inspección de la empacadora es de 7:00 a.m. A 5:00 p.m., y las inspecciones generalmente se realizan en el 2% de los productos enviados.

La inspección se realiza con luz natural, y para la inspección nocturna, debe haber una mesa adecuada con iluminación artificial en el sitio. Para solicitar una inspección, el exportador debe comunicarse con Agrocalidad con 24 horas de anticipación.

Plan de Exportación de la Asociación de Productores Agrícolas "Los Chirijos"

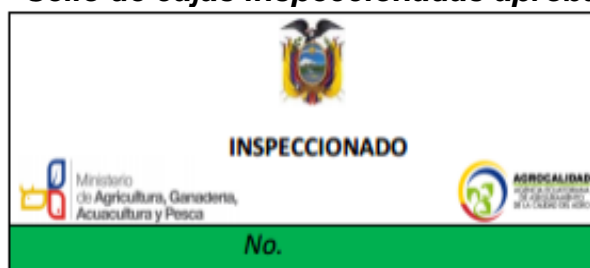
Registro de los exportadores

Los exportadores deben registrarse en MAG. Dado que la función del inspector es prevenir la propagación de plagas, de esto dependerá la aprobación o rechazo de las exportaciones, por lo que el informe emitido estará respaldado por fotografías.

Como resultado, la empresa bananera debe tener un certificado que garantice que tiene un protocolo adecuado para el control de plagas y cualquier anomalía que presente el producto que se desea exportar.

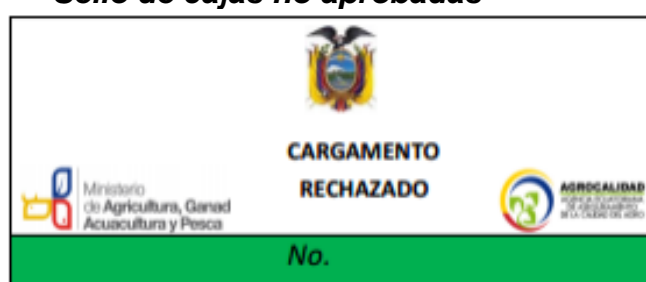
El dueño o agente de la carga debe asistir a la inspección, y la inspección se realiza en un lugar registrado en Agrocalidad. Esta inspección se realiza en los puertos y centros de acopio, y es este último quien elige la carga (camión o contenedor) sobre la que realizar la inspección.

Figura 1
Sello de cajas inspeccionadas aprobadas



Fuente: MAG. Elaborado por: La Autora 2022

Figura 2
Sello de cajas no aprobadas



Fuente: MAG. Elaborado por: La Autora 2022

Para registrarse como productor de banano en el MAG se deben cumplir requisitos tanto para personal naturales como jurídicas. En el caso de las sociedades anónimas según el MAG, es el siguiente.

- Envíe una solicitud al Coordinador Zonal 5 del MAG.
- Adjunte el documento legal de la empresa, que es el certificado de constitución de la empresa. Copia del certificado, copia del certificado de cumplimiento de las obligaciones emitido por el supervisor de la empresa; Copias de nombramientos actualizados de personas que aparecen como representantes legales que deben inscribirse en el registro mercantil;
- Una copia actualizada de RUC relacionada con la producción de frutas.
- Declaración de impuestos sobre la renta por 2 años
- Certificado en la lista blanca del SRI
- Certificado para ayudar al IESS a mantener actualizadas las obligaciones del empleador
- Copia del DNI y derecho a voto de la persona presente como representante

legal.

- Todos los datos de la empresa, como direcciones físicas y electrónicas y medios de contacto.
- La ubicación geográfica y especificación de la propiedad en la que se desarrolla la actividad.
- Divulgación de propiedad debidamente inscrita, o arrendamiento si no es espacio propio.
- Planificación de áreas agrícolas y áreas dedicadas al banano.
- Cumplimiento ambiental
- Contamos con cuentas bancarias con todas las instituciones bancarias del país.
- Certificado de que el estado no tiene deudas.

El transporte Internacional.

El transporte para la exportación del banano se lo realizara por vía marítima al puerto de Hamburgo a través de la empresa Hapag Lloyd, una empresa de transporte de carga de contenedores con más de 165 años de experiencia, tiene una participación el puerto de 37% de los contenedores que importa a mercado alemán.

El Embalaje

Esto se hace en una caja de cartón 22XU, que es una caja estándar para bananos en Europa y América, que puede soportar de 18 a 19 kg. Las frutas se envían a la edad de 11 semanas.

En promedio, con una especificación de caja de un contenedor de 40 pies, 1080 cajas pueden ser transportadas. El embalaje está protegido por cartón y fundas de vacío. El número de palés en un contenedor de 40 pies es de 20 y 54 cajas de 22XU por palé. Usando este principio o cálculo, la cantidad a exportar se determina en 1080 cajas de 100 unidades de banano en promedio.

Figura 3
Imagen del producto embalado



Fuente: PROECUADOR. Elaborado por: La Autora 2022

En concreto, PROECUADOR (2016) establece los siguientes requisitos de etiquetado en Alemania:

- Nombre de los productos.
- Nombre y dirección del producto, empacador, vendedor o importador en lenguaje Alemán.
- La Dirección y nombre del importador.
- El país de origen.
- Ingredientes.
- Peso tanto métrico y volumen.
- Aditivos utilizados y cómo conservarse.
- Expiración y lote.

Requisitos para Productos Orgánicos en Alemania.

En Alemania, como condición para la importación de productos orgánicos, se debe obtener la certificación orgánica, debe ser inspeccionada por las autoridades competentes de la empresa exportadora, y el informe de inspección correspondiente debe enviarse a la autoridad competente de importación. El país que asume que el producto enviado cumple con los requisitos del país de destino.

Las exportaciones de banano y plátano de Ecuador exportan su producto como partida arancelaria 0803, y la diferencia con los bananos orgánicos es que se cultivan sin pesticidas ni aditivos, lo que los hace más saludables y competitivos en el mercado alemán. El arancel de exportación de banano orgánico en Ecuador es 0803.90.11.10.

Incoterm Acogido por la Asociación

El incoterm acogido para la exportación de banano es el FOB, donde el comprador es el encargado de costear los valores de transporte marítimo y los costos de importación, de esta manera se pueden comercializar el producto final a un costo menor que otros países competidores.

Riesgos al Exportar al Mercado Alemán

La gestión de riesgos de exportación no se trata de eliminar riesgos. No existen los negocios libres de riesgos, especialmente cuando se trabaja con socios comerciales y clientes en otros países. En cambio, la gestión de riesgos consiste en tomar medidas para garantizar que una empresa sepa qué y cuánto riesgo enfrenta y cuánto de ese riesgo es capaz de mitigar.

Estos pasos para una gestión más sólida del riesgo de exportación pueden ayudar a las empresas a centrarse tanto en los riesgos individuales como en toda la cartera de riesgos de exportación a Alemania que enfrentan.

- Identificar todos los riesgos potenciales.
- Clasificar cada riesgo de acuerdo con la probabilidad de que ocurra y la gravedad potencial. Estos riesgos pueden incluir riesgos macroeconómicos, como el riesgo de inflación; riesgos políticos, como disturbios civiles o sanciones económicas en un país o región determinados; y riesgos específicos de la empresa, como la posibilidad de una disminución de la demanda del mercado y cambios en la solvencia de los clientes.
- Evaluar estrategias para gestionar estos diferentes tipos de riesgos de exportación, incluido el desarrollo de condiciones de pago personalizadas, dirigiéndose a socios comerciales solo en ubicaciones o industrias

específicas y asegurando contra riesgos específicos y significativos cuando sea posible.

- Monitorear los riesgos a lo largo del tiempo a medida que cambian las circunstancias y las condiciones y ajustar la gestión de riesgos y los enfoques de mitigación de acuerdo con la nueva información.

Un sólido enfoque de gestión del riesgo de exportación permite a las empresas hacer negocios con un mayor número y variedad de socios comerciales internacionales. Una empresa con una sólida gestión de riesgos puede otorgar crédito con más confianza y condiciones de pago favorables para aumentar el crecimiento y solidificar las relaciones comerciales críticas, al tiempo que invierte en otras relaciones con los clientes lentamente a lo largo del tiempo cuando sea necesario.

Por ejemplo, cuando un buen cliente quería condiciones de pago para un pedido mayor de lo normal, una empresa de exportación reconoció que no podría absorber la pérdida si algo saliera mal. Debido a que la empresa no quería perderse el crecimiento que generaría este acuerdo, la empresa comenzó a adoptar una estrategia de gestión de riesgos más proactiva para su negocio de exportación, incluida la compra de un seguro de crédito para sus cuentas por cobrar. Con esa estrategia implementada, la empresa ahora puede aprobar límites de crédito más rápidamente y ofrecer financiamiento en términos abiertos donde sus competidores no pueden.

Existen muchos tipos de riesgos de exportación de banano a mercado alemán. Al hacer negocios a nivel internacional, la asociación puede verse afectada por cambios más extremos en el entorno político o fluctuaciones en los indicadores comerciales y macroeconómicos que los que podrían encontrar en los mercados nacionales. Las normas y culturas comerciales difieren. Los tipos de cambio de divisas suben y bajan. Los cambios en el entorno empresarial, político y legal pueden afectar a las empresas que hacen negocios en un país o región determinados.

Riesgos Políticos

Los exportadores pueden enfrentarse a importantes riesgos políticos al hacer negocios en varios países. Algunos de estos riesgos están establecidos y son bien conocidos, mientras que otros pueden surgir de forma rápida e inesperada. Una nueva elección, sanciones o presiones de los gobiernos de otros países y los disturbios civiles pueden cambiar rápidamente una situación política. En general, cuanto más estables son los sistemas comerciales, financieros y sociales de un país, menos riesgo político representa ese país.

Cuando la situación política en un país cambia o se deteriora, las empresas que operan o hacen negocios en ese país podrían enfrentar una variedad de problemas. Los gobiernos podrían incautar activos. Las empresas pueden tener problemas para mover dinero dentro y fuera del país. Los clientes podrían incumplir los pagos si sus negocios sufren durante tiempos de agitación política o cambios en las políticas gubernamentales.

Debido a que el riesgo político puede ser difícil de predecir o mitigar directamente, las empresas de exportación pueden concentrarse en monitorear de cerca la situación política en los países en los que operan. Con un proceso claro implementado, la empresa puede tomar medidas para limitar su exposición financiera, por ejemplo, reduciendo los límites de crédito para los clientes en ese país, tan pronto como la situación parezca estar deteriorándose para minimizar las pérdidas potenciales. Ciertas pólizas de seguro, incluido el seguro de crédito, también pueden brindar cobertura por pérdidas relacionadas con cambios en el entorno político.

Riesgos Legales

Las leyes y regulaciones varían en todo el mundo. Lo que es una práctica común en un país puede no serlo en otro. Como resultado, las empresas exportadoras podrían enfrentar problemas legales relacionados con varias áreas del negocio, incluidas las aduanas, los contratos, la moneda y la responsabilidad y los derechos de propiedad intelectual relacionados con los productos que venden.

Una de las mejores formas de mitigar los riesgos legales de la exportación

es contratar asesores legales ubicados en la jurisdicción de un país determinado o con experiencia probada en el trato con las leyes locales. Lo último que quiere hacer una empresa es empantanarse en una disputa legal prolongada en un país desconocido que involucra cuestiones legales locales. Dependiendo de asesores legales confiables puede ser de gran ayuda para evitar e incluso anticipar y abordar de manera proactiva posibles problemas legales.

Riesgo Crediticio y Financiero

Al hacer negocios a nivel internacional, el riesgo de impago o incumplimiento por parte de los clientes es uno de los problemas clave con los que deben lidiar los exportadores. De hecho, el riesgo de crédito a la exportación es uno de los riesgos financieros más importantes que puede afrontar una empresa. Conseguir que un cliente moroso pague es difícil incluso cuando ese cliente está en la calle. Puede ser exponencialmente más difícil cuando ese cliente está en otro país.

Incluso evaluar la solvencia de un cliente internacional puede resultar difícil. No todos los países tienen información detallada sobre el historial crediticio pasado o la solvencia crediticia actual de un cliente. Para mitigar estos riesgos crediticios, los exportadores suelen depender del pago por adelantado o garantías crediticias, como cartas de crédito, antes de realizar los envíos. Desafortunadamente, tomar estas medidas podría retrasar los envíos o excluir a los clientes potenciales que no pueden o no quieren proporcionar estos documentos, lo que hace que los exportadores pierdan oportunidades comerciales.

El seguro de crédito a la exportación es quizás la forma más eficaz de abordar el riesgo de crédito a la exportación. Además de proporcionar el pago en caso de incumplimiento de un cliente, el seguro de crédito también puede proporcionar información crediticia importante sobre los clientes actuales y potenciales, lo que permite a los exportadores tomar decisiones crediticias más informadas.

Riesgo de Transporte y Logística

Hacer una venta de exportación es solo el comienzo del proceso. Los productos vendidos ahora deben enviarse al cliente de manera rápida y segura.

Aquí es donde los exportadores pueden encontrar una variedad de riesgos de transporte y logística, que pueden variar según los productos que se envían y los requisitos para hacerlo. Algunos productos requieren refrigeración, no deben exponerse a un calor o frío excesivo, o tener una fecha de vencimiento. Otros productos son extremadamente frágiles, requieren un manejo cuidadoso o deben ensamblarse antes de la entrega al cliente. Todos los envíos deben ser rastreados. Si algo sale mal, el comprador puede intentar negociar una reducción de precio o rechazar el envío por completo (MAG, 2018).

La mitigación de los riesgos de transporte y logística a menudo implica un control de calidad y procedimientos de seguimiento cuidadosos durante todo el proceso. Las empresas especializadas en transporte y logística también pueden aportar su experiencia a este esfuerzo y algunas aseguradoras ofrecen cobertura por pérdidas causadas por retrasos y problemas durante el envío.

Permisos Ambientales

Se debe obtener un permiso ambiental, el cual será emitido por el Director de Medio Ambiente y deberá ser firmado por el Organizador o el Representante Legal, para lo cual se indica a continuación la documentación necesaria:

Tabla 18

Requisitos para permisos ambientales

Permisos ambientales.	a) Formulario de Registro Ambiental y Plan de Manejo Ambiental firmado
	b) Certificado de Intersección (firmado electrónicamente por el MAE y que no interseque con las áreas del SNAP)
	c) Declaración Juramentada de que la información en el Registro Ambiental y Plan de Manejo Ambiental es de su absoluta responsabilidad (impresa y firmada por el representante legal o Propietario)
	d) Consulta de Uso de Suelo factible para la actividad
	e) Registro Único de Contribuyentes (RUC)
	f) Copia de cédula de identidad y certificado de votación del promotor o representante legal

Nota: Esta documentación se la puede obtener digital desde la página de La Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil

Fuente: ARCSA.

Al presentar la solicitud y las reclamaciones preescaneadas y garantizadas por parte del interesado en el sitio web de ARCSA

<http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>, se emitirá la

documentación de autorización para las actividades de las empresas que deban ejercer control y vigilancia sanitaria.

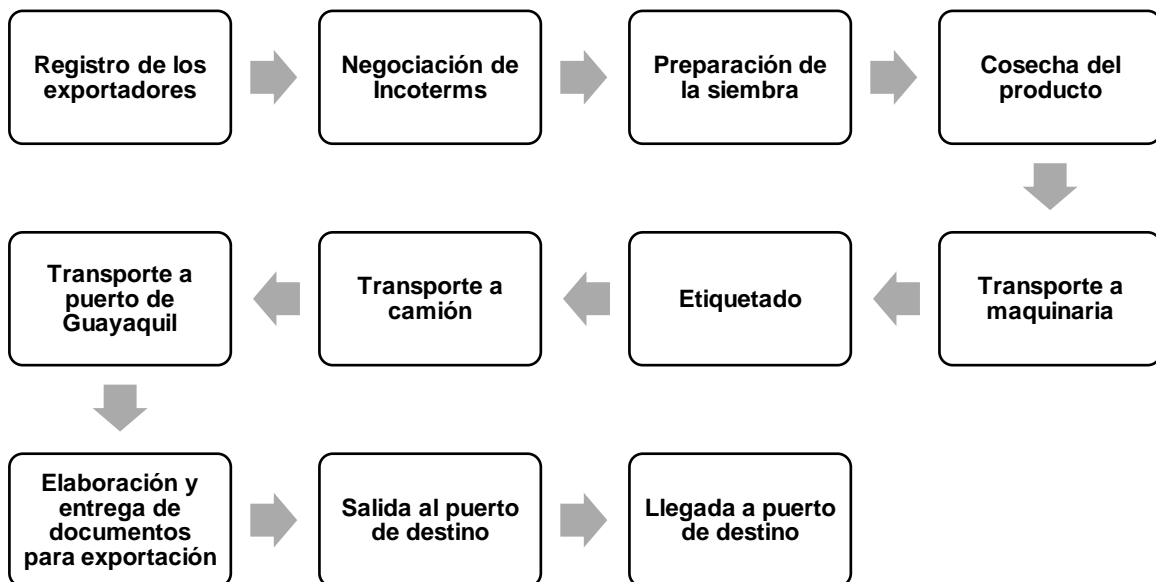
Tabla 19
Procedimiento para solicitud

Procedimiento de Solicitud	<ul style="list-style-type: none"> • Ingrese al Sistema http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/ • Genere un usuario y contraseña si es primera vez, caso contrario utilice el ya creado. (Manual para crear usuario) • Llene la solicitud. • Verifique el código y los requisitos. • Los siguientes requisitos NO son necesarios adjuntarlos porque serán verificados en línea con las instituciones pertinentes. <ul style="list-style-type: none"> ○ Número de Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento. ○ Número de cédula y datos del responsable técnico de los establecimientos que lo requieren (Perfil Representantes Técnicos de Plantas Procesadoras de Alimentos). ○ Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC/RISE) ○ Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, si fuera el caso. ○ Categorización otorgada por el Ministerio de Turismo, si fuera el caso • Imprima la orden de pago para cancelar el valor indicado. • Después de 24 horas de haberse generado la Orden de Pago podrá acercarse a cualquier sucursal del Banco del Pacífico a cancelar el valor. • Después de 48 horas se validará su pago y podrá imprimir su factura y permiso de funcionamiento.
----------------------------	--

Fuente: Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria

Flujograma de Proceso de Exportación

Figura 4
Proceso de Exportación



Elaborado por: la Autora, 2022

Evaluar la Viabilidad Financiera de la Exportación de Banano hacia Alemania.

En la siguiente tabla se muestra el valor de inversión en activos fijos para la asociación, donde el monto a invertir es de \$328.200.00, donde el valor más representativo será en la compra de maquinarias para mejorar el proceso de producción final, el detalle de cada cuenta estará representado en los Apéndices. (Ver detalle en Apéndice 3)

Tabla 20

Inversión inicial

Tipo de Cuenta	Precio Unitario
Edificio	\$5.000,00
Muebles y enseres	\$700,00
Maquinarias y Equipos	\$241.000,00
Equipos de computación	\$1.500,00
Vehículos	\$80.000,00
TOTAL	\$328.200,00

Elaborado por: La Autora, 2022

Otro de los gastos más fuertes de la asociación para la exportación de banano a mercado alemán, es el de contar con maquinaria moderna para facilitar los procesos de producción y exportación, mismos que se detallan en la siguiente tabla, a pesar de que la misma ya cuenta con maquinaria, preferible adquirir nuevos equipos.

Debido a que la asociación no cuenta con documentos que la certifiquen como una empresa legalmente constituida, se tomara en cuenta los valores para constitución de compañía, además de promover el proceso de la firma electrónica que lo garantice como agente exportador de productos.

Tabla 21**Costo de constitución**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
Procesos firma electrónica	1	\$500,00	\$500,00
Permisos Bomberos	1	\$50,00	\$50,00
Ruc	1	\$10,00	\$10,00
Permiso de funcionamiento	1	\$50,00	\$50,00
Publicidad	1	\$100,00	\$100,00
Hojas volantes	1	\$30,00	\$30,00
Arte del Logo	1	\$50,00	\$50,00
Diseñador Gráfico de páginas web y papelería	1	\$500,00	\$500,00
Costo de transporte y gastos por buscar cotizaciones	1	\$150,00	\$150,00
TOTAL POR MES			\$1.440

Elaborado por: La Autora, 2022

El que más destaca es el proceso para la firma electrónica, mismo que lo realizara el agente de aduana, debido a que los socios no están familiarizados al manejo de la computadora, es por esto que se le dificulta el obtener la firma, misma que se lo realiza de manera virtual los primeros pasos.

En la tabla 22 se detalla la inversión total del proyecto de exportación de banano de la Asociación Los Chirijos de Milagro, donde el capital de trabajo estará representado por los costos de constitución y el valor de los imprevistos para ello se requiere de un monto total de \$339.640,00.

Tabla 22**Inversión inicial**

Inversión Inicial	Valor
Activo Fijo	\$328.200,00
Capital de Trabajo	\$11.440,00
Total Inversión Inicial	\$339.640,00

Elaborado por: La Autora, 2022

Del monto total inversión se considerará que aproximadamente el 3% provendrá de fondos propios de los socios y el 97% restante, serán financiados a

través de la banca pública correspondiente al BanEcuador a un plazo de 60 meses, con 11,5% de interés.

Tabla 23

Financiamiento

Inversión Inicial	\$339.640,00
(-) Capital Propio	\$10.000,00
Valor a Financiar	\$329.640,00
Tasa	11,50%
Tiempo	60
Pago	7249,64

Elaborado por: La Autora, 2022

En la siguiente tabla se detalla los valores a pagar por interés y capital para la puesta en marcha del proyecto, los intereses a pagar suman un valor de \$ 105.338,59 y el capital de préstamo es de \$329.640,00, en detalle al valor a cancelar de manera anual acorde al valor a pagar y al interés que genera, La tabla 24 presenta los valores anuales tanto de por interés y capital, la tabla de amortización mensual se encuentra en el Apéndice 2, donde especifica de manera mensual los valores a cancelar por dichos factores.

Tabla 24

Capital e interés del préstamo

Intereses Pagados Por Año			Pago Capital Préstamo		
Año	\$	Monto	Año	\$	Monto
1	\$	35.236,84	1	\$	51.758,88
2	\$	28.960,59	2	\$	58.035,12
3	\$	21.923,29	3	\$	65.072,42
4	\$	14.032,66	4	\$	72.963,06
5	\$	5.185,20	5	\$	81.810,51
TOTAL	\$	105.338,59	TOTAL	\$	329.640,00

Elaborado por: La Autora, 2022

En la Apéndice 3 se especifica los costos por producción de banano en la asociación, entre ellas se destaca la mano de obra por jornada de trabajo en la tierra y el costo por el proceso de empaquetado del producto previo a la

exportación, los valores se detallan de manera mensual para una estimación anual de los costos de producción.

Tabla 25

Mano de Obra de cosecha, corte, transporte de racimo recepción, empaque y paletizado

Descripción	Cantidad	Rutinas	Precio Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Virador	4	1	69	\$ 276,00	\$ 3.312,00
Arrumador	4	4	69	\$ 1.104,00	\$13.248,00
Garruchero	4	2	69	\$ 552,00	\$ 6.624,00
Desmanador	4	1	126	\$ 504,00	\$ 6.048,00
Picador	4	3	72	\$ 864,00	\$10.368,00
Desflorador	4	2	45	\$ 360,00	\$ 4.320,00
Pesador	4	1	72	\$ 288,00	\$ 3.456,00
Enriquegador	4	1	72	\$ 288,00	\$ 3.456,00
Embajador	4	2	78	\$ 624,00	\$ 7.488,00
Paletizador	4	1	90	\$ 360,00	\$ 4.320,00
Secador de caja	4	1	72	\$ 288,00	\$ 3.456,00
Evaluador	4	1	150	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Transporte	4	1	270	\$ 1.080,00	\$12.960,00
Comida	4	1	165	\$ 660,00	\$ 7.920,00
Total				\$ 7.848,00	\$94.176,00

Elaborado por: La Autora, 2022

En la nómina de trabajadores, constará la parte operativa de la empresa, que está conformada por los obreros, jefe de producción y los guardias, se descarta la parte administrativa debido a que el cálculo de los beneficios económicos se realizará con el valor final a la asociación una vez culminado el ejercicio contable anual y cubierto todas sus obligaciones, según la aportación de cada socio, ellos son los responsables de costearse los beneficios sociales.

Acorde a los valores establecidos por la asociación por sueldos y salarios los valores por día de cada trabajador (operario) por 30 días de jornadas (mensual) descartando los beneficios sociales, se considera lo siguiente: para el jefe de operaciones el valor diario es de \$ 26,67, para los guardias el valor diario es de \$ 16,67 y finalmente para el auxiliar el valor diario es de \$ 13,33.

Tabla 26
Nomina

Nómina	Sueldo mensual	Cantidad de empleados	13er Sueldo	14to Sueldo	Aporte Patronal 12,15%	Fondos de Reserva	Vacaciones	Total por empleado	Total del personal
Jefe de operaciones	\$800.00	2	\$66,67	\$32,83	\$83,60	\$0,00	\$33,33	\$1.016,43	\$2.032,87
Guardias	\$500.00	10	\$41,67	\$32,83	\$52,25	\$0,00	\$20,83	\$647,58	\$6.475,83
Auxiliares campesinos	\$400.00	50	\$33,33	\$32,83	\$41,80	\$0,00	\$16,67	\$524,63	\$26.231,67

Elaborado por: La Autora, 2022

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$416.884,40	\$430.308,08	\$444.077,94	\$458.155,21	\$472.898,64

Los gastos de ventas son los valores de asociación que permitan promover la exportación de banano a mercado de Alemania, destacando los costos de exportación, preparación de documentos, control aduanero, manejo de mercadería en puerto, transporte interno y el contrato de una empresa aduanera, encargada de realizar los trámites de exportación de manera mensual.

Tabla 27
Gastos de ventas

Gastos De Ventas		
Detalle	Total Mensual	Total Anual
Gastos de marketing	\$25,00	\$300,00
Mantenimiento	\$200,00	\$2.400,00
Suministros	\$300,00	\$3.600,00
Community Manager	\$500,00	\$6.000,00
Costos de exportación	\$3.315,00	\$39.780,00
TOTAL	\$4.340,00	\$52.080,00

Elaborado por: La Autora, 2022

El valor a cancelar a la agencia aduanera por realizar todos los trámites de exportación de la asociación es de \$3.315,00 mensual, como se detalla en la siguiente tabla.

Y para los gastos se tendrá en consideración los servicios básicos y la compra de materiales para las labores de campo como son los machetes, guantes, mascarillas entre otros (Ver apéndice 4). Y los gastos administrativos se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 28

Gastos administrativos

Gastos Administrativos		
Detalle	Total Mensual	Total Anual
Luz	\$325,00	\$3.900,00
Agua	\$150,00	\$1.800,00
Teléfono	\$50,00	\$600,00
Internet	\$50,00	\$600,00
Materiales de campo	\$4.743,45	\$56.921,43
TOTAL	\$5.318,45	\$63.821,43

Elaborado por: La Autora, 2022

Para el cálculo de ingresos por exportación se tomará en cuenta la capacidad de producción por hectárea comentada por los mismo agricultores que aproximadamente es de 1000 cajas, con la aportación de cada socio al año se espera exportar 34560, es decir que aproximadamente se utilizará 34 hectáreas para la exportación de banano, así se podrá considerar que cada agricultor pueda comercializar de manera independiente una vez por mes, garantizado una relación más colaborativa, o bien la cantidad mensual sea un conjunto de todos los agricultores, el precio de venta estará por debajo del precio oficial de \$ 4,50, debido a que se quiere ganar mercado, y así exportar el producto con mayor facilidad.

Tabla 29**Ingresos**

Descripción	Unidades	Precio unitario	Ingreso Mensual	Ingreso Anual
Cajas de banano	34560	\$3.00	\$103.680,00	\$1.244.160,0 0 \$1.244.160,0
TOTAL			\$103.680,00	0

Elaborado por: La Autora, 2022

Para la debida proyección de los estados financieros, se tomará en consideración los valores de la inflación que puede tener el Ecuador en los próximos años, dichos valores fueron establecidos por el Banco Central, como se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 30**Supuestos de Inflación Proyectada**

Inflación proyectada	
2020	3,35%
2021	3,15%
2022	3,22%
2023	3,20%
2024	3,17%
2025	3,22%
2026	3,19%
2027	3,20%
2028	3,20%
2029	3,20%
2030	3,20%
2031	3,20%
2032	3,20%

Fuente: Banco Central del Ecuador. Elaborado por: La Autora, 2022

En el apéndice 5 se detalla la proyección del estado de situación financiera, los resultados demuestran una disminución en las cuentas del pasivo,

demostrando el pago de las deudas que se tiene con la banca, a su vez se observa un crecimiento de las cuentas de la asociación, las más representativas son caja/bancos y del patrimonio.

En el apéndice 6 se detalla la proyección del estado de resultados, donde se observa un crecimiento en la utilidad neta del proyecto, este valor al ser propio de la asociación, debe ser cuantificado ya sea de manera equitativa por los socios o según el porcentaje de participación en la exportación de cajas de banano (% cantidad de cajas para la exportación), los ejemplos se detallan en la tabla 31.

Se detalla el ejemplo si la participación de los socios es equitativa, cada individuo recibe la misma cantidad de ingresos

Socios	30
Porcentaje de socios	\$8.995,91

En la siguiente tabla se especifica los valores por el porcentaje de participación de los socios en la exportación de cajas de banano, cada valor tendrá un monto diferente.

Tabla 31

Calculo de participación de socios

Socios	Porcentaje de participación	Valor participativo
1	25%	\$67.469,31
2	15%	\$40.481,59
3	10%	\$26.987,72
4	15%	\$40.481,59
5	20%	\$53.975,45
....	15%	\$40.481,59
TOTAL		\$269.877,25

Elaborado por: La Autora, 2022

El ultimo estado financiero a detallarse en el Flujo de efectivo de la asociaron, donde se observa una tendencia de crecimiento en el efectivo neto,

estos valores permitirán cuantificar la rentabilidad del proyecto y conocer el periodo de recuperación de la inversión (Ver Apéndice 7).

El tiempo de recuperación de la inversión, acorde a los valores dados en el flujo de efectivo es de dos años, el negocio de exportación de banano es rentable, debido a que son unos de los productos nacionales con mayor participación en el exterior.

Tabla 32

Payback

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de Caja Neto		\$258.835,03	\$268.105,42	\$275.959,24	\$284.358,55	\$292.585,25
Inversión Fija	-\$328.200,00					
Inversión Corriente	-\$11.440,00					
Resultado	-\$339.640,00	\$258.835,03	\$268.105,42	\$275.959,24	\$284.358,55	\$292.585,25
PAYBACK	-\$339.640,00	-80.804,97	187.300,45	463.259,69	747.618,24	1.040.203,49

Elaborado por: La Autora, 2022

Una vez establecida el periodo de recuperación de la inversión, se procede a cuantificar el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), valores necesarios para determinar la rentabilidad del proyecto. Los resultados obtenidos son para el VAN es de \$700.464,70 y la TIR es de 73,86%. Ambos indicadores sugieren que el proyecto es rentable.

Tabla 33

VAN y TIR

TIR Y VAN	
TMAR	10,00%
TIR	73,86%
VAN	\$700.464,70

Elaborado por: La Autora, 2022

DISCUSIÓN

Ecuador es el mayor exportador mundial de fruta amarilla, representando alrededor del 28,3% de los envíos mundiales en 2016, según Pro-Ecuador y un 40% estimado en 2017 (Urgiles, 2016). El banano representa el 10% de las exportaciones de Ecuador en términos de valor, según Pro-Ecuador. En 2016 exportó 215 millones de toneladas de banano, por un valor de 110 millones de dólares, con destino principalmente a Rusia, EE. UU., UE, Turquía y China (Ordoñez, 2018).

Los agricultores de Ecuador ansían expandirse, pero antiguas regulaciones gubernamentales restringen el tamaño de las haciendas. La industria ha iniciado una campaña para cambiar esto, de modo que sus agricultores puedan crecer y mejorar la eficiencia a través de economías de escala, en la actualidad con la ayuda del Gobierno Nacional, por medio del Plan Nacional de Desarrollo pretende cambiar la matriz productiva, promoviendo las industrias que tengan poca participación comercial.

En contraste, la producción se concentra en menos productores, pero más grandes, en países competidores, como Costa Rica, Colombia y Guatemala, donde los productores más grandes del mundo - Chiquita, Del Monte, Dole, Fyffes y Noboa - juegan un papel más importante (Roca, 2019), pero estas son empresas ya constituidas que cuentan con los recursos para una evolución en las exportaciones nacionales, a diferencia del objeto de estudio que es una asociación que no ha promovido la exportación de sus productos, a pesar de que cuentan con recursos necesarios para obtener un productos de calidad internacional.

De acuerdo a otros proyectos de investigación relacionados a la exportación de productos agrícolas nacional, se pudo diferir que en su mayoría poseen altos niveles de inversión debido a que deben comprar maquinaria de nueva generación para promover la exportación de sus productos, para el presente trabajo de investigación se requiere de \$339.640,00, mucho menor a lo encontrado por Córdova (2018) para potenciar la producción de mangos y derivados donde se necesitó de una inversión de \$1.225,088, porque no se cuenta con una instalación

propia para la siembra y con maquinaria para un mejor proceso de recolección y producción de productos agrícolas.

Adicionalmente, según Cevallos (2014) en su plan de negocios para la comercialización de aguacate el valor de la inversión inicial es de \$1.36.879,79. Y por último Montes (2017) donde la investigación tuvo como objetivo exportar espárragos en conserva la inversión del proyecto fue de \$ 2.229.303,00. La mayoría de los trabajos se han enfocado en la compra y adecuación de terrenos para la producción del producto agrícola, y aparte realizar campañas publicitarias masivas para buscar socios que compartan sus conocimientos y cosecha para una mayor participación en mercados extranjeros.

En cuanto a los niveles de rentabilidad debido al poco valor de la inversión y a la alta participación del banano a mercados extranjeros los valores del VAN son de \$700.464,70 y la TIR es de 73,86% son altas en comparación las investigaciones relacionadas. De acuerdo a Cevallos (2015) su VAN y TIR fueron de \$195.271,42 y 30,66% respectivamente. Por otro lado, Montes (2016), mostro en sus resultados un VAN \$ 230.505,75 y un TIR del 40,94%.

En el desarrollo del presente trabajo se presentaron varias limitantes como el vacío de la literatura, en otras palabras, existen pocos estudios que se enfoca en una empresa o asociación ya establecidas, las investigaciones se enfocan en crear una empresa desde cero, lo que dificultó realizar un comparativo de resultados para la elaboración de la presente discusión.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

La entrevista muestra que los agricultores pertenecientes a la asociación muestran iniciativa a la exportación de sus productos agrícolas, estos mismos ya lo realizan en centros de acopio, sin embargo, desconocen los requisitos y procesos que le facilite la exportación de sus productos sin necesidad de un tercero. Esto representa una oportunidad debido a que las ventas de banano orgánico certificado oscilaron entre 57.000 y 80.000 toneladas en todo el país, ocupando el segundo lugar en el mercado de banano orgánico en Europa, por lo tanto requiere las precauciones necesarias para garantizar que los productos cumplan con los estándares de calidad alemanes, y los exportadores también deben tomar las siguientes medidas trámites de exportación como son permisos ambientales , la emisión de certificados de origen del producto e inspección fitosanitario y prestar atención a la firma de tratado con la Unión Europea.

En Ecuador, es cierto que existen asociaciones o exportadores que actúan como intermediarios (centros de acopio) para la exportación de banano al exterior, pero este proyecto sugiere hacer este proceso sin intermediarios, pero con la ayuda de una empresa aduanera que se encargue de realizar todos los tramites respectivos para el proceso de exportación desde la movilización interna, hasta el bodegaje en la respectiva Aduana.

El estado tiene divididos a los productores, donde algunos considerados pequeños, pero basados en esta investigación podemos indicar que es recomendable asocien pequeños productores, con ello el volumen de caja es más significativo, eliminar los centros de acopio, buscar mercados externos, aumentar el nivel de economía y contribuir a la estructura productiva del país.

Finalmente, se ha determinado la viabilidad financiera del negocio, la inversión total es de \$339.640,00, del cual, el 3% se financia a través de los socios y resto por medio de préstamos bancarios. Es importante aclarar que los socios aportan además del valor económico, con sus activos biológicos, representados en sus hectáreas con las plantaciones de banano.

El estudio muestra que la exportación de banano proveniente de la Asociación de Productores Agrícolas "Los Chirijos" es rentable, reflejando un VAN de \$700.464,70 y la TIR es de 73,86% en un escenario neutral.

RECOMENDACIONES:

Inicialmente, es recomendable implementar la investigación en la zona de estudio, además de contribuir a otras asociaciones que lo requiera, pero se deben implementar nuevos proyectos y estrategias para las exportaciones a otros países como Estados Unidos, demás países de Europa y Asia.

El hecho de que sea una organización ya establecida hace que sea una buena idea, crear normas administrativas adecuadas para optimizar los recursos y controlar sus ingresos y gastos.

Es una buena idea contar con regulaciones de control de alimentos, ya que es necesario informar al mercado alemán y a la empresa que sirva de intermediario para la explotación, que los productos de la asociación cumplen con las regulaciones gubernamentales. Además de esto, la asociación debe obtener certificados de calidad y certificados sanitarios con la producción y comercialización de productos agrícolas.

Es recomendable implementar una nueva estrategia para establecer nuevos mercados para asegurar que los productos de la asociación se establezcan con éxito en otras regiones poco estudiadas. Esto asegura la estabilidad de las ventas, la fidelidad de los clientes y el crecimiento empresarial.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

- Aguilar, B. (2016). *Plan de exportación de mermelada de uvilla a Barcelona*. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1077/1/T-ULVR-1086.pdf>
- Alvarado, E., & Muñoz, Y. (2016). *Plan de negocio: " producción y comercialización de Aguay manto orgánico por la asociación de productores agropecuarios Maripata, Opelel, Chachapoyas, Amazonas, 2015"*. Obtenido de http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/765/FIA_195.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arias, P., & Franco, L. (2016). *Estudio de pre factibilidad para la creación de la empresa dedicada a producción y comercialización de uchuva deshidratada hacia el mercado de países bajos*. Obtenido de <http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/4147/1/ARIAS%20Y%20FRANCO%202016.pdf>
- Baños, P. (2017). *Análisis de la producción de banano orgánico ecuatoriano y su participación en el mercado europeo periodo 2010 – 2015*. Guayaquil.
- Baños, Patricia. (2017). *Análisis de la producción de banano orgánico ecuatoriano y su participación en el mercado europeo periodo 2010 – 2015*. Guayaquil. Recuperado el 19 de Junio de 2020, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7795/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES-338.pdf>
- Bernal, C. (2009). *Metodología de la Investigación. Para Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales*, Pearson Educación. México: México.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia.
- Bernal, Cesar. (2013). *Metodología de la Investigación. Para Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales*. México: Pearson Educación.
- Bucheli, R. (2015). *Impacto potencial en las exportaciones de banano y camarón ecuatoriano hacia la unión europea (2015-2019), dada la suscripción de un acuerdo comercial entre ambas partes*. Recuperado el 10 de Agosto de 2020, de

<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10540/Tesis%20Final.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cadena, C. (2016). *Plan de negocios para la creación de una empresa de producción y comercialización de uvilla deshidratada en el sector norte de la ciudad de Quito año 2016*. Obtenido de <http://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/512/1/TESIS%20CARLOS%20ENRIQUE%20CADENA%20VALENCIA-001.pdf>

Capa, L. B., Alaña, T. P., & Benítez, R. (2016). Importancia de la producción de banano orgánico. Caso: provincia el Oro, Ecuador. *Scielo*, 8(3). Recuperado el 8 de Agosto de 2020, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000300008

Cerón, S. (2015). *Plan de negocios de exportación de snacks a base de plátano (chifles) a lajeado (RS-Brasil) en 2015*. Quito. Obtenido de http://192.188.51.77/bitstream/123456789/8469/1/60440_1.pdf

CFN. (2017). *Ficha sectorial: banano y plátanos*. CFN. Recuperado el 29 de Julio de 2020, de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2017/09/Ficha-Sectorial-Banano.pdf>

Cisneros, C. M. (2015). *Análisis de factibilidad para la exportación de uvilla (physalis peruviana) al mercado Francés en el periodo 2013-2019*. Obtenido de http://192.188.51.77/bitstream/123456789/8451/1/59120_1.pdf

Coronel, P. (2016). *Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización hechas a base de uvillas en la ciudad de Quito*. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/4878/1/UDLA-EC-TINI-2016-43.pdf>

Cuenca, F. (2015). *Plan de exportación de harina de plátano hacia Alemania para el año 2016*. Universidad Tecnológica Equinoccial. Recuperado el 29 de Julio de 2020, de http://repositorio.ute.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/18201/62073_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Dávila, G. (2006). El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales. *Laurus*, 180-205. Recuperado el 26 de Agosto de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/761/76109911.pdf>
- Décker, M., & Ramón, V. (2016). *Análisis de la factibilidad de la exportación directa de banano orgánico hacia Alemania*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil. Recuperado el 29 de Julio de 2020, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6244/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-268.pdf>
- Der Hagopian Tlapanco, H. (2016). Experimentos en una ciencia no experimental. *Investigación Económica*, 75(295), 62. Recuperado el 8 de Junio de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/601/60144179002.pdf>
- Durán, J. (2018). *Plan de negocios para la exportación de banano ecuatoriano hacia el Medio Oriente (Dubái, Emiratos Árabes Unidos)*. Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano, Honduras. Recuperado el 29 de Julio de 2020, de <https://bdigital.zamorano.edu/bitstream/11036/6250/1/AGN-2018-T012.pdf>
- Ekos. (Febrero de 2020). *Ecuador, líder en la producción de banano*. Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/ecuador-lider-en-la-produccion-de-banano>
- Franco. (2009). *La Asociatividad*. Obtenido de <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0067116.pdf>
- García, A., & Montes, M. (2015). *Asociatividad como marco de referencia para estrategia organizacional: caso Asimecar*. Cartagena. Obtenido de <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0067116.pdf>
- Gómez, F. (2020). *Panorama de la teoría financiera*. Obtenido de [https://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1290/01-Panorama%20\(R\).pdf](https://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1290/01-Panorama%20(R).pdf)
- Gonzabay, R. (2017). *Análisis de la política comercial del Ecuador respecto a la exportación de banano, 2007-2014*. Quito. Obtenido de <https://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/4833/1/TESIS%20Gonzabay%20Mazza%20Roberto%20Andr%C3%A9s.pdf>

- Grijalva, E. R. (2015). *Plan de exportación de uvilla y sus derivados para la asociación la quereñita del cantón quero provincia de Tungurahua, hacia sao pauló Brasil.* Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/11256/1/52T00348.pdf>
- Hapag, L. (2016). *Análisis de la factibilidad de la exportación directa de banano orgánico hacia Alemania.* Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6244/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-268.pdf>
- Hernández Sampieri. (2010). *Metodología de la Investigación.* Madrid: Mc Graw Hill.
- Hernández, J. (2016). *La exportación de banano orgánico como alternativa para la diversificación de la oferta exportable en la provincia de el oro.* Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/13738/1/JOHANNA%20FERNANDEZ%20TESIS%20final.pdf>
- Hernández, R. (2010). *Investigación Aplicada.* Madrid: Madrid.
- Hernández, Roberto. (2010). *Metodología de la Investigación; Investigación Cuantitativa.* Madrid: Madrid.
- ley para estimular y controlar la producción y comercialización con fines de exportación y afines. (2010). *En relación al Art. 1 de la.*
- Martínez, N. (2020). *Un trabajo realizado por Asociatividad de los pequeños productores de banano y sus perspectivas de exportación, cantón la Troncal.* Obtenido de <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2336/1/TESIS%20FINAL%20NESTOR%20MARTINEZ.pdf>
- Mendoza, J., & Guerrero, J. (2019). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa exportadora de pulpa de naranjilla a Alemania.* Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12326/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-513.pdf>
- Muñoz, A. (2016). *Plan de negocios para la exportación de arazá en almíbar hacia Alemania en el año 2016-2020.* Obtenido de

http://192.188.51.77/bitstream/123456789/18383/1/68112_1.pdf

Nacional de Regulación, c. y.-A. (2017). *Normativa técnica sanitaria productos de uso humano para exportación*. Obtenido de https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/08/Resoluci%C3%B3n-ARCSA-DE-012-2017-JCGO-NTS_Certificado_Exportaci%C3%B3n.pdf

Ortega, C. (2015). *Plan De Negocio Para La Exportación De Harina De Plátano Hacia Hamburgo – Alemania*. Obtenido de <https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/78/1/ULEAM-COM-0009.pdf>

Ortiz, J. (2019). *Las finanzas conductuales y la teoría del riesgo: ¿nuevos fundamentos para la gerencia financiera?* Obtenido de <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/download/6130/5649/>

Parada, J. (2016). *Enfoque teórico de finanzas y su influencia en la revista “economía y administración”*. Obtenido de <https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=Y2V0eXMubmV0fHByb3lIY3RvZmluYWx8Z3g6N2NjNTA4N2E1Y2ViNWRjYg>

ProEcuador. (2018). *Banano en Alemania*. Inteligencia Comercial. Recuperado el 29 de Julio de 2020, de <https://www.proecuador.gob.ec/estudio-de-banano-en-alemania/>

PromPeru. (2013). *Claves para elaborar un plan de negocios de exportación*. Perú: promPerú.

Rafino, M. E. (2020). Concepto de diseño no experimental. *Ecured*.

Reglamento a la ley para estimular y controlar la producción y comercialización del banano, plátano (barraganete) y otras musáceas afines, destinadas a la exportación. (2015). *Del reglamento a la ley para estimular y controlar la producción y comercialización del banano, plátano (barraganete) y otras musáceas afines, destinadas a la exportación*. Obtenido de <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/ecu165517.pdf>

- Reina, J. A. (2015). *Oportunidades de Mercado en Francia y la Comercialización de pulpa*. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/463/1/356%20oportunidades%20de%20mercado%20en%20Francia%20y%20la%20comercializaci%C3%B3n%20de%20pulpa%20de%20guayaba.pdf>
- Salazar, R., & Cioppo, J. (2015). *Estudio sectorial del banano ecuatoriano de exportación*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Del_Cioppo_Morstadt_Javier/publication/309395087_ECUADOR_EXPORTACION_DE_BANANO_Musa_sp_ESTUDIO_SECTORIAL_DEL_BANANO_ECUATORIANO_DE_EXPORTACION/links/580e06c108aebfb68a50436a/ECUADOR-EXPORTACION-DE-BANANO-Musa-sp-ESTUDI
- SENAE. (2015). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/k_ago_2015_PlanEstrategico.pdf
- Suárez, M., & Suárez, L. (2017). El conocimiento, determinante en procesos de asociatividad: una experiencia en conformación de redes empresariales. *Revista Encuentros*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6068649.pdf>
- Urgilés, S. (2016). *Proyecto de factibilidad para la exportación de banano deshidratado al mercado ruso, período 2014-2023*. Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito. Recuperado el 29 de Julio de 2020, de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/18317/1/66602_1.pdf
- Vargas, A. (2020). *Investigación de Mercados*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/326425903.pdf>
- Viteri, P. (2017). *Plan de negocio de la empresa VIESFRUT S.A. dirigida al proceso de exportación de banano a Rotterdam – Holanda*. Universidad Espíritu Santo, Samborondon. Recuperado el 29 de Julio de 2020, de <http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/1786/1/paula%20viteri%20PLAN%20DE%20NEGOCIO%202017%20%28Recovered%29.pdf>

ANEXOS

Anexo N° 1: Operacionalización de las variables

Tipo de Variables		Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Tipo de medición
INDEPENDIENTE	Plan de Exportación	Un plan de exportación no tiene una estructura predeterminada ya que varía en función de los productos, servicios y características particulares de cada empresa.	*Plan de exportación *Servicio Acreditación Ecuatoriana (SAE).	· Nivel de exportación · Leyes y reglamentos que rigen el sector Comercial internacional	Cuantitativa
DEPENDIENTE	Comercialización	Una de las formas más extendidas de comercialización, es el comercio exterior. Al igual que otra relación comercial, se basa en el intercambio de mercancías y servicios entre empresas ubicadas en diferentes países	*Estrategia de penetración *Ventas* Cadenas de distribución	Financiamiento y Rentabilidad	Cuantitativa

Elaborado por: La Autora, 2022

Anexo N° 2: Modelos de entrevistas

Entrevista dirigida al encargado del área de producción y ventas.

Objetivo: Recabar información directa con la finalidad de elaborar un plan de exportación para mejorar la comercialización de banano de La Asociación de Productores Agrícolas “Los Chirijos” hacia Alemania.

ENTREVISTA PRODUCTOR

1.- ¿Cuántas hectáreas posee la Asociación de Productores Agrícolas Los Chirijos?

2.- ¿Cuántas cajas de banano se producen por hectárea?

3. ¿Qué tipo de control se realiza en el área de producción sobre el producto?

4.- ¿Su producción está destinada al mercado nacional o internacional?

5.- ¿Cuentan con alguna certificación de calidad?

6.- ¿A qué mercado está destinada la producción? local, internacional, Alemania, usa, otros

7.- ¿Cree usted que el banano que ustedes producen cuentan con las características para ser exportado?

8.- ¿A qué mercado internacional consideran ustedes que el producto tendrá buena acogida?

ENTREVISTA AL ENCARGADO DE VENTAS

1. ¿Cuántas cajas de banano vende semanalmente la Asociación de productores Agrícolas Los Chirijos?

2. ¿Los clientes de la Asociación son de los alrededores o están distribuidos en otras ciudades?

3. ¿Cuáles son las formas de pago que maneja la Asociación de Trabajadores Agrícolas Los Chirijos?

4. ¿Las ventas las realiza directamente el encargado de venta o cada socio vende su producto por separado?

5. ¿Los reportes de ventas lo realizan a cada socio o en junta general?

6.- ¿Conoce los precios de comercialización del banano a nivel internacional?

7.- ¿Consideran el mercado internacional es una opción para incrementar los rendimientos de la Asociación?

8.- ¿De acuerdo a su criterio como percibe el futuro de la comercialización del banano en el mercado internacional?

Anexo N° 3: Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES	PERIODO 2020							
	JULIO					AGOSTO		
	1S	2S	3S	4S	5S	1S	2S	3S
Elaboración del proyecto.								
Aprobación y designación del tutor.								
Revisión de los Objetivos/Hipótesis.								
Elaboración del capítulo I.								
Corrección Estado de Arte/Fundamentación Legal.								
Elaboración del capítulo II.								
Corrección Operacionalización de las variables/Técnicas de recolección de datos.								
Revisión y Corrección por parte del tutor.								

Elaborado por: La Autora, 2022

APÉNDICES

Apéndice N° 1 : Inversión de Activos

Edificio

Descripción	cantidad	costo unitario	Costo Total
Adecuaciones	1	\$5.000,00	\$5.000,00
TOTAL	1	\$5.000,00	\$5.000,00

Muebles y enseres

Descripción	cantidad	costo unitario	Costo Total
Escritorio	2	\$150,00	\$300,00
Archivadores	4	\$100,00	\$400,00
TOTAL	6	\$250,00	\$700,00

Equipos

Descripción	cantidad	costo unitario	Costo Total
Tractor agrícola	1	\$24.000,00	\$24.000,00
Canguro con subsolador	1	\$25.000,00	\$25.000,00
Excavadora	1	\$30.000,00	\$30.000,00
Sistema de riego	1	\$60.000,00	\$60.000,00
Tanque o tina	1	\$50.000,00	\$50.000,00
Mesas para las balanzas	25	\$100,00	\$2.500,00
Transportadores de bandeja	4	\$8.000,00	\$32.000,00
Mesas de empaque	25	\$200,00	\$5.000,00
Transportadoras de caja	25	\$500,00	\$12.500,00
TOTAL	85	\$197.803,00	\$241.000,00

Equipos de computación

Descripción	cantidad	costo unitario	Costo Total
Computadoras	2	\$450,00	\$900,00
Impresoras multifuncional	2	\$300,00	\$600,00
TOTAL	4	\$750,00	\$1.500,00

Vehículos

Descripción	cantidad	costo unitario	Costo Total
Camión	4	\$20.000,00	\$80.000,00
TOTAL	4	\$20.000,00	\$80.000,00

Elaborado por: La Autora, 2022

Apéndice N° 2: Tabla de Amortización

PERIODO	PAGO	INTERES	CAPITAL	SALDO
0				\$329.640,00
1	\$7.249,64	\$3.159,05	\$4.090,59	\$325.549,41
2	\$7.249,64	\$3.119,85	\$4.129,79	\$321.419,61
3	\$7.249,64	\$3.080,27	\$4.169,37	\$317.250,24
4	\$7.249,64	\$3.040,31	\$4.209,33	\$313.040,91
5	\$7.249,64	\$2.999,98	\$4.249,67	\$308.791,24
6	\$7.249,64	\$2.959,25	\$4.290,39	\$304.500,85
7	\$7.249,64	\$2.918,13	\$4.331,51	\$300.169,34
8	\$7.249,64	\$2.876,62	\$4.373,02	\$295.796,32
9	\$7.249,64	\$2.834,71	\$4.414,93	\$291.381,39
10	\$7.249,64	\$2.792,41	\$4.457,24	\$286.924,15
11	\$7.249,64	\$2.749,69	\$4.499,95	\$282.424,20
12	\$7.249,64	\$2.706,57	\$4.543,08	\$277.881,12
13	\$7.249,64	\$2.663,03	\$4.586,62	\$273.294,51
14	\$7.249,64	\$2.619,07	\$4.630,57	\$268.663,94
15	\$7.249,64	\$2.574,70	\$4.674,95	\$263.988,99
16	\$7.249,64	\$2.529,89	\$4.719,75	\$259.269,24
17	\$7.249,64	\$2.484,66	\$4.764,98	\$254.504,26
18	\$7.249,64	\$2.439,00	\$4.810,64	\$249.693,62
19	\$7.249,64	\$2.392,90	\$4.856,75	\$244.836,87
20	\$7.249,64	\$2.346,35	\$4.903,29	\$239.933,58
21	\$7.249,64	\$2.299,36	\$4.950,28	\$234.983,30
22	\$7.249,64	\$2.251,92	\$4.997,72	\$229.985,58
23	\$7.249,64	\$2.204,03	\$5.045,61	\$224.939,97
24	\$7.249,64	\$2.155,67	\$5.093,97	\$219.846,00
25	\$7.249,64	\$2.106,86	\$5.142,79	\$214.703,21
26	\$7.249,64	\$2.057,57	\$5.192,07	\$209.511,14
27	\$7.249,64	\$2.007,82	\$5.241,83	\$204.269,32
28	\$7.249,64	\$1.957,58	\$5.292,06	\$198.977,25
29	\$7.249,64	\$1.906,87	\$5.342,78	\$193.634,48
30	\$7.249,64	\$1.855,66	\$5.393,98	\$188.240,50

31	\$7.249,64	\$1.803,97	\$5.445,67	\$182.794,82
32	\$7.249,64	\$1.751,78	\$5.497,86	\$177.296,97
33	\$7.249,64	\$1.699,10	\$5.550,55	\$171.746,42
34	\$7.249,64	\$1.645,90	\$5.603,74	\$166.142,68
35	\$7.249,64	\$1.592,20	\$5.657,44	\$160.485,24
36	\$7.249,64	\$1.537,98	\$5.711,66	\$154.773,58
37	\$7.249,64	\$1.483,25	\$5.766,40	\$149.007,18
38	\$7.249,64	\$1.427,99	\$5.821,66	\$143.185,52
39	\$7.249,64	\$1.372,19	\$5.877,45	\$137.308,07
40	\$7.249,64	\$1.315,87	\$5.933,77	\$131.374,30
41	\$7.249,64	\$1.259,00	\$5.990,64	\$125.383,66
42	\$7.249,64	\$1.201,59	\$6.048,05	\$119.335,61
43	\$7.249,64	\$1.143,63	\$6.106,01	\$113.229,60
44	\$7.249,64	\$1.085,12	\$6.164,53	\$107.065,07
45	\$7.249,64	\$1.026,04	\$6.223,60	\$100.841,47
46	\$7.249,64	\$966,40	\$6.283,25	\$94.558,23
47	\$7.249,64	\$906,18	\$6.343,46	\$88.214,77
48	\$7.249,64	\$845,39	\$6.404,25	\$81.810,51
49	\$7.249,64	\$784,02	\$6.465,63	\$75.344,89
50	\$7.249,64	\$722,06	\$6.527,59	\$68.817,30
51	\$7.249,64	\$659,50	\$6.590,14	\$62.227,16
52	\$7.249,64	\$596,34	\$6.653,30	\$55.573,86
53	\$7.249,64	\$532,58	\$6.717,06	\$48.856,80
54	\$7.249,64	\$468,21	\$6.781,43	\$42.075,36
55	\$7.249,64	\$403,22	\$6.846,42	\$35.228,94
56	\$7.249,64	\$337,61	\$6.912,03	\$28.316,91
57	\$7.249,64	\$271,37	\$6.978,27	\$21.338,64
58	\$7.249,64	\$204,50	\$7.045,15	\$14.293,49
59	\$7.249,64	\$136,98	\$7.112,66	\$7.180,83
60	\$7.249,64	\$68,82	\$7.180,83	\$0,00

Elaborado por: La Autora, 2022

Apéndice N° 3: Costo de producción

Mano de obra

Descripción	Cantidad	Rutinas	Precio unitario	Costo mensual	Costo anual
Desojar	4	5	48	\$ 960,00	\$ 11.520,00
Destallar	4	1	69	\$ 276,00	\$ 3.312,00
Apuntalar	4	1	60	\$ 240,00	\$ 2.800,00
Rozar	4	6	18	\$ 432,00	\$ 5.184,00
Regar	16	1	60	\$ 960,00	\$ 11.520,00
Enfundar	20	2	60	\$ 2.400,00	\$ 28.800,00
Limpiar matas	0,5	30	60	\$ 900,00	\$ 10.800,00
Desijar	0,5	10	84	\$ 420,00	\$ 5.040,00
Desviar hijos	4	4	36	\$ 576,00	\$ 6.912,00
Limpieza de protectores	4	2	36	\$ 288,00	\$ 3.456,00
Limpieza empacadora	4	1	36	\$ 144,00	\$ 1.728,00
Fertilización	4	7	60	\$ 420,00	\$ 5.040,00
Aceitada de línea	1	1	45	\$ 22,50	\$ 270,00
Mantenimiento de canales	0,5	40	75	\$ 75,00	\$29.988,00
Resembrar	0,833	2	75	\$ 75,00	\$ 900,00
Mantenimiento en línea	0,5	1	150	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Mantenimiento de bomba de riego	1	1	390	\$ 390,00	\$ 4.680,00
Mantenimiento de bomba de tina	1	1	30	\$30,00	\$ 360,00
Total				\$ 11.182,50	\$134.190,00

Elaborado por: La Autora, 2022

Apéndice N° 4 : Gastos de materiales de campo y exportación

Materiales de campo				
Detalle	Cantidad		Precio unitario	Costo mensual
Palas		0,5	\$18,00	\$9,00
Palines		0,5	\$14,00	\$7,00
Curvos		2	\$3,00	\$6,00
Rozadoras		0,25	\$630,00	\$157,50
Escaleras		0,16	\$25,00	\$4,00
Fundas de campo		2400	\$0,09	\$216,00
Cuellos de monja		3000	\$0,09	\$270,00
Rollos de cinta		1,33	\$2,25	\$2,99
Nylon para rozadora		0,5	\$33,00	\$16,50
Cabezal para rozadora		0,5	\$18,00	\$9,00
Palos para apuntalar		500	\$1,30	\$650,00
Materia orgánica		100	\$5,00	\$500,00
Sulfato de potasio		15	\$50,00	\$750,00
Sulpomag		15	\$30,00	\$450,00
Bombas de mochila		0,5	\$25,00	\$12,50
Dieses		140	\$1,08	\$151,20
Gasolina		16	\$1,48	\$23,68
Mascarillas		1	\$1,10	\$1,10
Mandiles		7	\$5,00	\$35,00
gafas		1	\$2,50	\$2,50
Guantes		1,66	\$3,00	\$4,98
Botal		1	\$12,00	\$12,00
Machete		0,75	\$10,00	\$7,50
Fumigación		2	\$220,00	\$440,00
Fungicidas		2	\$410,00	\$820,00
Aspersor		150	\$0,90	\$135,00
Costo de agua		1	\$50,00	\$50,00
				\$ 4.743,45

Valores a pagar previo a exportación

Preparación de documentos	\$	205,00
Control aduanero	\$	90,00
Manejo de mercadería en puerto	\$	420,00
Transporte interno	\$	600,00
Empresa aduanera	\$	2.000,00
Toral	\$	3.315,00

Elaborado por: La Autora, 2022

Apéndice N° 5 : Estado de situación financiera

Ítem	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja/ Bancos	\$11.440,00	\$270.275,03	\$538.380,45	\$814.339,69	\$1.098.698,24	\$1.391.283,49
Total Activos Corrientes	\$11.440,00	\$270.275,03	\$538.380,45	\$814.339,69	\$1.098.698,24	\$1.391.283,49
ACTIVOS NO CORRIENTES						
Edificio	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00
Muebles y enseres	\$700,00	\$700,00	\$700,00	\$700,00	\$700,00	\$700,00
Equipos	\$241.000,00	\$241.000,00	\$241.000,00	\$241.000,00	\$241.000,00	\$241.000,00
Equipos de computación	\$1.500,00	\$1.500,00	\$1.500,00	\$1.500,00	\$1.500,00	\$1.500,00
Vehículos	\$80.000,00	\$80.000,00	\$80.000,00	\$80.000,00	\$80.000,00	\$80.000,00
Depreciación Acumulada	\$0,00	-\$40.716,67	-\$81.433,33	-\$122.150,00	-\$162.250,00	-\$202.350,00
Total Activos No Corrientes	\$328.200,00	\$287.483,33	\$246.766,67	\$206.050,00	\$165.950,00	\$125.850,00
TOTAL ACTIVOS	\$339.640,00	\$557.758,36	\$785.147,12	\$1.020.389,69	\$1.264.648,24	\$1.517.133,49
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
Préstamo bancario C/P	\$51.758,88	\$58.035,12	\$65.072,42	\$72.963,06	\$81.810,51	\$0,00
Total Pasivos Corrientes	\$51.758,88	\$58.035,12	\$65.072,42	\$72.963,06	\$81.810,51	\$0,00
PASIVOS NO CORRIENTES						
Préstamo Bancario L/P	\$277.881,12	\$219.846,00	\$154.773,58	\$81.810,51	\$0,00	\$0,00
Total Pasivos No Corrientes	\$277.881,12	\$219.846,00	\$154.773,58	\$81.810,51	\$0,00	\$0,00
TOTAL PASIVOS	\$329.640,00	\$277.881,12	\$219.846,00	\$154.773,58	\$81.810,51	\$0,00
PATRIMONIO						
Capital Social	\$10.000,00	\$10.000,00	\$10.000,00	\$10.000,00	\$10.000,00	\$10.000,00
Utilidad del Ejercicio	\$0,00	\$269.877,24	\$285.423,87	\$300.315,00	\$317.221,61	\$334.295,77
Utilidades Retenidas	\$0,00	\$0,00	\$269.877,24	\$555.301,12	\$855.616,11	\$1.172.837,73
TOTAL PATRIMONIO	\$10.000,00	\$279.877,24	\$565.301,12	\$865.616,11	\$1.182.837,73	\$1.517.133,49
PASIVO + PATRIMONIO	\$339.640,00	\$557.758,36	\$785.147,12	\$1.020.389,69	\$1.264.648,24	\$1.517.133,49
TOTAL	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00

Elaborado por: La Autora, 2022

Apéndice N° 6 : Estado de resultados

Ítem	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
VENTAS NETAS	\$ 1.244.160,00	\$ 1.285.839,36	\$ 1.326.343,30	\$ 1.369.051,55	\$ 1.412.861,20
Costos de Prestación de Servicio	\$ 228.366,00	\$ 235.719,39	\$ 243.262,41	\$ 250.973,82	\$ 259.050,16
UTILIDAD BRUTA	\$ 1.015.794,00	\$ 1.050.119,97	\$ 1.083.080,89	\$ 1.118.077,73	\$ 1.153.811,04
GASTOS OPERACIONALES					
Sueldos y salarios	\$ 416.884,40	\$ 430.308,08	\$ 444.077,94	\$ 458.155,21	\$ 472.898,64
Nomina	\$ 416.884,40	\$ 430.308,08	\$ 444.077,94	\$ 458.155,21	\$ 472.898,64
Gastos Administrativos	\$ 63.821,43	\$ 65.876,48	\$ 67.925,07	\$ 70.078,30	\$ 72.333,42
Luz	\$ 3.900,00	\$ 4.025,58	\$ 4.154,40	\$ 4.286,09	\$ 4.424,02
Agua	\$ 1.800,00	\$ 1.857,96	\$ 1.857,96	\$ 1.916,86	\$ 1.978,54
Teléfono	\$ 600,00	\$ 619,32	\$ 639,14	\$ 659,40	\$ 680,62
Internet	\$ 600,00	\$ 619,32	\$ 639,14	\$ 659,40	\$ 680,62
\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Materiales de campo	\$ 56.921,43	\$ 58.754,30	\$ 60.634,44	\$ 62.556,55	\$ 64.569,62
Gastos De Ventas	\$ 52.080,00	\$ 53.754,58	\$ 55.474,13	\$ 57.247,60	\$ 59.076,94
Gastos de marketing	\$ 300,00	\$ 309,66	\$ 319,57	\$ 329,70	\$ 340,31
Mantenimiento	\$ 2.400,00	\$ 2.476,80	\$ 2.555,31	\$ 2.637,54	\$ 2.721,72
Suministros	\$ 3.600,00	\$ 3.714,12	\$ 3.833,64	\$ 3.955,99	\$ 4.082,58
Community Manager	\$ 6.000,00	\$ 6.193,08	\$ 6.390,74	\$ 6.595,24	\$ 6.806,01
Costos de exportación	\$ 39.780,00	\$ 41.060,92	\$ 42.374,87	\$ 43.729,13	\$ 45.126,31
\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Gastos Financieros	\$ 35.236,84	\$ 28.960,59	\$ 21.923,29	\$ 14.032,66	\$ 5.185,20
Interés del préstamo	\$ 35.236,84	\$ 28.960,59	\$ 21.923,29	\$ 14.032,66	\$ 5.185,20
Otros Gastos	\$ 40.716,67	\$ 40.716,67	\$ 40.716,67	\$ 40.100,00	\$ 40.100,00
Depreciación	\$ 40.716,67	\$ 40.716,67	\$ 40.716,67	\$ 40.100,00	\$ 40.100,00
Total Gastos	\$ 608.739,34	\$ 619.616,39	\$ 630.117,10	\$ 639.613,76	\$ 649.594,20
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 407.054,66	\$ 430.503,58	\$ 452.963,80	\$ 478.463,97	\$ 504.216,84
Participación de trabajadores (15%)	\$ 61.058,20	\$ 64.575,54	\$ 67.944,57	\$ 71.769,60	\$ 75.632,53
Impuesto a la Renta (22%)	\$ 76.119,22	\$ 80.504,17	\$ 84.704,23	\$ 89.472,76	\$ 94.288,55
UTILIDAD NETA	\$ 269.877,24	\$ 285.423,87	\$ 300.315,00	\$ 317.221,61	\$ 334.295,77
UTILIDAD NETA ACUMULADA	\$ 269.877,24	\$ 555.301,12	\$ 855.616,11	\$ 1.172.837,73	\$ 1.507.133,49

Elaborado por: La Autora, 2022

Apéndice N° 7: Estado de flujo de efectivo

Ítem	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$0,00	\$1.244.160,00	\$1.285.839,36	\$1.326.343,30	\$1.369.051,55	\$1.412.861,20
Costo de producción	\$0,00	\$228.366,00	\$235.719,39	\$243.262,41	\$250.973,82	\$259.050,16
Sueldos y salarios		\$416.884,40	\$430.308,08	\$444.077,94	\$458.155,21	\$472.898,64
Nomina		\$416.884,40	\$430.308,08	\$444.077,94	\$458.155,21	\$472.898,64
Gastos Administrativos		\$63.821,43	\$65.876,48	\$67.925,07	\$70.078,30	\$72.333,42
Luz		\$3.900,00	\$4.025,58	\$4.154,40	\$4.286,09	\$4.424,02
Agua		\$1.800,00	\$1.857,96	\$1.857,96	\$1.916,86	\$1.978,54
Teléfono		\$600,00	\$619,32	\$639,14	\$659,40	\$680,62
Internet		\$600,00	\$619,32	\$639,14	\$659,40	\$680,62
Materiales de campo		\$56.921,43	\$58.754,30	\$60.634,44	\$62.556,55	\$64.569,62
Gastos de Ventas		\$52.080,00	\$53.754,58	\$55.474,13	\$57.247,60	\$59.076,94
Gastos de marketing		\$300,00	\$309,66	\$319,57	\$329,70	\$340,31
Mantenimiento		\$2.400,00	\$2.476,80	\$2.555,31	\$2.637,54	\$2.721,72
Suministros		\$3.600,00	\$3.714,12	\$3.833,64	\$3.955,99	\$4.082,58
Community Manager		\$6.000,00	\$6.193,08	\$6.390,74	\$6.595,24	\$6.806,01
Costos de exportación		\$39.780,00	\$41.060,92	\$42.374,87	\$43.729,13	\$45.126,31
Gastos Financieros						
Interés del préstamo	\$0,00	\$35.236,84	\$28.960,59	\$21.923,29	\$14.032,66	\$5.185,20
Otros Gastos						
Depreciación	\$0,00	\$40.716,67	\$40.716,67	\$40.716,67	\$40.100,00	\$40.100,00
Total gastos		\$608.739,34	\$619.616,39	\$630.117,10	\$639.613,76	\$649.594,20
Flujo antes de participación	\$0,00	\$407.054,66	\$430.503,58	\$452.963,80	\$478.463,97	\$504.216,84
Participación de trabajadores		\$61.058,20	\$64.575,54	\$67.944,57	\$71.769,60	\$75.632,53
Flujo antes de impuesto		\$345.996,46	\$365.928,04	\$385.019,23	\$406.694,37	\$428.584,32
Impuesto a la renta		\$76.119,22	\$80.504,17	\$84.704,23	\$89.472,76	\$94.288,55
Flujo después de impuesto		\$269.877,24	\$285.423,87	\$300.315,00	\$317.221,61	\$334.295,77
(+) Depreciaciones		\$40.716,67	\$40.716,67	\$40.716,67	\$40.100,00	\$40.100,00
(-) Pago de Capital Préstamo		-\$51.758,88	-\$58.035,12	-\$65.072,42	-\$72.963,06	-\$81.810,51
Capital de trabajo	-\$11.440,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Activos Fijos en inversión	-\$328.200,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Flujo de Efectivo Neto	-\$339.640,00	\$258.835,03	\$268.105,42	\$275.959,24	\$284.358,55	\$292.585,25

Elaborado por: La Autora, 2022