



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**PLAN DE EXPORTACIÓN PARA EL LOGRO DE LA INSERCIÓN AL  
MERCADO  
RUSO DE LAS EXPORTACIONES DE BANANO DE LA COMPAÑÍA  
IDEASERVI**

**OCHOA ESTRADA ROLAND ELIAN  
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**MERCHAN OCHOA ADRIANA NOEMI  
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA  
2022**



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**PLAN DE EXPORTACIÓN PARA EL LOGRO DE LA INSERCIÓN  
AL MERCADO  
RUSO DE LAS EXPORTACIONES DE BANANO DE LA  
COMPAÑÍA IDEASERVI**

**OCHOA ESTRADA ROLAND ELIAN  
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**MERCHAN OCHOA ADRIANA NOEMI  
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA  
2022**



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**ANÁLISIS DE CASOS**

**PLAN DE EXPORTACIÓN PARA EL LOGRO DE LA  
INSERCIÓN AL MERCADO  
RUSO DE LAS EXPORTACIONES DE BANANO DE LA  
COMPAÑÍA IDEASERVI**

**OCHOA ESTRADA ROLAND ELIAN  
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**MERCHAN OCHOA ADRIANA NOEMI  
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**BENITEZ LUZURIAGA FRANCISCO VLADIMIR**

**MACHALA  
2022**

# Tesis Adriana Merchan - Roland Ochoa

---

## INFORME DE ORIGINALIDAD

---

4%

INDICE DE SIMILITUD

4%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

---

## FUENTES PRIMARIAS

---

1	Submitted to Universidad Técnica de Machala Trabajo del estudiante	1%
2	es.slideshare.net Fuente de Internet	<1%
3	logistica.produccion.gob.ec Fuente de Internet	<1%
4	creativecommons.org Fuente de Internet	<1%
5	docplayer.es Fuente de Internet	<1%
6	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	www.clubensayos.com Fuente de Internet	<1%
8	es.scribd.com Fuente de Internet	<1%
9	www.noticias-oax.com.mx Fuente de Internet	<1%

---

## CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Los que suscriben, OCHOA ESTRADA ROLAND ELIAN y MERCHAN OCHOA ADRIANA NOEMI, en calidad de autores del siguiente trabajo escrito titulado PLAN DE EXPORTACIÓN PARA EL LOGRO DE LA INSERCIÓN AL MERCADO RUSO DE LAS EXPORTACIONES DE BANANO DE LA COMPAÑÍA IDEASERVI S.A EN EL 2022, otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Los autores declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Los autores como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



OCHOA ESTRADA ROLAND ELIAN

0706766912



MERCHAN OCHOA ADRIANA NOEMI

0706709128

## **DEDICATORIA**

A Dios por darnos la vida y la fortaleza para seguir con nuestros objetivos y enseñarnos el valor de las cosas no materiales, sino aquellas que te llenan el corazón. Con mucho cariño a nuestros padres, quienes son incondicionales y han estado con nosotros en toda esta trayectoria de vida y académica, alentándonos cuando sentíamos que ya no podíamos.

*Merchán Ochoa Adriana Noemi*

*Ochoa Estrada Roland Elian*

## AGRADECIMIENTOS

- Agradecemos a Dios por permitirnos gozar de vida y salud para continuar cumpliendo nuestros objetivos.
- A nuestros padres que han sido nuestra inspiración para lograr muchas metas, entre una de ellas, la realización del proyecto de investigación, siendo un requisito a la obtención de nuestro título.
- A nuestros amigos y compañeros del grupo los poderosos, con quienes hemos compartido esta vida estudiantil y nos hemos sabido dar la mano en todo momento como un verdadero equipo.
- A todas las personas que fueron partícipes directa o indirectamente de este camino y nos ayudaron, guiaron, aconsejaron, animaron a no rendirnos por más adverso que haya sido el momento; y que estuvieron con nosotros hasta el final.
- También extendiendo un agradecimiento a los docentes que han formado parte de este proceso académico, quienes han sabido brindarnos consejos tanto educacional como personal para lograr desempeñarnos de manera satisfactoria en el ámbito profesional.
- A la compañía IDEASERVI S.A por permitirnos tomarla como referencia en el desarrollo del proyecto y a la vez, abrimos las puertas para conocer sobre la empresa e información relevante para la investigación.

*Merchán Ochoa Adriana Noemi*

*Ochoa Estrada Roland Elian*

## **ABREVIATURAS Y SÍMBOLOS**

**BCE:** Banco Central del Ecuador

**ACORBANEC:** Asociación de Comercialización y Exportación de Banano

**UE:** Unión Europea

**FAO:** Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura

**ICEX:** España Exportación e Inversiones

**USD:** Dólar estadounidense

## RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene por finalidad elaborar un plan estratégico de exportación para la compañía IDEASERVI S.A, ubicada en la ciudad de Balao, provincia del Guayas. El aporte práctico se plantea en base a la oportunidad de introducirse en el mercado internacional, enfatizando que el banano es uno de los productos que es líder a nivel global y el cual sigue teniendo una acogida considerable. Por lo cual, el objetivo principal es lograr la inserción al mercado ruso de las exportaciones de banano de la compañía IDEASERVI S.A.

El análisis de los resultados obtenidos fue aplicado mediante el método empírico respectivamente la entrevista y la observación, donde se comprobó la importancia de desarrollar un plan de exportación. La investigación tiene un enfoque cuantitativo, ya que se analizó la oferta y demanda del banano hacia el país de Rusia, determinando que es un buen mercado para su inserción. También se permitió el estudio de la empresa y del mercado objetivo. Así mismo, se hizo la aplicación de métodos teóricos, fuentes primarias y secundarias que fundamentan el aporte práctico.

El plan de exportación resultó de gran beneficio para la compañía porque no solo le dio la noción sobre los procedimientos de exportación, sino también de cómo afrontar a la competencia pese a la experiencia que tienen éstas en el mercado y de cómo reaccionaría en base a las fortalezas de la sociedad.

**Palabras claves:** Banano, inserción, mercado internacional, plan de exportación, Rusia

## **ABSTRACT**

The purpose of this research project is to develop a strategic export plan for the company IDEASERVI S.A, located in the city of Balao, province of Guayas. The practical contribution is proposed based on the opportunity to enter the international market, emphasizing that bananas are one of the leading products at a global level and which continues to have a considerable reception. Therefore, the main objective is to achieve the insertion into the Russian market of the banana exports of the company IDEASERVI S.A.

The analysis of the results obtained was applied by means of the empirical method, respectively the interview and the observation, where the importance of developing an export plan was verified. The research has a quantitative approach, since the supply and demand of bananas to the country of Russia was analyzed, determining that it is a good market for its insertion. The study of the company and the target market was also allowed. Likewise, the application of theoretical methods, primary and secondary sources that support the practical contribution was made.

The export plan was of great benefit to the company because it not only gave it the notion of export procedures, but also how to deal with the competition despite the experience they have in the market and how it would react based on the strengths of society.

**Keywords:** Banana, insertion, international market, export plan, Russia

## ÍNDICE GENERAL

REPORTE DE SIMILITUD .....	3
DEDICATORIA .....	4
AGRADECIMIENTOS .....	5
ÍNDICE GENERAL .....	9
ÍNDICE DE TABLAS DE CONTENIDO.....	14
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	14
ABREVIATURAS Y SÍMBOLOS .....	6
RESUMEN .....	7
ABSTRACT.....	8
INTRODUCCIÓN.....	15
CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO .....	18
1.1 Antecedentes históricos.....	18
1.1.1 Comercio internacional .....	18
1.1.2 Inicios y crecimiento del comercio internacional (1980 - 2011).....	19
1.1.3 Importancia de la producción del banano.....	19
1.1.4 Comercio internacional del banano. ....	20
1.1.5 Actualidad del comercio internacional del banano (2011 – 2021).....	21
1.2 Antecedentes conceptuales y referenciales .....	22
1.2.1 Exportación.....	22
1.2.2 Caracterización de la producción de banano .....	22
1.2.3 Caracterización de la comercialización de banano.....	23
1.2.4 Caracterización de la internacionalización .....	24
1.3 Antecedentes contextuales .....	26
1.3.1 Descripción física .....	26
1.3.2 Descripción demográfica.....	28

1.3.2.1 Mercado interno.....	28
1.3.2.2 Mercado externo.....	28
1.3.3 Descripción sociológica.....	29
<b>CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA .....</b>	<b>31</b>
2.1 Tipo de investigación .....	31
2.2 Paradigma o enfoque.....	31
2.3 Población y muestra .....	31
2.3.1 Unidad de análisis.....	31
2.3.2 Población .....	31
2.4 Métodos teóricos .....	32
2.4.1 Histórico-Lógico.....	32
2.4.2 Analítico-Sintético e Inductivo-Deductivo.....	32
2.4.3 Hipotético-Deductivo .....	32
2.4.4 Abstracción-Concreción .....	32
2.4.5 Modelación .....	33
2.4.6 Sistémico .....	33
2.5 Métodos empíricos .....	33
2.6 Métodos estadísticos.....	33
<b>CAPÍTULO 3: DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS .....</b>	<b>34</b>
3.1 Fundamentación teórica del aporte practico .....	34
3.1.1 Antecedentes del plan de exportación .....	35
3.1.2 Plan de exportación .....	35
3.1.2.1 Importancia de un plan de exportación.....	36
3.1.2.2 Fases para internacionalizar una sociedad.....	36
3.2 Presentación y análisis de resultados .....	37
3.2.1 Entrevista.....	37
3.2.2 Observación .....	40

3.2.3 Análisis de los instrumentos aplicados.....	41
3.3 Aporte práctico.....	42
3.3.1 Objetivo de la propuesta.....	42
3.3.1.1 Objetivos específicos del plan de exportación .....	42
3.3.2 Análisis interno.....	43
3.3.2.1 Análisis FODA .....	45
3.3.2.2 Análisis CAME .....	46
3.3.3 Capacidad productiva .....	46
3.3.4 Antecedentes de la unidad de análisis .....	46
3.3.5 Análisis de la demanda internacional .....	47
3.3.5.1 Demanda mundial de banano .....	47
3.3.5.2 Principales países importadores de banano .....	48
3.3.6 Estudio de mercado .....	48
3.3.7 Situación actual del mercado de Rusia.....	49
3.3.7.1 Oferta histórica de banano hacia Rusia .....	50
3.3.7.2 Oportunidad de mercado de Rusia .....	50
3.3.8 Selección del mercado objetivo.....	52
3.3.9 Proceso de exportación.....	52
3.3.10 Etapas para realizar una exportación .....	52
3.3.10.1 Pre embarque .....	52
3.3.10.2 Post embarque .....	53
3.3.11 Puertos utilizados para la exportación .....	53
3.4 Plan de exportación.....	54
3.4.1 Título del plan de exportación.....	54
3.4.1.1 Descripción del plan de exportación .....	54
3.4.1.2 Justificación del plan de exportación .....	54
3.4.2 Datos informativos de la compañía .....	54

3.4.2.1 Descripción del negocio .....	55
3.4.2.2 Capacidad productiva .....	55
3.4.3 Mercado meta .....	55
3.4.4 Recursos humanos necesarios para la exportación.....	55
3.4.5 Requisitos formales para exportar .....	56
3.4.6 Operativa de exportación.....	56
3.4.7 Aspectos internacionales .....	56
3.4.7.1 Precio de banano.....	56
3.4.7.2 Logística internacional .....	56
3.4.7.3 Obtención del certificado de origen .....	57
3.4.7.4 Barreras arancelarias .....	57
3.4.7.5 Barreras no arancelarias .....	58
3.4.7.6 Envío (transporte).....	58
3.4.7.7 Incoterms .....	58
3.4.7.8 Negociaciones.....	58
3.4.7.9 Formas de pago.....	59
3.4.7.10 Etiquetado.....	59
3.5 Análisis de la factibilidad.....	59
3.6 Análisis CANVA .....	60
<b>CAPÍTULO 4: DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....</b>	<b>61</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>63</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>64</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>71</b>
Anexo A. Carta de autorización por parte de IDEASERVI S.A.....	71
Anexo B. Guía de entrevista .....	72
Anexo C. Guía de observación.....	73
Anexo D. Visita a la compañía .....	75

Anexo E. Aplicación de instrumentos.....	76
Anexo F. Plantaciones de banano y área de empaque.....	77
Anexo G. Capacidad productiva de IDEASERVI S.A .....	78

## ÍNDICE DE TABLAS DE CONTENIDO

Tabla 1 .....	29
Tabla 2 .....	45
Tabla 3 .....	46
Tabla 4 .....	47
Tabla 5 .....	48
Tabla 6 .....	49
Tabla 7 .....	50
Tabla 8 .....	54
Tabla 9 .....	58
Tabla 10 .....	60

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 .....	20
Ilustración 2 .....	21
Ilustración 3 .....	21
Ilustración 4 .....	27
Ilustración 5 .....	43
Ilustración 6 .....	51
Ilustración 7 .....	51

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto se desarrolla en base a la inserción de exportaciones de banano de la compañía IDEASERVI S.A, actualmente productora de banano; ésta se encuentra ubicada en la ciudad de Balao, cantón de la provincia del Guayas. La corporación tiene su espacio físico, específicamente una finca de producción de banano, en dirección a la ciudadela Nueva Italia, sector San Carlos. En dicho lugar manejan el proceso correspondiente que conlleva desde las plantaciones hasta las entregas de cajas de banano al intermediario con el que trabajan.

El banano es uno de las frutas más emblemáticas y demandadas a nivel mundial, ya que se caracteriza por ser un producto de calidad. En el 2020 se tuvo un crecimiento en las exportaciones de un 9,3% en lo que respecta al mes de enero a agosto. En ese mismo año, Rusia resultó ser uno de los principales importadores de la fruta y a su vez, el destino donde se consiguió monetizar un valor de 400.405.598 millones USD de divisas al Ecuador. Como resultado es que los mercados a los que se dirige constantemente Ecuador son Estados Unidos y la Unión Europea (Primicias, 2022).

La empresa dentro de sus metas a futuro, tiene la visión de ingresar al mercado internacional, ya que su producto es orgánico y de calidad. Además, constantemente están en la obtención y actualizándose en las certificaciones que hacen que tanto su producto como empresa sean calificados para hacer negocios importantes. Esto es un punto indispensable y esencial para competir en la internacionalización de la empresa.

Dentro del ámbito comercial, es importante que las empresas ecuatorianas se inclinen por ir más allá de sus horizontes, es decir no solo centrarse a producir o vender dentro del mercado nacional, sino que se expandan a mercados internacionales. Tal es el caso, de la compañía IDEASERVI, que aspira a crecer día a día como empresa y obviamente en su actividad comercial. Sin embargo, a la corporación también le genera el interés de tener la posibilidad de expandirse a otro país, con el fin de conquistar un mercado fuera del territorio nacional e incrementar sus ingresos y obtener beneficios para los actores dentro de este proceso.

Sin embargo, una de las principales problemáticas frente a esta situación es la escasez de información de cómo funcionan estos temas de internacionalización, ya que son de mucha incertidumbre para las empresas nuevas. IDEASERVI S.A. al ser una empresa productora de banano, no tiene conocimiento sobre los aspectos a considerar para

emprender en los negocios internacionales; que, si bien es cierto, sería un reto para la compañía. No obstante, es una buena oportunidad para que se proponga una meta a largo plazo, ya que estos temas necesitan ser estudiados y diseñados para realizar estrategias que sean beneficiosos a la empresa.

A raíz de esta situación problemática, se plantea la interrogante de ¿Cómo lograr la inserción al mercado ruso de las exportaciones de banano de la compañía IDEASERVI en el 2022? De tal forma, que el objeto de estudio de esta investigación es el proceso de comercialización internacional de banano, que le permita a la sociedad expandirse al mercado internacional. Probablemente las causas son el escaso estudio de mercado, de los procedimientos para realizar una exportación y el desconocimiento de estrategias para internacionalizar la empresa, venta de banano orgánico, ya que la productora bananera nunca antes ha exportado, solo se ha manejado a través de intermediarios a quienes venden su fruta.

El panorama resulta ser algo crítico, porque al no tener las mismas posibilidades que una empresa que sí exporte, no reciben la paga de un precio justo, que promueva el comercio justo, siendo esta una de las causas que motive a emprender en las transacciones internacionales. Por tal motivo, se plantea el objetivo de lograr la inserción al mercado ruso de las exportaciones de banano de la compañía IDEASERVI S.A. en el 2022 mediante el plan de exportación. Esto da lugar a que, su campo de acción sea la gestión de exportación.

El banano es uno de los productos agrícolas principales que intervienen en la historia de las exportaciones; el banano ecuatoriano es considerado con mayor importancia a nivel mundial. Por esta razón, Espinoza et al. (2017) indica que los estándares de calidad de este banano son muy buenos, el sabor es otra de las características que lo hace apetecible para los mercados internacionales, este banano contiene estas características por la ubicación geográfica de Ecuador.

Por ello el plan de exportación está encaminado a guiar y dar una idea para direccionar a la empresa y su producto al mercado internacional. Se consideran algunos puntos clave como el diagnóstico de la organización para realizar un análisis de cómo se encuentra actualmente interna y externamente, sus capacidades, competencia y estrategias. También la identificación del mercado meta en cuanto las características geográficas, demográficas y el comportamiento del consumidor en base a sus necesidades, gustos y

preferencias. Así mismo, las estrategias que implemente para impulsar su crecimiento tomando en cuenta las fortalezas de la empresa; y establecer las estrategias que se pretenda efectuar para concertarlo al contexto de la organización (López et al. 2020).

La hipótesis generada para la investigación de este estudio de caso es “si se implementa un plan de exportación, entonces se logrará la inserción al mercado ruso de las exportaciones de banano de la compañía IDEASERVI S.A en el 2022”, con el fin de internacionalizarse al mercado extranjero. En consecuencia, se estudia la variable independiente que refiere al plan de exportación y la variable dependiente que es la inserción al mercado ruso de las exportaciones de banano.

Los métodos teóricos a emplear son el histórico-lógico, analítico-sintético e inductivo-deductivo, hipotético-deductivo, abstracción-concreción, modelación y sistémico. También se aplica el método empírico reflejada en la entrevista y observación para recopilar información que condense a la investigación del proyecto, cuyos resultados serán de alto impacto económico, social, ambiental y tecnológico.

El proyecto trata de contribuir en los resultados de una manera trascendental en la inserción de las exportaciones de banano de la compañía IDEASERVI hacia el mercado ruso. Esto a su vez, motiva a la sociedad para que expanda su producto al exterior, lo cual también generará nuevos ingresos de divisas y beneficios a aquellos que intervienen directa e indirectamente en este plan de exportación.

El presente estudio de caso, se estructura en cinco secciones: en la primera sección refiere a la introducción y el capítulo I que redacta la contextualización y conceptualización del objeto de estudio. En la segunda sección refiere a la metodología del proyecto investigativo. En la tercera sección muestra los resultados del estudio ejecutado. En la cuarta sección se muestra la discusión de los resultados. Por último, en la quinta sección se mencionan las conclusiones, recomendaciones, bibliografías y anexos.

# **CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO**

## **1.1 Antecedentes históricos**

Se debe tener la noción de conocer algunos términos que tienen relación al proceso evolutivo de la comercialización que ha tenido el banano en el comercio internacional.

### **1.1.1 Comercio internacional**

El comercio como ya es de conocimiento general tuvo su surgimiento a partir de las distintas necesidades que tenían cada una de las naciones; por lo cual era necesario intervenir con alguna acción que pueda satisfacer estas; a causa de esto se realizaron los intercambios comerciales de bienes, servicios, inversiones hasta los talentos que tenían algunos personajes importantes de la historia. Todo esto para satisfacer las necesidades que tenían las naciones.

Según nos indica, Sánchez e Hidalgo (2021) los primeros intercambios comerciales en el mundo se dieron a partir de un sistema conocido como el trueque, el cual estaba enfocado en las culturas que tenían las distintas civilizaciones, esto les permitía satisfacer sus necesidades. Cabe recalcar que este sistema apertura las canales de distribución en los mercados para provisionar de productos a distintas regiones.

Las etapas que se presentaron en la evolución del comercio internacional específicamente fueron dos: la primera etapa de la globalización que se fomenta a partir de los grandes avances tecnológicos y uno de los principales motivos para que esta etapa terminará fue la aparición de la primera guerra mundial. Luego se dio la segunda etapa de la globalización que surge a partir del fin de la segunda guerra mundial y desde entonces ha ido en crecimiento hasta la actualidad.

El comercio mundial ha obtenido un crecimiento masivo desde sus inicios tanto así que a comparación de las distintas producciones que se realizan alrededor de todo el mundo no se compara con las actualizaciones y mejoras en el intercambio comercial internacional. Esta comparación entre el comercio y la producción se referencian por la conexión que tienes estos dos ámbitos; para ser exactos según estudios realizados el comercio ha tenido un alto porcentaje de incremento anual por lo que han generado millones de divisas las mismas que se multiplican cuatro veces en comparación a la producción.

### **1.1.2 Inicios y crecimiento del comercio internacional (1980 - 2011)**

El comercio internacional según cifras de Romero G y Antonio F (2015) se ha ido evolucionando drásticamente por lo que su valor se incrementó alrededor de 7% del promedio anual, estas cifras se transmitían en los billones de ingresos que se generaron hasta el año 2011, con estos resultados el valor del comercio mundial se ha mantenido por encima de la producción mundial.

El comercio mundial cumple con aportarles a los países que están en vías de desarrollos las facilidades para que puedan incrementar sus producciones tanto en los bienes y las materias primas y que les permita intercambiar sus productos o servicios con otras naciones. Con el transcurso se han eliminado algunas barreras que interrumpían algunas negociaciones internacionales, esta eliminación se convirtió en la puerta principal para el comercio y la rentabilidad de la economía.

Con el transcurso de los años algunas tendencias se han intensificado en el comercio internacional, por lo tanto, López y Hernández (2021) reconocen que a diferencias de varias décadas pasadas la economía mundial ha sido marcada por el comercio internacional en base a las desigualdades de las rentas y riquezas. Gran parte de estas tendencias han marcado una prosperidad en el desarrollo de los intercambios comerciales, la comercialización ahora es posible de llegar a cualquier parte del mundo en base a la globalización y demás tendencias que se forman en el camino.

### **1.1.3 Importancia de la producción del banano**

Según Acaro et al. (2021) indica el grado de importancia que ha sido la producción ecuatoriana de banano para el desarrollo del comercio internacional, Ecuador es uno de los principales países en la exportación de banano que se ha destacado entre su competencia desde sus primeras ventas internacionales; la producción de banano ecuatoriana cumple con grandes estándares de calidad; a causa y beneficio de su ubicación geográfica.

El banano es parte de los alimentos más consumidos a nivel global, por sus altos componentes nutritivos. Por lo que desde los tiempos prehistóricos ha sido y es considerado uno de los primordiales productos que mayormente consumía el individuo en aquel tiempo. Esta fruta ha logrado convertirse en uno de los principales sustentos económicos de algunas naciones, especialmente los de América Latina. En Ecuador, el

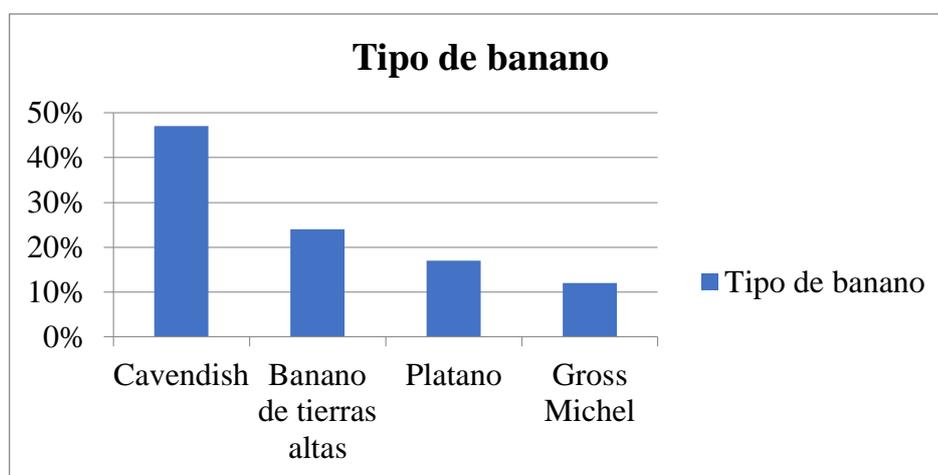
banano ocupa un espacio importante en la generación de divisas, por lo que dentro de sus mayores importadores está la Unión Europea (UE) donde va dirigido más del 40% de sus ventas internacionales (León et al, 2020).

#### 1.1.4 Comercio internacional del banano.

El crecimiento de la producción bananera ha ido evolucionando y según datos de León et al. (2021) las estimaciones al banano producido es alrededor 6.719.720 ha, cabe recalcar que las variaciones por el tipo de banano son de la clase Cavendish, el banano de tierras altas, el plátano y gross michel; para mejor comprensión de este estudio realizado por la FAO, se demostraran gráficamente aquellos porcentajes referente al tipo de banano.

#### Ilustración 1

*Tipo de banano*

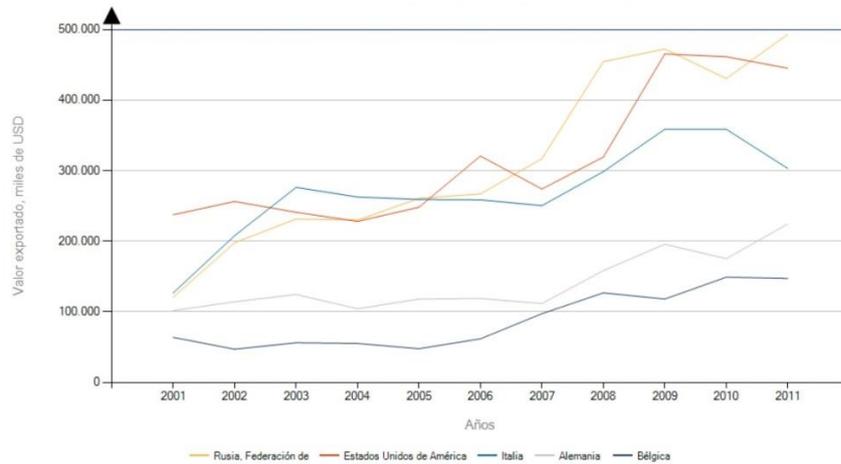


*Nota:* León et al. (2021)

Desde sus inicios el sector bananero presento varias cifras como indicadores de su Trade Map (2022) incremento de exportaciones a distintos países de Europa. En base a datos obtenidos en (Trade Map, 2022) se muestran los incrementos que tuvieron las exportaciones de banano entre el año 2001 y 2011:

## Ilustración 2

Exportaciones de banano entre 2001 y 2011



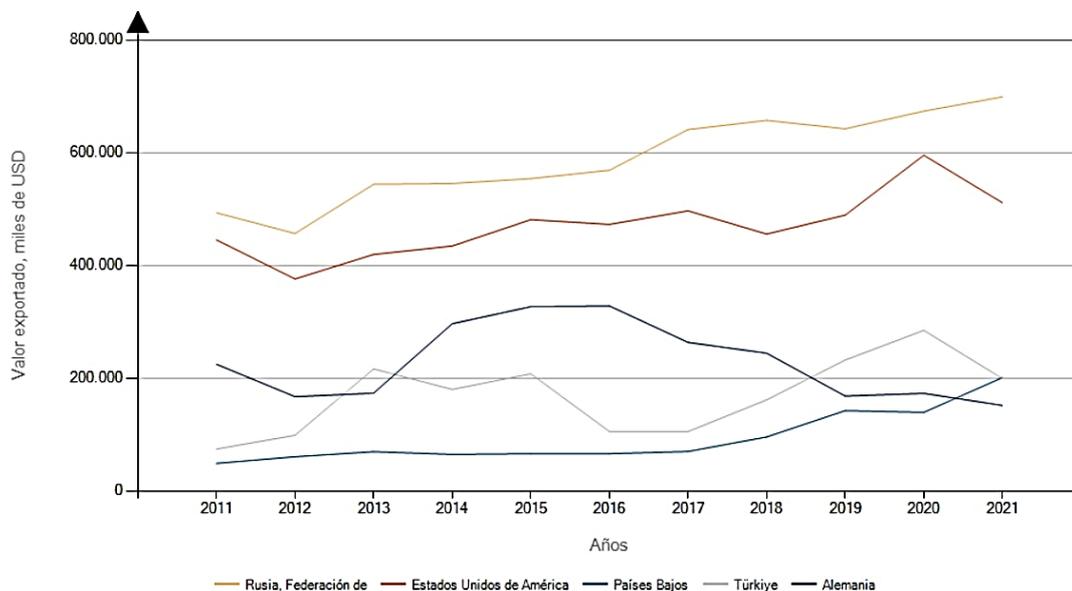
Nota: Trade Map (2022)

### 1.1.5 Actualidad del comercio internacional del banano (2011 – 2021)

En cuanto a la actualidad el comercio internacional de banano por muchos años ha tenido algunas variaciones, con respecto a la última década se muestran datos obtenidos desde (Trade Map, 2022) :

## Ilustración 3

Exportaciones de banano entre 2011 y 2021



Nota. Trade Map (2022)

## **1.2 Antecedentes conceptuales y referenciales**

A continuación, se conceptualiza algunos términos que guardan relación al objeto de estudio que se estudia en la investigación.

### **1.2.1 Exportación**

La exportación son aquellas ventas internacionales que todas las naciones han realizado hace mucho tiempo, este tipo de intercambio comercial puede suceder por distintos factores, el principal es por satisfacer las necesidades que tenga un país. Por lo tanto Macías et al. (2020) indica que la balanza comercial se refiere al registro de exportaciones e importaciones de un determinado país, este tipo de intercambio forman parte algunos actores, pero entre ellos los que destacan son el vendedor que es considerado como exportador y el comprador que términos de comercio internacional se denomina como importador.

Las exportaciones son acciones que influyen directamente en la economía de un país, por lo tanto Torres y Campuzano (2021) nos indica que el intercambio internacional de bienes y servicios se lo denominaría como balanza comercial de un país, esto desde el inicio del comercio se ha establecido como uno de los esenciales indicadores de evaluar si el desarrollo económico de una nación tienes prosperidad o no; este tipo de análisis va enfocado a las exportaciones e importaciones en un periodo determinado.

Básicamente todas las exportaciones son para abastecer necesidades y así mismo influir en el desarrollo económico de un país; en cuanto a las exportaciones banano (García y Vite, 2021) nos indica el banano es uno de los productos con mayor consumo a nivel mundial, de la misma forma este fue uno de los primeros productos agrícolas en ser exportado. Con el pasar de los años se han dado apertura a nuevos mercados por las relaciones comerciales que van teniendo los países, los acuerdos comerciales como el de la Unión Europea ha permitido la inserción de banano a mercados como Rusia, este país es uno de los principales importadores de banano en estos últimos tiempos.

### **1.2.2 Caracterización de la producción de banano**

Hace mucho tiempo atrás, la producción de banano, a través de los años ha evolucionado y mejorado algunos procesos de producción en cuanto al tipo de banano a exportar; en el caso del banano orgánico se fue implementando al verse los problemas que ocasionaba la producción convencional, debido a que en este proceso se exponía la

vida de la naturaleza y de los humanos al exponer a fuertes químicos que afectan su salud, las empresas iniciaron el cuidado necesario en estos aspectos que se ligaban a su imagen de responsabilidad corporativa y la rentabilidad económica de las mismas.

La producción y exportación de banano en Ecuador es una de las potencias a nivel mundial, por tal motivo deben cumplir con altos estándares de calidad que exigen los diferentes mercados mundiales; esto también ejerce un tipo de presión en las empresas ya que en la actualidad la tecnología ha permitido a muchos países la mejora de calidad en sus frutas, por tal motivo el mercado internacional se ha convertido drásticamente competitivo para Ecuador.

Según nos indica, Capa et al. (2016) se han vistos resultados de que la producción orgánica es necesaria para abrir caminos a la estabilidad económica de una empresa, para la vida de los consumidores y un método sostenible para los empleados que ejercen sus manos de obra; además la FAO, los productos orgánicos se han convertido en un sistema mundial para la producción y el método de la agricultura sostenible.

### **1.2.3 Caracterización de la comercialización de banano**

La comercialización o la distribución de productos es un proceso necesario que pueden emplear las empresas tanto para ejercer un mejor servicio a sus usuarios o aminorar gastos en su economía, dentro de esta organización para la salida de los productos se muestran diversos actores fundamentales para la correcta distribución; uno de estos son los distribuidores que mediante planes logísticos son los encargados de agregar eficiencia dentro de sus entregas. La comercialización o distribución conlleva una gran organización, pero para las empresas siempre es recomendable exigir que este proceso sea accionado con pocos intermediarios para garantizar entregas responsables y con los costos racionales para sus clientes.

Según nos indica Velazco y Meleán (2017) dentro de este proceso tan importante destacan los siguientes actores desde los productores que son encargados de realizar el producto, los centros de distribución en el caso de que la empresa utilice este servicio o los mismos distribuidores de la entidad, también toman importancia los agentes de mercados minoristas como mayoristas, los transportistas locales e internacionales y en el proceso de intercambio internacional los exportadores e importadores.

La comprensión de la comercialización de banano en Ecuador se puede lograr de la siguiente forma como lo indica Álvarez et al. (2022) es primordial el conocimiento de todas las actividades fundamentales que forman la cadena productiva o cadena de valor dentro de la producción. Esta cadena de producción es un mecanismo esencial para determinar la ventaja competitiva que existe en el sector agrícola, su papel fundamental es establecer las acciones dentro del proceso productivo para aumentar un valor en el producto final. Esta cadena de valor claramente se distingue por las etapas primarias y secundarias; en las primarias se lleva a cabo la producción y el envío del banano al comprador para luego en las secundarias ya realizar la distribución del producto.

Estas dos definiciones en base a la comercialización utilizadas por los autores toman como referencias acciones de grandes responsabilidad para obtener mejor eficiencia en las entregas, como lo indica Velasco y Meleán; un proceso que conlleva el compromiso de muchos actores que haciendo hincapié en lo dicho por Álvarez, Naranjo, Pérez y Carvajal se necesita mucho conocimiento de si la empresa realmente emplea correctamente la cadena de valor; entonces de tal forma la comercialización debe ser un proceso adecuado y organizado porque de esto dependerá para que la empresa tenga un fuerte impacto en los mercados internacionales lo que les genera un gran volumen de ventas y por ende un buena rentabilidad.

El banano ecuatoriano es uno de las frutas reconocidos a nivel mundial, debido a sus altos estándares de calidad; este aspecto permite una alta comercialización internacional de banano. Según García et al. (2016) nos indica que existen algunas formas de comercializar el banano; la principal es el banano en cajas que pueden ser paletizados o a granel, también se lo puede comercializar por compotas las cuales son actas para bebes, la harina de banano o banano pulverizado, en bebidas como jugos, el banano en laminas fritas y por último el banano bajo congelación.

#### **1.2.4 Caracterización de la internacionalización**

La internacionalización de una empresa es considerada como uno de los procesos con gran importancia y complejidad a la vez para una empresa, en primeras instancias se vuelve importante por la estabilidad que le puede ofrecer a la empresa además de la inserción en nuevos mercados internacionales y de la misma forma para alcanzar la meta de la internacionalización las entidades deben cumplir con distintas disposiciones tanto del mercado local como del mercado objetivo.

Este proceso para López et al. (2021) es considerado gradual que llevan a cabo las distintas empresas en donde se van comprometiendo a expandirse según los recursos que posean, este proceso conlleva de gran esfuerzo para cumplir el objetivo final, de tal forma para ejecutar la internacionalización de una empresa se debe realizar un análisis previo en cuanto a los costos y las ventas que se podrán proporcionar en un futuro.

Las organizaciones deben tener en claro que para incursionar en el proceso de internacionalización y conquistar un mercado exterior, debe tener una idea previo sobre los procedimientos pertinentes para no sufrir complicaciones fuertes en su primera experiencia (Torres et al. 2021).

Además, estos autores exponen las responsabilidades que se deben tomar en cuenta en una internacionalización, es decir desde la existen etapas que comienzan con la exportación de un producto mediante la ayuda de distintos intermediarios, también se puede mejorar la internacionalización a través de las exportaciones a sucursales establecidas en el mercado destino. Se debe enmarca que para la internacionalización se debe administrar una inversión extranjera que abarate los distintos gastos futuros en otro país

La internacionalización es un proceso que necesita de algunos aspectos para ser realizada de la mejor forma, por eso Mideros et al. (2021) se refieren al marketing estratégico un complemento para internacionalizar una empresa, pero para esto se necesita el seguimiento de algunos procedimientos; los cuales comienza con la exploración de nuevos nichos de mercados correspondientes al producto o servicio que se vaya a ofertar, los mercados que se ubiquen deben ser segmentados para incursionar en el mercado específico, otro de los pasos importantes es la valoración de este mercado, encaminar a la organización a la búsqueda de beneficios y como último delinear un plan estratégico para generar buenos resultados.

En base a lo dicho por estos autores se puede evidenciar que un proceso de internacionalización conlleva tiempo de dedicación y la delimitación de responsabilidades, por lo que se indica en la primera revista, toda empresa debe analizar su situación y la situación que tendrá con la internacionalización y complementado lo que dice Mideros y compañía la única opción de poder ejecutar este proceso es con la búsqueda de mercados y algunos casos acoplarse a las distintivas que existen en ese posible mercado.

La internacionalización de las empresas en la actualidad es un tema de mucha importancia la cual debe ser realizada de una forma organizada, es por esta razón que (Casanova y Ceniceros, 2020) nos indica que gran parte de los países desarrollados ya han establecido con anterioridad las políticas a seguir al momento de la internacionalizar; es un acto que brinda un mayor porcentaje de efectividad para las empresas que deseen internacionalizarse, mejorando su rendimiento actual y así mismo estructurando un mejor futuro para su desarrollo y crecimiento.

### **1.3 Antecedentes contextuales**

En este apartado se habla sobre los antecedentes contextuales en cuanto a la descripción física del banano, cultivo, comercialización internacional de esta fruta y su valor nutricional. También se menciona sobre la descripción demográfica que refiere a los datos estadísticos del mercado externo e interno del banano.

#### **1.3.1 Descripción física**

Las exportaciones de banano son parte base de la economía del país, por ende, muchos de los empresarios con visión internacional fortalecen sus empresas que producen dicha fruta para no sólo comercializarla dentro del país, sino que se enfoquen en vender fuera del país. La compañía IDEASERVI S.A que tiene la inspiración a largo plazo de introducirse en el mercado internacional y exportar una de las frutas más demandadas a nivel mundial.

El presente proyecto se desarrollará en el cantón Balao, provincia del Guayas dentro del contexto de aplicación de la compañía IDEA SERVI S.A. Esta sociedad se sitúa en dirección al solar 02 parroquia Ximena según datos del SRI y su ubicación física se encuentra en la ciudadela Nueva Italia, sector San Carlos.

## Ilustración 4

### Mapa de ubicación de IDEASERVI S.A



*Nota: IDEASERVI*

De acuerdo a la misión que tiene establecida la empresa es la siguiente:

Somos una familia ecuatoriana dedicada a la producción sustentable y sostenible de banano orgánico, orientada a cumplir con los más altos estándares de calidad, inocuidad alimentaria, seguridad y responsabilidad social. Ofrecer a los clientes un producto libre de químicos, trabajado con la más alta responsabilidad ecológica. Con tamos con el personal apto, enfocado encaminado a la eficiencia y excelstitud para el trabajo de campo.

Con respecto a la visión que tiene señalada la empresa es la siguiente:

Ser reconocidos como una familia líder en la producción de bananos orgánicos, certificados de alta calidad; efectuando los más exigentes requisitos sociales y ambientales adaptables en nuestro país. Haciendas Clavijo se caracteriza por la búsqueda de la eficiencia de nuestro proceso productivo y mejorar nuestra competitividad y capacidad de reacción para asumir cualquier cambio que se haga en el procedimiento de producción con el propósito de resguardar su crecimiento, rentabilidad, estabilidad y competencia en los mercados.

## **1.3.2 Descripción demográfica**

### **1.3.2.1 Mercado interno**

El cantón Balao fue fundado el 17 de noviembre de 1987, cuenta con 26.348 habitantes aproximadamente, con una extensión territorial de 469 Km<sup>2</sup>. Su limitación es al oeste con Jambelí, al este con la provincia azuaya, al norte con el cantón Naranjal y al sur con Tenguel. La ciudad de Balao cuenta con una producción fructífera de banano, frutas, maíz, yuca, entre otros. (Prefectura del Guayas, 2022)

Según cifras del Ministerio del Comercio Exterior (2017) el Ecuador cuenta con aproximadamente 162.236 hectáreas con siembra de banano que están dirigidas con un aproximado de 4.473 productores de musáceas.

Es preciso indicar que Rusia es un país que debido a su clima no tiene tierras idóneas para que se dé el cultivo de productos primarios, por lo cual no es capaz de producir frutas. Por tal razón, este país es uno de los principales importadores de banano con un 14%, encabezando la lista de las importaciones desde América Latina. (Dirección de Inteligencia de Negocios, 2020)

Por tal motivo, Ecuador es un país que ha sabido aprovechar las propiedades enriquecedoras de sus tierras para producir productos que son consumidos a nivel mundial. Ecuador es uno de los esenciales vendedores de banano para la Unión Europea, especialmente para Rusia, siendo el segundo cliente principal de esta fruta con un 22% de intervención en el mercado ruso. (FreshPlaza, 2021)

### **1.3.2.2 Mercado externo**

Es preciso indicar que Rusia es un país que debido a su clima no es capaz de producir frutas, por esta razón es uno de los principales importadores de banano con un 14%, encabezando la lista de las importaciones desde América latina (Dirección de Inteligencia de Negocios, 2020). Es así que, Ecuador es un gran referente que comercializa el banano al mercado internacional, por sus ventajosas oportunidades de hectáreas fértiles y clima. Este es un país que ha sabido aprovechar esto a su favor, por lo que es un importante proveedor de banano a Rusia, siendo el segundo cliente principal de esta fruta con un 22% de intervención en el mercado ruso. (FreshPlaza, 2021)

A continuación, se detalla algunos aspectos importantes del país Rusia, uno de los mayores importadores de banano. Esta información básica permite conocer más sobre el mercado meta que se ha elegido para la exportación de banano que pretende realizar la empresa.

**Tabla 1**

*Información básica de Rusia*

<b>RUSIA</b>	
<b>Continente</b>	Europa, Asia
<b>Superficie</b>	17.098.250 Km <sup>2</sup>
<b>Capital</b>	Moscú
<b>Idioma</b>	Ruso
<b>Moneda</b>	Rublos rusos (1 EUR=57,6022 RUB)
<b>PIB Per cápita</b>	10.312 € euros
<b>Población</b>	145.558.000
<b>Religión</b>	Cristianismo

*Nota:* La tabla 1 indica algunas características importantes que resaltan del mercado objetivo, resaltando que es un país con gran poder adquisitivo para poder hacer negociaciones, en especial cuando existe un Tratado de Libre Comercio que beneficie a la parte compradora y vendedora. (Datos macro, 2020)

### **1.3.3 Descripción sociológica**

La compañía IDEASERVI S.A posee 90.11 hectáreas de cultivo de banano y las plantaciones que tiene están sembradas en la provincia del Guayas. El conjunto de sus plantaciones está equipado con los recursos, materiales, insumos y equipo tecnológico

para consumir con los modelos de calidad que requiere el mercado nacional para mejorar y estar al nivel de las grandes competencias.

La compañía tiene su campo físico en la hacienda Italia, donde maneja áreas de empaque y administración para el correcto direccionamiento de los procesos de producción. Contiene un stock de los materiales e insumos que están disponibles para su funcionamiento. Respecto a su personal de trabajo, están capacitados para desarrollar las funciones pertinentes a la actividad agrícola y administrativa de la empresa. La relación que mantiene el personal dentro de la compañía es pacífica y colaborativa.

## **CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA**

### **2.1 Tipo de investigación**

El tipo de investigación relacionada con las exportaciones de banano de la compañía IDEASERVI S.A en el 2022 según su finalidad es aplicada, según su objetivo gnoseológico es explicativa transformadora, según su contexto es de campo, según el control de las variables es experimental, según su orientación temporal es longitudinal, según su nivel de generalidad estudia una situación específica.

### **2.2 Paradigma o enfoque**

El tipo de investigación relacionada con las exportaciones de banano de la compañía IDEASERVI S.A en el 2022 se desarrolla desde un paradigma cuantitativo.

### **2.3 Población y muestra**

#### **2.3.1 Unidad de análisis**

La unidad de análisis es la compañía IDEASERVI S.A, específicamente se la dirige al gerente de la sociedad, para la aplicación de los instrumentos empíricos, tales como la entrevista y la observación con el fin de obtener información relevante.

#### **2.3.2 Población**

La población que se toma en el proyecto de investigación es la Compañía IDEASERVI S.A, la cual su actividad principal es la producción de banano. La compañía ofrece una fruta de alta calidad y vende dentro del mercado nacional a un intermediario. La sociedad está conformada por dos socios, quienes se encuentran vinculados dentro del mismo círculo familiar. La empresa se encuentra ubicada en la provincia del Guayas con dirección a la ciudadela Nueva Italia, sector San Carlos.

La muestra que se toma de la población es el gerente de la compañía IDEASERVI S.A, puesto que tiene la experiencia intelectual, la práctica y experiencia en el sector agrícola; el mismo que a su vez, les representa uno de los mayores ingresos económicos del país, como lo es el sector bananero.

## **2.4 Métodos teóricos**

### **2.4.1 Histórico-Lógico**

El método histórico-lógico para determinar la evolución de la gestión de exportación en el proceso de comercialización internacional de banano en relación a la inserción al mercado ruso de las exportaciones de banano de la compañía IDEASERVI S.A en el 2022.

### **2.4.2 Analítico-Sintético e Inductivo-Deductivo**

El método analítico-sintético y el inductivo-deductivo para caracterizar gnoseológica, económica y socialmente el proceso de comercialización internacional de banano. Así mismo, para caracterizar gnoseológica y metodológicamente la gestión de exportación. De igual forma, valorar la situación actual de la inserción al mercado ruso de las exportaciones de banano de la compañía IDEASERVI S.A en el 2022. Finalmente, valorar teóricamente el plan de exportación para la inserción al mercado ruso de las exportaciones de banano de la compañía IDEASERVI S.A en el 2022.

### **2.4.3 Hipotético-Deductivo**

El método hipotético – deductivo durante el transcurso de toda la investigación: desde la valoración de la inserción al mercado ruso de las exportaciones de banano de la compañía IDEASERVI S.A en el 2022 hasta la deducción de conclusiones como resultado de la corroboración de la incidencia del plan de exportación para lograr la inserción al mercado ruso.

### **2.4.4 Abstracción-Concreción**

El método de abstracción-concreción desde la valoración de la inserción al mercado ruso de las exportaciones de banano de la compañía IDEASERVI S.A, la construcción del marco teórico sobre el proceso de comercialización internacional, hasta la fundamentación, elaboración y aplicación teórica de un plan de exportación para lograr la inserción al mercado ruso de las exportaciones de banano de la Asociación compañía IDEASERVI S.A en el 2022.

#### **2.4.5 Modelación**

La modelación teórica para la fundamentación, elaboración y corroboración teórica de un plan de exportación para lograr la inserción al mercado ruso de las exportaciones de banano de la compañía IDEASERVI S.A en el 2022.

#### **2.4.6 Sistémico**

El método sistémico para elaborar el plan de exportación para lograr la inserción al mercado ruso de las exportaciones de banano de la compañía IDEASERVI S.A en el 2022.

#### **2.5 Métodos empíricos**

Los métodos empíricos que se utilizan en la investigación para medir la valoración de la situación actual de la inserción al mercado ruso de las exportaciones de banano de la compañía IDEASERVI S.A en el 2022 y la valoración teórica del plan de exportación en la inserción al mercado ruso de las exportaciones de banano de la compañía IDEASERVI S.A en el 2022 son la entrevista y la observación.

#### **2.6 Métodos estadísticos**

Por la interpretación estadística del presente proyecto se manejará el método matemático porcentual, para valorar la situación actual del de la inserción al mercado ruso de las exportaciones de banano de la compañía IDEASERVI S.A en el 2022, exactamente se usará este método para la interpretación estadísticas de la información recopilada.

## **CAPÍTULO 3: DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS**

En este capítulo se fundamenta teóricamente la propuesta de la investigación con el fin de argumentar situaciones que realcen el aporte práctico que se enmienda para este proyecto. Dentro del contenido se enfatiza sobre el objetivo, la importancia y procesos de un plan de exportación. De igual forma se detalla sobre aspectos internos y externos referentes a la empresa. También se realiza el análisis de los instrumentos aplicados y la discusión de los resultados con el fin de identificar el escenario de la situación de la organización a fin de introducirse en el mercado internacional.

En este proyecto se esperan alcanzar resultados positivos y generar un impacto económico, social, tecnológico y científico en la inserción al mercado ruso de las exportaciones de banano de la de la compañía IDEASERVI S.A en el 2022. Debido a que el objetivo de esta investigación es lograr la inserción al mercado ruso de las exportaciones de banano de la Compañía IDEASERVI S.A en el 2022 mediante el plan de exportación para internacionalizarse.

Esto se espera lograr con la utilización de métodos empíricos y teóricos con el fin de obtener información relevante para ejecutar el aporte practico, siendo este un plan de exportación. Es de gran relevancia que la empresa que tiene dentro de su actividad principal la producción de banano, se permita tener la noción de este plan, ya que es un impulso para modelar el desarrollo futuro de este aporte práctico dentro de la organización.

### **3.1 Fundamentación teórica del aporte practico**

Esta investigación se realiza para dar a conocer sobre los aspectos, procedimientos y demás puntos importantes que se debe tener en cuenta para que una empresa pueda dirigirse al mercado internacional. Por ende, el aporte práctico que se menciona es el plan de exportación para la inserción al mercado ruso de las exportaciones de banano de la compañía IDEASERVI SA en el 2022. Adicional a esto, los métodos que se aplican para este proyecto es el método empírico con el objeto de obtener información que condense relevancia a la investigación.

### **3.1.1 Antecedentes del plan de exportación**

En la actualidad todo tipo de empresa, emprendimiento o negocio familiar debe plantearse distintas estrategias que aporten a su estabilidad económica, para mejorar su competitividad, a nivel nacional e internacional. Para las empresas exportadoras es recomendable ejercer un plan de exportación, en donde puedan especificar cada uno de los aspectos con mayor grado de importancia en la negociación internacional; este análisis es muy amplio, siempre debe empezar desde lo interno (empresa) hasta lo externo en donde existen varios partícipes como intermediarios, agentes, proveedores, clientes, etc.

De acuerdo a Banchón et al. (2021) se debe tener presente que las exportadoras tienen que estar al tanto de las gestiones para exportar, porque puede darse algunas variables, de las cuales deben ser reconocidas para que sirvan de apoyo en el estudio del mercado al que se desea ingresar.

Cómo lo indica Baque et al. (2020) al momento de empezar un proyecto todo se relaciona a la idea principal la cual debe sostenerse y arrancar con distintos motores; este se lo empieza desde un análisis, planificación y organización para poder determinar la rentabilidad que tendrá el proyecto. El plan de exportación es otro de los promotores a cumplir con la idea inicial, basándose en el estudio del mercado objetivo y las acciones que se deben realizar para obtener buenos resultados.

### **3.1.2 Plan de exportación**

Un plan de exportación se ha convertido en un documento bastante útil para las empresas que desean iniciar o ya son exportadoras; debido a que este es un implemento que les permite saber distinguir al mercado que desean realizar la inserción, permite conocer los distintos riesgos y oportunidades que pueden encontrar en el camino de tal forma se puede armar un plan de contingencia y poder resolver cualquier tipo de problema.

Además, como este permite conocer mejor los mercados se pueden crear estrategias para mejorar las relaciones con proveedores, clientes y los agentes que ayudaran en el intercambio comercial. El plan de exportación no conlleva de una estructura definida a seguir, cada empresario es capaz de adaptar este mecanismo a las necesidades de sus empresas según el bien o servicio que se proponga al exterior.

Mediante estos planes de exportación se busca directamente la eficiencia y rentabilidad de las exportaciones de una empresa, de tal forma sea visible una continuidad de ventas que generen menos costos y mayores ganancias. A pesar de que el plan de negocios no exponga una estructura definida hay puntos que son necesarios para la elaboración del mismo, en donde desempeñan los siguientes:

- Descripción del objeto de la entidad
- Análisis del mercado destino
- Los recursos dentro de la empresa
- La logística de la empresa
- Aspectos internacionales (mercado destino)
- Aspectos de la producción (mercado origen)
- Riesgos a enfrentar
- Proyecciones financieras
- Resultados (después de la primera exportación)

Por estas razones Águila y Díaz (2020) considera que la exportación debe llevar obligatoriamente un procedimiento de investigación para generar buenos resultados, de tal forma que la empresa exportadora se acople a procesos de formación, planificación e inversión, este es un proceso largo que se extiende en muchas etapas, entre estas destaca la decisión de exportar en un mercado potencial y como saber contactarse con los posibles prospectos.

#### **3.1.2.1 Importancia de un plan de exportación**

Dentro del libro de Compañía de Comercio y Exportación Puerto Rico (2012) especifica que el plan de exportación es el mecanismo que sirve para que las empresas puedan incursionarse en nuevos mercados y también le permite realizar estrategias para prever distintos riesgos y obstáculos en el proceso de exportación, identificar las oportunidades que ofrecen los mercados de la misma forma facilitando la toma de decisiones.

#### **3.1.2.2 Fases para internacionalizar una sociedad**

Al momento de querer incursionar y lanzarse al mercado internacional, no es sólo de desearlo, sino de decidirlo y tomar las acciones correspondientes que se requieren para iniciar una exploración previa, especialmente cuando las empresas no tienen la experiencia. Es así que, Bello (2021) de forma general, menciona algunas etapas que

dan inicio a las nociones que debe tener y accionar la empresa interesada en exportar, siendo éstas:

- Área de exportación
- Evaluación de un FODA
- Técnicas de innovación
- Exploración y selección del potencial cliente
- Búsqueda de canales de distribución
- Promoción y publicidad
- Contar con un buen capital

### **3.2 Presentación y análisis de resultados**

En este caso, se realizó la aplicación de la entrevista y la guía de observación en la compañía IDEASERVI, siendo esta el contexto de aplicación del proyecto investigativo. Se empleo la entrevista al gerente de la compañía IDEASERVI S.A, el Ing. Efraín Clavijo representante legal de la misma, y a su vez, dueño de otras propiedades dedicadas a la producción de banano. Él tiene una experiencia alrededor de 20 años en la parte bananera.

La actividad de IDEASERVI es la producción agrícola, procesamiento y venta de banano en el mercado nacional, cabe recalcar que tiene más de 1 año en manos de su actual dueño, porque fue comprada recientemente. Sin embargo, es importante enfatizar que esas tierras tienen más de 25 años produciendo banano. En lo que respecta a la superficie de la compañía, IDEASERVI posee 90.11 hectáreas. El tipo o variedad de banano que produce es Cavendish, siendo este, uno de los productos más consumidos a nivel global. Cabe resaltar que la fruta es orgánica, lo cual suma puntos a favor para competir en el mercado.

#### **3.2.1 Entrevista**

##### **1. ¿Qué tipo de banano producen?**

El banano que nosotros producimos es el banano orgánico, cuya variedad es el Cavendish.

##### **2. ¿En qué año la empresa empezó con la actividad agrícola del banano?**

Si bien es cierto, nosotros adquirimos esta nueva propiedad y como compradores nuevos, tenemos a la empresa a nuestro cargo recién, hace un año. Pero más o

menos los dueños anteriores mencionaron que la empresa tenía unos 25 años de producción de banano.

**3. ¿Considera que el sector bananero es una de las fuentes de ingreso primordiales para el país?**

Si, el sector bananero es una de las actividades que genera más ingresos en el país, nos caracterizamos por ser el primer país exportador de banano y la provincia de El Oro, la capital mundial del banano. A pesar de que nosotros nos ubicamos en un sector cercano entre la provincia de El Oro y la provincia del Guayas, se produce también el banano y mueve bastante la economía.

**4. ¿Cuál es la capacidad de producción que tiene la empresa?**

La empresa tiene una producción de 2000 cajas por hectárea al año.

**5. ¿Qué certificaciones posee la empresa?**

La empresa como principal certificación es orgánica. Luego tenemos una certificación que es casi obligatoria hoy en día para poder exportar a la comunidad europea o Estados Unidos es la certificación Global GAP. Y Global GAP en sí, es inocuidad de higiene en el proceso. También tenemos la certificación de Rainforest que es una certificación con prácticas socioambientales, es decir que a nosotros nos evalúan socialmente que paguemos los roles correspondientes con las bonificaciones que corresponden a los trabajadores. Y en las prácticas ambientales obviamente que apliquemos técnicas que mitiguen los efectos en el medio ambiente.

**6. ¿Ha considerado adquirir nuevas certificaciones y de qué tipo?**

Si, porque ahora en este mes de julio pasamos la certificación, que es de FSSC es de la seguridad alimentaria. Y mantener otra certificación aparte de la que recién implementamos pues “No”, lo que más bien estamos tratando es de mantenernos en las que ya tenemos, ya que las exigencias dentro de las certificaciones que ya mantenemos cada vez aumentan. Es decir, te pongo un ejemplo, Rainforest Alliance nos ponían diez requisitos que tenemos que cumplir para obtener la certificación, pero hoy hay una nueva norma donde ya no son 10 requisitos, sino que son 50 requisitos. Entonces, lo que tratamos es de mantenernos en las certificaciones y obviamente estar al día con las nuevas versiones.

**7. ¿Le gustaría dirigirse al mercado internacional, y por qué?**

Claro que nos gustaría dirigirnos al mercado internacional, es lo que busca toda

empresa, sobre todo por el precio directo, que ya no va a ver intermediarios. Muchas veces, la mayoría de las ganancias se la quedan los intermediarios, al que nosotros le vendemos; y porque nosotros sabemos que la caja de banano en el mercado es elevada, es mayor. Sin embargo, al productor es muy mal pagada la caja de banano, entonces sería magnífico poder vender directamente al importador y así tener un mejor precio de la caja de banano, lo que beneficiaría tanto al productor como a los trabajadores.

**8. ¿La empresa cumple con las exigencias de aplicación para la producción del banano dentro del mercado nacional?**

Sí, porque la verdad es que nos caracterizamos por tener una de las certificaciones más importantes que es Rainforest Alliance. Entonces, tenemos bastante competitividad en el mercado y es una caja que es apetecida internacionalmente. Porque la comunidad internacional hoy en día se fija mucho en las prácticas de sostenibilidad que están aplicando los productores, no solo de banano sino de cacao, café y de todos los productos que salen del Ecuador.

**9. ¿La empresa está en condiciones de cumplir con las exigencias que se requieran para dirigirse al mercado internacional?**

No, porque en realidad, somos una empresa nueva que está en proyecto y que aún no nos hemos enfocado y no tenemos claro cuáles serían los procedimientos o pasos a seguir para ser una exportadora. Sabemos que son muchos trámites legales y que obviamente como certificadores, si queremos vender la fruta certificada como los que ya tiene el productor, tendríamos que certificarnos para exportar, ósea cumplir con las normas internacionales. Pero las exigencias para la cadena de suministros como nosotros la denominamos que son las exportadoras, son un poco diferentes a la de los productores.

Obviamente que, si aplicamos para allá, tendríamos que ver cuáles son las exigencias para una exportadora y poderlas aplicar porque no son las mismas que la de un productor. Sin embargo, como productores si estamos capacitados y cumplimos con las exigencias del mercado, mas no, como exportadores porque ese es un proyecto que aún no se ha iniciado y que hay que ver si pasa en un futuro.

**10. ¿La producción que tiene la empresa está o estaría en condiciones de cubrir un mercado para exportar banano?**

En calidad, nosotros cumplimos estrictamente las condiciones para poder

exportar directamente la fruta, el problema es que cuando uno exporta generalmente, la exportación se hace un mercado grande donde nuestra capacidad productiva no abastecería para una exportación en la comunidad europea, Rusia. Ya que generalmente te piden muchos contenedores y nosotros apenas tenemos una finca, entonces debería ampliarse más la extensión como productor.

**11. ¿Cuál es la ventaja competitiva de su empresa y producto?**

Hoy en día nosotros no hemos tenido inconvenientes con relación al caos que se ha generado en el sector bananero en el país por las diferentes dificultades que se ha presentado en el mercado internacional. Pero, nosotros no hemos sufrido mucho este golpe en el sector bananero debido a una ventaja competitiva que tenemos, ya que siempre nos buscaron para vender las cajas de banano. Una de estas es tener el certificado orgánico, la integridad orgánica es difícil de que hoy en día las productoras la mantengan.

Y otra es tener la certificación que se denomina Rainforest Alliance que son muy pocos los productos del Ecuador que la tienen debido a que es una normativa muy exigente, que a veces, como productores no quieren cumplir, que más bien va aplicado a lo social y ambiental. Eso sería mi mayor ventaja competitiva, la certificación de orgánico y la de Rainforest porque estas son certificaciones opcionales. Ya que la certificación de Global GAP hoy por hoy no es opción sino obligación, entonces todas las productoras las tienen.

**12. ¿Cuál es la estrategia corporativa que tiene la compañía?**

No tenemos una estrategia corporativa, no se ha planificado nada. Somos una empresa nueva que apenas ha podido conseguir las certificaciones y aún se siguen planteando objetivos para crecer más como empresa.

**3.2.2 Observación**

El método de la observación fue aplicado en las instalaciones de la hacienda Italia, perteneciente a la razón social de la compañía IDEASERVI, la cual se ubica en el sector San Carlos, cantón Balao, provincia del Guayas, con el fin de obtener datos informativos y conocer la situación de la corporación. Dentro del lugar, se observó algunos aspectos a evaluar tales como la infraestructura, maquinarias, equipos,

materiales, normas de bioseguridad y las diferentes áreas de trabajo y actividades que desempeña el personal.

Se evidenció sobre las actividades del personal, los materiales que utilizan y la ordenanza de las pautas de bioseguridad apegadas a la empresa. Para cada área se designa una persona que controle y dirija las actividades correspondientes a desarrollar. Por ejemplo, el bodeguero que se encarga del registro de la entrada y salida de insumos y materiales mediante kárdex.

Cuenta con un stock acorde a las necesidades de la hacienda, se realiza una revisión pertinente las herramientas de trabajo, las mismas que están en buen estado y se lleva un control en base al cumplimiento con las tareas asignadas al personal tanto administrativo como de campo. De igual manera, posee con recursos y equipos tecnológicos para el funcionamiento de la corporación en general.

Dentro de los espacios que tiene la empresa para el proceso de producción de banano y logística está el área de empaque. Aquí se cuenta con maquinaria propia como garruchas para trasladar la fruta del campo al área de empaque. En cuanto a las oficinas de administración desempeñan algunas funciones, entre ellas la emisión de guías de traslado de las cajas de la fruta hacia su intermediario. Otros documentos son los registros de las siembras, cosechas y demás actividades relacionadas al proceso antes mencionado.

### **3.2.3 Análisis de los instrumentos aplicados**

La empresa ha logrado obtener certificaciones importantes para su crecimiento y mantenimiento dentro del mercado, ya que cuenta con la certificación orgánica para su producto, Global GAP de buenas prácticas agrícolas, referente a los procesos de la producción agrícola.

También cuentan con la certificación Rainforest Alliance que refiere a las prácticas socioambientales, es decir al compromiso colectivo con sus trabajadores y las técnicas que mitiguen los efectos en el medio ambiente.

Estos logros que ha alcanzado la compañía en cuanto a las certificaciones han sido muy significativos no solo de la producción o producto, sino también de la reputación que tanto trabaja la empresa y el beneficio para todas las partes que intervienen en la misma.

Esto también ha hecho que los intermediarios que se encargan de vender la fruta al mercado internacional, les interese tener como proveedor principal a IDEASERVI.

IDEASERVI es una compañía productora de banano, ya que solo es proveedor nacional de esta fruta. La compañía manifiesta que aún le falta trabajar en ciertos puntos que considera que debe tener la empresa para dirigirse al mercado internacional, tales como aumentar su capacidad de producción, seguir mejorando en sus procesos agrícolas y seguir obteniendo certificaciones importantes para ser un gran referente frente a la competencia internacional, ya que no es fácil ingresar a otro país por la cantidad de requisitos que piden.

Sin embargo, IDEASERVI no descarta la idea de inclinarse a vender su fruta al mercado internacional, aunque también están conscientes del gran desafío que tienen las empresas sobre todo cuando no tienen la experiencia. No obstante, la idea está presente porque desean crecer como cualquier otra empresa, especialmente cuando sienten que el valor monetario que es pagado su producto no es el más apropiado por las intermediaciones que participan dentro de la cadena logística para exportar. Por tanto, no se respeta o se maneja un comercio justo en relación al productor, intermediarios o exportadoras.

### **3.3 Aporte práctico**

#### **3.3.1 Objetivo de la propuesta**

Lograr la inserción al mercado ruso de las exportaciones de banano de la Compañía IDEASERVIA S.A en el 2022.

##### **3.3.1.1 Objetivos específicos del plan de exportación**

- Establecer los aspectos fundamentales dentro del plan de exportación acorde a las actividades que realiza la compañía IDEASERVI S.A.
- Fomentar el estudio periódico de posibles mercados en los representantes de la compañía IDEASERVI S.A para incrementar sus exportaciones y rentabilidad.
- Promover la realización de actividades con organización y responsabilidad en las áreas operativas y logística de exportación en la compañía IDEASERVI S.A.

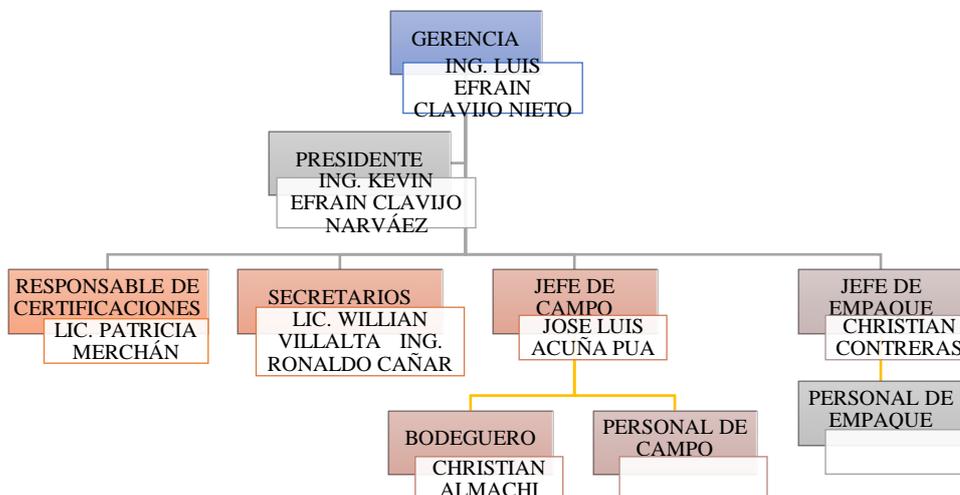
### 3.3.2 Análisis interno

La compañía IDEASERVI S.A tiene como actividad principal la producción agrícola, procesamiento y comercialización en el mercado nacional. Es una productora de banano situada en el cantón Balao, provincia del Guayas. Está integrada por dos socios, quienes son personas que forman dentro de un mismo círculo familiar. La compañía maneja una buena cultura organizacional, cuyos valores y principios se basan en la integridad y transparencia con los más altos estándares de ética de negocios e integridad empresarial y humana. También se basa en la conciencia social y ambiental porque prioriza la seguridad y la salud de los empleados, comunidades aledañas y la conservación y cuidado del medio ambiente.

La empresa promueve la calidad profesional y trabajo en equipo, por lo que considera apto y parte clave en su crecimiento. Su cultura de trabajo se forma a través de la participación y colectividad que tiene el personal. Tiene el carácter de ser proactivos en la gestión, análisis, decisiones y demás. Se caracteriza por ofrecer una fruta orgánica con los más altos estándares de calidad. Dentro del mercado local se ha manejado de forma acertada, sobre todo cuando la respaldan las certificaciones que posee, las cuales son de gran importancia en el interés de los posibles compradores y por ende la hace mucho más competitiva en el mercado.

#### Ilustración 5

Organigrama de la Compañía IDEASERVI S.A



Nota: Compañía IDEASERVI S.A

En cuanto a la infraestructura que tiene la hacienda, es parcialmente buena, dentro de esta maneja el área de empaque y administración. Cuenta con materiales, herramientas de trabajo, insumos y equipos en buenas condiciones para el funcionamiento de sus actividades. Desafortunadamente no maneja una participación activa dentro de las redes sociales e internet, por lo que su marketing y publicidad es baja.

Dentro de las funciones que desempeñan los trabajadores de la hacienda están las siguientes labores que son realizadas por personal a tiempo completo:

- Cosecha-fertilización-regador
- Jefe de campo
- Bodeguero
- Enfundador (fertiliza, cosecha, etc)
- Lotero (deshija, cosecha, deshoja)
- Bombero-cosecha-regador
- Lotero (enzuncha-cosecha)
- Limpieza de canales-cosecha
- Varios (cosecha, fertilización, regador)

Por consiguiente, se mencionan las labores de los trabajadores realizadas de tiempo parcial, siendo éstas:

- Encintadora, fumigación, post cosecha, etiquetadora
- Desmanador, picador
- Embalador, pesador
- Pesador, encintador, saca cajas
- Desfloradora, saca protector, fumigadora, bota cartón, colocación de códigos.
- Cosecha, lavador de racimos, saca protector, desflora
- Embalador, pesador, picador

Dentro del área administrativa se encuentra las funciones del personal administrativo, las cuales son las siguientes:

- Gerente
- Presidente
- Secretaria
- Responsables de certificaciones

### 3.3.2.1 Análisis FODA

**Tabla 2**

*Análisis FODA de la compañía*

<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Vías de acceso en mal estado.</li> <li>✓ Dificultades en la consolidación de la cultura organizacional con el personal de campo.</li> <li>✓ Demora en la sistematización del manejo de la empresa.</li> <li>✓ Escasez de conocimiento sobre temas de exportación</li> <li>✓ Desconocimiento de los procesos de exportación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Amenaza fitosanitaria por presencia del Foc R4T en el vecino país de Perú.</li> <li>✓ Competidores con experiencia en el mercado internacional.</li> <li>✓ Alza de materiales e insumos para la producción de banano</li> </ul>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Toma de decisiones estratégicas basada en información detallada.</li> <li>✓ Gran poder de negociación con proveedores por el volumen de los contratos, con lo cual puede beneficiarse al momento de acordar condiciones y tarifas preferenciales.</li> <li>✓ Políticas sólidas relacionadas con SST y comunicación con los colaboradores internos.</li> <li>✓ Responsabilidad social, y relación con las comunidades.</li> <li>✓ Administración centralizada de los procesos financieros y contables.</li> <li>✓ Cuenta con las certificaciones Orgánica, Global GAP, Rain Forest Y Global GRASP.</li> <li>✓ Cuenta con talento humano altamente capacitado y con conocimiento de la industria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Posibilidad de establecer Alianzas estratégicas.</li> <li>✓ Políticas de expansión.</li> <li>✓ Beneficiarse de la experiencia y conocimientos adquiridos en la producción de banano</li> <li>✓ Incorporación de haciendas bananeras.</li> <li>✓ Posibilidad de implementar metodología de Gestión de Proyectos.</li> </ul>

*Nota: Compañía IDEASERVI S.A*

### 3.3.2.2 Análisis CAME

**Tabla 3**

*Análisis CAME de la compañía*

<b>Corregir</b>	<b>Debilidades</b>	<b>Mejorar la infraestructura vial y capacitar al personal de la empresa.</b>
<b>Afrontar</b>	Amenazas	Implementar medidas de bioseguridad para prevenir el ingreso del Foc R4T
<b>Mantener</b>	Fortalezas	Seguir trabajando en las fortalezas con las que cuenta la empresa.
<b>Explotar</b>	Oportunidades	Aprovechar los vínculos interinstitucionales para crecer como empresa.

*Nota: Compañía IDEASERVI S.A*

### 3.3.3 Capacidad productiva

La compañía IDEASERVI no comercializa su producto al exterior, sino solamente lo vende a los intermediarios dentro del territorio nacional. por lo ende, su producción no es tan alta.

La productora comenzó sus procesos de producción en la semana 17 del año 2021, en base a esto se ha podido determinar que el promedio de producción que tuvo en aquel año fue de 3276 cajas cosechadas, en base a esto el siguiente cuadro mostrara detalladamente la producción por semana; para comprender la capacidad productiva que tiene actualmente esta compañía. (ver anexo 8)

### 3.3.4 Antecedentes de la unidad de análisis

Según Russian University (2022) Rusia es considerado el país más grande del mundo el cual geográficamente se encuentra ubicado entre el este de Europa y el norte de Asia. Es

un país propenso a extensas relaciones comerciales debido a su gran magnitud territorial y la ventaja de tener 14 fronteras alrededor de su perímetro; este país posee una extensión de 17.098.246 sq. Km.

Es preciso indicar que la Federación Rusia es una nación que cuenta con altos niveles de estudios, gran parte de su población está especializada en carreras de educación superior, a nivel mundial es un país que compite entre los mejores sistemas educativos a nivel mundial, dentro de este indicador educativo supera a países como Canadá, Japón y Estados Unidos.

Según datos específicos de Russian University (2022) para el año 2013 existían alrededor de 143.5 millones de habitantes; existen variedades de nacionalidades entre las que destacan los ucranianos; Rusia es un país con idioma el cual es el ruso.

### **3.3.5 Análisis de la demanda internacional**

#### **3.3.5.1 Demanda mundial de banano**

El banano es uno de los productos más consumidos del mundo y más aún, cuando se ha incrementado la demanda de los mercados que desean adquirir dicha fruta, una de las más exportadas.

**Tabla 4**

*Principales exportadores de banano en el mundo*

<b>Países</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor</b>
<b>Exportadores</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>Ecuador</b>	3.038.742	3.238.284	3.310.588	3.682.436	3.500.321
<b>Filipinas</b>	687.376	1.504.777	1.930.879	1.608.278	1.127.537
<b>Costa Rica</b>	1.044.313	1.030.914	999.702	1.082.970	1.075.237
<b>Colombia</b>	918.095	866.179	934.276	990.338	1.017.343
<b>Guatemala</b>	882.341	901.164	944.511	930.136	943.532

*Nota:* Trade Map (2022)

Tal como lo refleja en la tabla, Ecuador es uno de los mayores exportadores de banano a nivel mundial. Estos valores comprenden desde el año 2017 hasta el 2021, lo cual se ha

mantenido liderando la tabla de posiciones. Sus más altas ventas fueron en el año 2020 reflejando un valor exportado de 3.682.436 millones de dólares.

### 3.3.5.2 Principales países importadores de banano

**Tabla 5**

*Destino de las exportaciones de banano y plátano en el año 2020*

<b>Países</b>	<b>TM</b>	<b>FOB</b>	<b>Part. (%)</b>
<b>importadores</b>	<b>5,039,063.03</b>	<b>2,611,561.51</b>	
<b>Estados Unidos</b>	778,601.12	458,035.25	17.5%
<b>Rusia</b>	938,177.83	448,256.50	17.2%
<b>Turquía</b>	401,132.99	228,073.01	8.7%
<b>Italia</b>	231,917.21	157,692.77	6.0%
<b>Alemania</b>	248,656.22	128,939.33	4.9%
<b>China</b>	231,523.64	115,314.20	4.4%
<b>Holanda</b>	172,688.23	93,694.53	3.6%

*Nota: Baco Central del Ecuador (2020)*

La tabla 5 del BCE, se ha tomado referencia de un top 7 de los principales destinos que importan banano y plátano de Ecuador. En primer lugar, se tiene a Estados Unidos que es el que lidera la tabla de posiciones con un valor FOB de 458,035.25. En segundo lugar, se encuentra Rusia con una mínima diferencia representado en valor FOB de 448,256.50 y una participación del 17,2% a nivel mundial. En tercer lugar, está Turquía el cual representa un valor FOB de 228,073.01. En cuarto lugar, se encuentra Italia con un valor FOB de 157,692.77. Luego está China que representa un valor FOB de 115,314.20 y por último puesto dentro de este ranking queda Holanda con un valor FOB de 93,694.53.

### 3.3.6 Estudio de mercado

Esta fase es esencial para iniciar una inserción en algún mercado internacional, se necesitaba un país atractivo para las exportaciones en base datos obtenidos por (Banco Central del Ecuador, 2022) las exportaciones de banano hacia el mercado ruso fueron

incrementando a partir del año 2018 de esta forma las cifras que se alcanzaron en el año 2021 fueron potenciales.

De tal forma llamo mucho la atención este mercado a partir de esto se estudió la economía de este país en base a datos registrados por (Datosmacro, 2021) la balanza comercial de Rusia en el año 2021 presento un PIB de 10,71% ubicado como el segundo entre los mejores de los 5 años; estas fueron las principales causas para seleccionar el mercado ruso como mercado meta de las exportaciones de banano por parte de la compañía IDEASERVI.

### 3.3.7 Situación actual del mercado de Rusia

Rusia en los últimos años se ha convertido en un país muy dinámico en las exportaciones e importaciones, estas acciones han permitido que año a año su economía mejore, de tal forma para tener una buena percepción de estos datos; a continuación, se mostrara los datos que ha presentado la balanza comercial en los últimos cinco años:

**Tabla 6**

*Situación actual del mercado ruso*

<b>BALANZA COMERCIAL – FEDERACIÓN RUSIA</b>			
<b>Año</b>	<b>Balanza comercial</b>	<b>Tasa de cobertura</b>	<b>% PIB</b>
<b>2021</b>	160.732,2 M€	162,55%	10,71%
<b>2020</b>	82.063,6 M€	139,11%	6,30%
<b>2019</b>	148.142,0 M€	165,33%	9,78%
<b>2018</b>	165.163,4 M€	178,38%	11,79%
<b>2017</b>	101.406,6 M€	148,06%	7,26%

*Nota:* (Datosmacro, 2021)

Según los datos obtenidos desde (Datosmacro, 2021) ayuda a entender que la situación económica en Rusia con el transcurso de los años se ha visto en un ascenso, este aumento del superávit tiene como principal causa la mayor cantidad de exportaciones realizadas a comparación de las importaciones.

Cabe mencionar que aún no ha culminado el año 2022, por dicha razón no se puede saber si la situación del año en curso fue buena o no; más aún por la noticia global de la guerra que existe entre Ucrania y Rusia. A circunstancias de lo que está ocurriendo entre los países antes mencionado, y para tener una información actualizada del mercado ruso, se integrara un análisis semestral del año 2022 sobre si han sido o no afectadas los movimientos comerciales internacionales del país ruso.

### 3.3.7.1 Oferta histórica de banano hacia Rusia

Los siguientes datos obtenidos desde la página oficial del Banco Central del Ecuador (2022) son reflejados en miles de dólares en representación a las exportaciones que de banano a Rusia en el periodo 2018 – 2022 “Primer semestre”.

**Tabla 7**

*Oferta histórica de banano a Rusia*

<b>Año</b>	<b>Peso neto</b>	<b>Valor FOB</b>
<b>2018</b>	735.7	303.8
<b>2019</b>	141.3	59.3
<b>2020</b>	1132.0	459.7
<b>2021</b>	3550.4	1176.1
<b>2022 “Primer semestre”</b>	82.3	34.1

*Nota:* Banco Central del Ecuador (2022)

Respecto a esta información se visualiza claramente que la oferta de banano en Rusia con el transcurso del tiempo tuvo un gran aumento, en los últimos años se convirtió en uno de los principales importadores para Ecuador; a pesar de que en el año en curso se ha visto afectado por la situación actual del país ruso, se espera un incremento de las exportaciones para el año que viene.

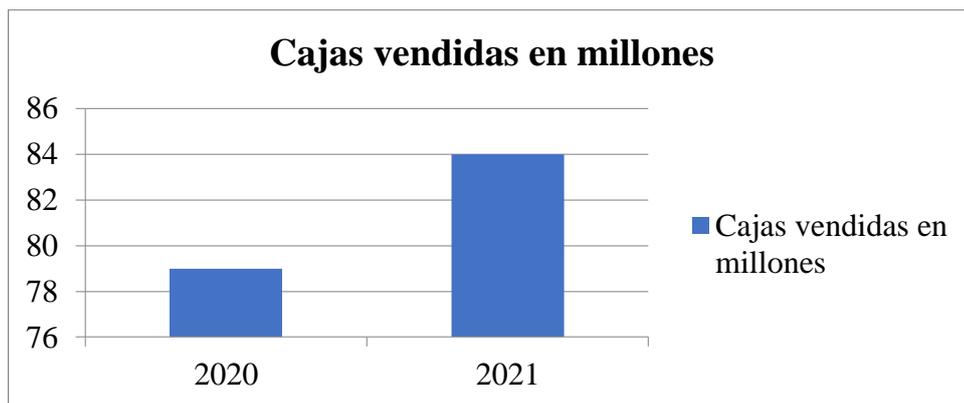
### 3.3.7.2 Oportunidad de mercado de Rusia

Según datos de Banco Central del Ecuador (2022) las oportunidades de exportaciones al mercado ruso se incrementaron hasta el año 2021 y se predecía un aumento de las mismas para el año 2022, en la actualidad las exportaciones a Rusia tuvieron que ser detenidas obligatoriamente por las confrontaciones militares entre Rusia y Ucrania; esta

situación es el principal decaimiento de las exportaciones a Rusia. A pesar de esto, es necesario conocer las comparaciones de por qué las oportunidades para exportar a Rusia aumentaron para el año 2022. Según nos indica el portal del mercado ruso ha sido un gran comprador con 83 millones de cajas en el 2021 y en el 2020 donde gran parte del comercio se vio afectado por la pandemia se vendieron alrededor de 79 millones de cajas anuales.

### **Ilustración 6**

*Cajas vendidas de banano*

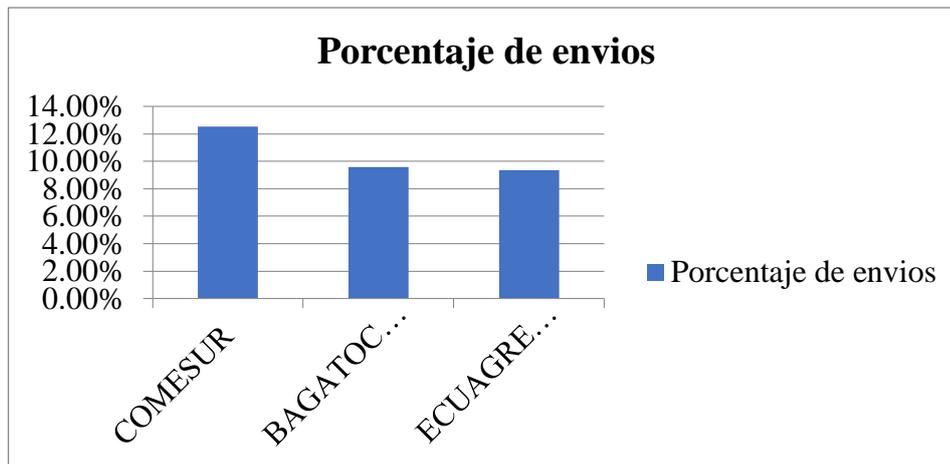


*Nota:* (Fruticola, 2022)

De la misma forma para observar las oportunidades que brindaba este mercado a empresas exportadoras ecuatorianas el portal de (Fruticola, 2022) nos indica que entre las principales que lideraron los envíos de banano en el 2022 están COMERSUR, BAGATOCORP y ECUAGREEPRODEX.

### **Ilustración 7**

*Porcentajes de envíos*



*Nota:* (Fruticola, 2022)

### 3.3.8 Selección del mercado objetivo

El mercado seleccionado es el país de Rusia, puesto que este país se posiciona dentro del ranking de los principales destinos a donde se envía la fruta. Además, es una nación que tiene un gran poder adquisitivo para hacer negociaciones comerciales futuras. Adicional a esto, Rusia está dentro de los compradores de esta fruta más recurrentes durante muchos años atrás.

### 3.3.9 Proceso de exportación

En la actualidad para la producción y exportación de banano existen varios requisitos a cumplir desde los procesos técnicos y cuidados en la cosecha de la fruta, los cortes, el proceso de embarque hasta el momento de estibar la carga para ser exportada. Para cumplir debidamente estos procesos siempre deben ser referidos a la calidad de la fruta y que el consumidor tenga en óptimas condiciones el producto.

### 3.3.10 Etapas para realizar una exportación

#### 3.3.10.1 Pre embarque

Según nos indica Pilay et al. (2022) este proceso empieza con la creación y transmisión de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE), la misma será receptada desde el portal de aduana para trámites aduaneros conocida como ECUAPASS, esta declaración ira acompañada de la documentación como BOOKING que se lo obtiene previo al embarque. Este documento legal crea una relación con el exportador y deberá cumplir

estrictamente con las obligaciones que determine el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

La Declaración Aduanera de Exportación contiene datos del exportador, detalles de la mercancía descritos por ítems, información del consignatario, las cantidades que se exportaran y por último detalles como el peso y otra información correspondiente a la mercancía. La declaración también deberá ir acompañada de tres documentos importantes, la factura comercial, autorizaciones previas y el certificado de origen.

### **3.3.10.2 Post embarque**

Esta es la etapa que comienza con la regularización de la declaración aduanera el registro automático correspondiente ante el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, de esta forma el exportador podrá obtener la declaración ya definitiva, cabe recalcar que este trámite puede ser realizado hasta un plazo de 30 días ya después de la realización del embarque, de la misma forma que en el pre embarque se necesitan de documentos adicionales como la factura comercial, el Packing List, la certificación que otorga el origen de la mercancía, el documento de transporte que este caso sería el Bill of Lading o conocimiento de embarque.

Una vez realizado todo este proceso el exportador será notificado mediante qué tipo de aforo será revisada la mercancía a exportar, en la actualidad existen tres tipos de aforos, un aforo automático el cual genera una autorización automática para la mercancía, también existe el aforo documental en donde hay una persona encargada de revisar toda la documentación y por último el aforo físico que también es realizada a través de un responsable para verificar que la mercancía que esta detallada en documentación sea la misma que se encuentra ya en el contenedor para ser exportada.

### **3.3.11 Puertos utilizados para la exportación**

Por lo general todas las exportaciones de banano que se realizan en Ecuador son por medio de un solo tipo de modalidad de transporte, siendo esta la marítima. Los puertos que destacan en Ecuador para las exportaciones de banano son:

- **Yilport.** Ubicado en la provincia de El Oro en la ciudad de Machala.
- **Contecon.** Ubicado en la provincia de El Guayas en la ciudad de Guayaquil.

### **3.4 Plan de exportación**

#### **3.4.1 Título del plan de exportación**

Propuesta de un plan de exportación para lograr la inserción al mercado ruso de las exportaciones de banano de la compañía IDEASERVI S.A en el 2022.

##### **3.4.1.1 Descripción del plan de exportación**

El plan de exportación está diseñado concretamente para beneficio de la compañía IDEASERVI S.A, se basa en su mejora continua, en una estabilidad económica, acceso y estabilidad a mercados internacionales, el desarrollo del plan de exportación ha sido mediante el establecimiento de aspectos fundamentales que se basen directamente en la situación actual de la compañía.

Este proceso permite también fomentar el compromiso de representantes en accionar estudios cada lapso de tiempo para que puedan incrementar los mercados para la exportación de banano. Parte fundamental de esta propuesta se basa en promover actividades bajo organización y responsabilidad en los departamentos de operaciones y logística.

##### **3.4.1.2 Justificación del plan de exportación**

Mediante la propuesta de un plan de exportación se busca que la compañía IDEASERVI S.A aparte de ya tener su producción propia de banano pueda incursionar en los mercados internacionales, implementando los análisis respectivos para obtener mejores resultados en su desarrollo económico.

#### **3.4.2 Datos informativos de la compañía**

##### **Tabla 8**

*Datos informativos de IDEASERVI S.A*

<b>Razón social</b>	<b>IDEASERVI SA</b>
<b>Representante legal</b>	Luis Efraín Clavijo Nieto
<b>Estado de contribuyente</b>	Activo
<b>RUC</b>	0992865091001
<b>Productora</b>	IDEASERVI
<b>Teléfono</b>	0982884273
<b>Correo electrónico</b>	bodegasclavijo@outlook.com

<b>Hectáreas</b>	90.11
<b>RUC</b>	0992865091001
<b>Cantón</b>	Balao
<b>Provincia</b>	Guayas
<b>Producto</b>	Banano
<b>Variedad de producto</b>	Cavendish
<b>Certificaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Global GAP 5.4</li> <li>• Grass – fed</li> <li>• Fesma</li> <li>• Rainforest</li> </ul>

*Nota. Elaborado por autores*

### **3.4.2.1 Descripción del negocio**

La compañía IDEASERVI S.A es una productora de banano que actualmente cuenta con la capacidad de producir 3276 cajas por semana, actualmente no ha realizado ningún tipo de exportación; la compañía no tiene experiencia en exportaciones, actualmente tiene varias certificaciones entre ella la Rainforest; la compañía se ha planteado la idea de convertirse en un exportador directo.

### **3.4.2.2 Capacidad productiva**

La compañía podrá producir un promedio de tres contenedores de banano por semana, para la exportación. (Ver anexo 8)

### **3.4.3 Mercado meta**

Rusia es un mercado muy extenso y de variedad por la gran cantidad de población, son alrededor 144.478.050 de habitantes; en base a las importaciones que necesita este país para abastecer a su población es de 1.5 billones de toneladas de banano.

### **3.4.4 Recursos humanos necesarios para la exportación**

Para la exportación directa de banano a Rusia la compañía IDEASERVI S.A necesitara de los siguientes recursos:

- Personal administrativo
- Personal de tramites de exportación

- Personal de logística
- Personal de acopio para procesos
- Personal para evaluación de campo
- Personal para evaluación de fruta

### **3.4.5 Requisitos formales para exportar**

1. Verificar y escoger el posible país destino de la exportación.
2. Registrarse en el MAG (Exportadores y productores de unidad de banano)
3. Inscribirse en el sistema guía (exclusivo para exportadores)
4. Poseer algún tipo de contrato o negociación spot con el cliente. (Agrocalidad, 2022)

### **3.4.6 Operativa de exportación**

La compañía IDEASERVI S.A necesitara los siguientes requisitos para operar como un exportador directo:

1. La compañía está obligada a la presentación del Registro Único de Contribuyentes (RUC) de venta de banano al por mayor.
2. Presentación de la marca registra.
3. Presentación de autorización para uso de marca comercial.
4. Presentación de la constitución de la compañía.
5. Presentación del nombramiento del representante legal de la compañía.
6. Adjuntar el contrato o compromiso para comprar fruta con exterior legalizado o apostillado con su traducción adecuada (tenga en cuenta que debe contener: Precio, # cajas, validez, mercado)
7. Permanecer al día en el SRI y la superintendencia de compañías.

### **3.4.7 Aspectos internacionales**

#### **3.4.7.1 Precio de banano**

El precio de banano es \$6,25 para el 2022.

#### **3.4.7.2 Logística internacional**

Para el ingreso a un país de rusia se deberán tomar en cuenta los siguientes puntos:

- Los precios de fletes se han incrementado por falta de contenedores y espacios navieros en meses anteriores.
- Antes de la llegada de la mercancía el importador deberá realizar una notificación previa en un tiempo de seis horas antes de la llegada del buque. Este punto es indispensable para las evaluaciones de las autoridades aduaneras de Rusia.
- Se debe realizar la declaración aduanera de importación de forma electrónica, la misma deberá ser presentada por cada importación.
- El exportador está obligado a entregar factura comercial o proforma por lo general en ruso o inglés.
- Entregar el documento de transporte.
- Entrega del Paking List en ruso o inglés.
- Las autoridades aduaneras de Rusia exigen el certificado de origen, con el fin de conocer la procedencia de la mercancía y ver si existe algún beneficio para ese tipo de producto.

#### **3.4.7.3 Obtención del certificado de origen**

Este documento es de vital importancia para las exportaciones, se podrá conocer la procedencia de la mercancía y posible obtención de preferencias arancelarias según el país destino. El documento se lo puede obtener en distintas entes verificadas y aprobadas por el Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones.

#### **3.4.7.4 Barreras arancelarias**

En el 2020 Ecuador y la UE tuvieron un crecimiento del 16% en su comercio. En el 2016 Ecuador firmó un acuerdo comercial con la Unión Europea, y posterior al año 2017 entró en vigencia para que los productos agrícolas e industriales que exporta el país a dicha comunidad ingresen con una liberación de arancel del 99,7% en sus productos que constan dentro de la oferta exportable. Por lo que respecta, es una buena oportunidad para la empresa dirigirse al mercado ruso, puesto que es uno de los países que integran la UE. Especialmente cuando el banano tiene una liberación total, ya que ingresa con un 0% a dicha comunidad (Europa.eu, 2021).

Rusia es un país que ha dispuesto para todas sus importaciones cuatro tipos de aranceles; cabe recalcar que algunas mercancías pueden ser exceptas a algún tipo de

pago arancelario, según su procedencia en el caso de preferencias arancelaria (ICEX, 2022). Los tipos de aranceles que existen en Rusia son los siguientes:

**Tabla 9**

*Tipos de aranceles en Rusia*

<b>Tipos de aranceles para las importaciones en RUSIA</b>	
<b>Arancel de importación</b>	7,9%
<b>Tasa de formalización aduanera</b>	0,15%
<b>Accisas</b>	20%
<b>IVA</b>	20% & 10%

*Nota: ICEX (2022)*

#### **3.4.7.5 Barreras no arancelarias**

- Conflicto bélico entre Rusia y Ucrania.
- Cuando se ha planificado una exportación a Rusia se debe tener en cuenta la gran cantidad de población y su gran cantidad de heterogeneidad. Rusia es un país que posee más de 10 tipos de idiomas.

#### **3.4.7.6 Envió (transporte)**

El tipo de transporte para las exportaciones de banano es el marítimo.

#### **3.4.7.7 Incoterms**

Las exportaciones de banano se lo realizan en términos FOB.

#### **3.4.7.8 Negociaciones**

En base a la actualidad los clientes rusos han requerido a los exportadores de banano lo siguiente para las negociaciones:

- Reducción del precio de la caja de banano.
- Reducción de compras.
- Compra de banano en modalidad spot.

### 3.4.7.9 Formas de pago

La forma de pagos dependerá el tipo de negociación que establezca el cliente, pero estos son los siguientes tipos de pagos que pueden elegir:

- Pago por anticipado.
- Pago de forma directa.
- Pago a la vista.
- Pago diferido.

### 3.4.7.10 Etiquetado

La información que exige Rusia en el producto es: nombre - marca comercial, por quien fue fabricado y la composición del producto. Para el etiquetado de los productos importados usaran un tipo de sistema que solo una persona física o jurídica establecida en Rusia podrá usar.

## 3.5 Análisis de la factibilidad

- **Política.** Para poder ejercer el planteamiento de un plan de exportación se obtuvo el permiso necesario por parte del gerente de la compañía IDEASERVI S.A, la misma que será parte del objeto de estudio; han permitido el acceso a información necesaria para desarrollar esta investigación.
- **Organizacional.** La compañía se compromete a revisar y analizar la propuesta descrita en esta investigación, debido a que es favorable la incursión de las exportaciones dentro de esta organización.
- **Económico.** La propuesta ha sido diseñada drásticamente viable para que los representantes puedan accionar y buscar el objetivo de esta propuesta que es la inserción de banano a un mercado internacional.
- **Tecnológico.** La compañía cumple con los implementos necesarios como computadoras, impresoras, internet, telefonía y otros que permitan la comunicación y la ejecución de esta propuesta.

### 3.6 Análisis CANVA

**Tabla 10**

*Modelo CANVA del proyecto*

<b>Socios clave</b>	<b>Actividades clave</b>	<b>Propuesta de valor</b>	<b>Relación con los clientes</b>	<b>Segmento de clientes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Accionistas</b></li> <li>• <b>Productor de banano</b></li> <li>• <b>Proveedores de materiales e insumos</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudio de mercado externo</li> <li>• Análisis interno de la empresa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar un plan de exportación de banano al mercado internacion al</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contactar potenciales clientes</li> <li>• Reuniones personales con empresarios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumidores e importadores de banano en Rusia</li> </ul>
	<hr/> <p><b>Recursos clave</b></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capital</li> <li>• Banano</li> <li>• Recurso humano</li> <li>• Recurso tecnológico</li> </ul>		<hr/> <p><b>Canales de comunicación y distribución</b></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ferias internacionales</li> <li>• Rueda de negocios</li> </ul>	
				<hr/> <p><b>Estructura de costos</b></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Financiamiento de los accionistas</b></li> </ul>
				<hr/> <p><b>Fuente de ingreso</b></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio pactado con el importador en un contrato</li> <li>• Pagos según acuerdo entre el exportador e importador</li> </ul>

*Nota: Elaborado por los autores*

## CAPÍTULO 4: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El realizar un plan de negocios para una organización que aún no ha realizado su primera exportación, es un tipo de acción o estrategia recomendable, debido a que este documento le permite organizarse mediante una guía la cual le da una ubicación a las actividades que se deben realizar; este documento muestra a las empresas exportadoras la forma en que deben adentrarse en un nuevo mercado; además el plan de exportación es un documento sencillo y realista a realizar, para la facilitación de interpretación y análisis, con la identificación de los aspectos destacables dentro de la organización y de la misma forma para el mercado objetivo.

Mediante la investigación realizada se han efectuado varias comparaciones relacionadas a las exportaciones de banano a Rusia, el caso de (Durán Jose, 2018) indica que el banano ecuatoriano ha sido un claro dominante en los últimos años de gran parte de los mercados internacionales, además Rusia ha ido aumentando su intercambio comercial con Ecuador, de tal forma que se encuentra entre los principales de destino del banano ecuatoriano; esto indica varias oportunidades para varias organizaciones de exportar banano al mercado ruso, a pesar del momento bélico de ese país, cuenta con una gran extensión y pronto necesitara abastecerse de alimentación necesaria para sus habitantes.

En base a la realización del método empírico de esta investigación, se pudo analizar que la organización IDEASERVI S.A. se encuentra muy comprometida por cumplir con los requisitos necesarios para realizar su primera exportación, a pesar de ser una organización nueva en el sector bananero, posee una capacidad productiva muy buena para ofrecer banano a algún mercado internacional. Son aspectos necesarios a tomar en cuenta para la valides de la inserción de banano al mercado ruso por parte de IDEASERVI S.A.

En cuanto a cómo lograr la inserción al mercado ruso de las exportaciones de banano de la compañía IDEASERVI en el 2022; muchos autores han optado por siempre empezar por una organización, la cual se consigue mediante un plan de exportación que defina la actividades a realizar, es posible lograr la inserción mediante el plan de exportación que se ha estructurado; pero vale recalcar que por causas como las limitaciones por el tiempo, el factor económico, no saber los resultados de esta propuesta y por lo tanto no se podrá valorarlo, porque solo se lo fundamenta teóricamente.

IDEASERVI tiene el interés intacto de dirigirse al mercado internacional porque realmente es lo que busca toda empresa con sueños de internacionalizarse y poder llevar su producto no solo al mercado nacional sino al mercado exterior. Sobre todo, porque la negociación y el precio directo que se tiene con un comprador de otro país, no es el mismo con el que normalmente se maneja hoy en día, porque los intermediarios disminuyen el precio, ya que están conscientes de que la caja de banano en el mercado internacional es mayor.

Además, es importante recalcar que la compañía ofrece un producto orgánico de altos estándares de calidad, por lo que tiene el certificado que lo respalda como tal. Los productos orgánicos pasan por una serie de ordenamientos para calificar a un producto que no agregan sustancias químicas y se apegan a una responsabilidad de no usar contaminantes que afecten contra el medio ambiente. Las tendencias en cuanto a bienestar y salud cada vez son más rígidas en el mundo, por lo que producir un producto orgánico de consumo humano, debe cumplir a cabalidad con las exigencias sanitarias (Cabanilla Guerra, 2018).

## CONCLUSIONES

Mediante el trabajo de investigación se infiere las siguientes conclusiones:

- Se describió la problemática, a través de la evaluación de campo, donde la escasez de información, de conocimientos previos y aspectos para dirigirse al mercado internacional provoca incertidumbre en la compañía que no tiene experiencia, más que en el mercado nacional; donde vende su fruta a intermediarios y no recibe un pago justo acorde a su producto. Por lo que, se implementa un plan para encaminar a la empresa de internacionalizarse y vender su fruta de forma directa al importador.
- Se deduce la importancia de diseñar un plan de exportación que direcciona sobre los procedimientos que se debe seguir para lograr que la empresa que tiene la aspiración de internacionalizar su producto, aproveche las oportunidades y fortalezas que posee, para dar apertura a la inserción en el mercado internacional y a su vez, genere un ingreso económico mayor para la compañía.
- Se analizaron datos estadísticos de la demanda de banano de Rusia, donde se indicó que es uno de los principales compradores de esta fruta. Pese a que, a inicios de este año, las exportaciones disminuyeron por la guerra civil, Rusia se sigue manteniendo dentro de los destinos a los que mayormente se exporta desde Ecuador; además, mantiene relaciones comerciales de interés mutuo con la Unión Europea, bloque al que pertenece Rusia.
- Rusia resulta ser un mercado potencial por su alto poder adquisitivo y su gran extensión territorial que lo catalogan el país más extenso del mundo. Además, las tendencias que los europeos buscan y por las que se inclinan es consumir productos orgánicos apegados al cuidado de la salud y el medio ambiente; siendo esto un punto clave para la empresa IDEASERVI, puesto que produce ese tipo de fruta y posee una certificación orgánica, Global GAP y Rainforest que la hacen competitiva en el mercado.

## **RECOMENDACIONES**

Mediante el proyecto de investigación se debe considerar las siguientes recomendaciones:

- El buen desempeño en base a su talento humano, recurso económico y tecnológico permitirá a la compañía trazar metas a largo plazo para incursionar en el mundo de los negocios internacionales, a través de la exportación de banano.
- Evaluar las debilidades y fortalezas con las que posee la empresa para desarrollarlas a través de una mejora continua a su favor y usarla para obtener resultados positivos.
- Efectuar capacitaciones con el objeto de inducir temas relacionados al plan de exportación dentro de la compañía.
- Motivar a que el estudiante se involucre en la investigación de próximos trabajos donde se constate la participación en temas relacionados al plan de exportación o internacionalización de un producto y el impacto que se generaría en la empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acaro L, Córdova A, Vega A y Sánchez T. (2021). Evolución en las exportaciones de banano e impacto del desarrollo económico, provincia de El Oro 2011 - 2020, pre-pandemia, pandemia; aplicando series de tiempo. *Polo de conocimiento*, 22. doi:10.23857/pc.v6i8
- Agrocalidad. (2022). *Agrocalidad*. Obtenido de Agrocalidad: <https://www.agrocalidad.gob.ec/informacion-para-la-exportacion-de-banano/>
- Águila y Díaz . (2020). Las estrategias de exportaciones en cuba, un procedimiento para su implementación en Cementos Cienfuegos S. A. *Revista Universidad y Sociedad*, 302. doi: ISSN: 2218-3620
- Álvarez L, Naranjo T, Pérez J y Carvajal A. (2022). Cadena de comercialización del banano ecuatoriano. Aproximación de una propuesta de política pública de exportación. *Revista de investigación en ciencias administrativas y sociales, ñeque*, 5(ISSN: 2631-2883), 261 - 277. doi:<https://doi.org/10.33996/revistaneque.v5i12.79>
- Banchón, Joffre Mateo; Aspiazú Vélez, Sandra; Gómez Rosado, Evelyn Yamileth;. (2021). Marketing internacional de empresas exportadoras de banano y plátano ecuatorianas en el mercado extranjero, año 2020. *Revista Universidad y Sociedad*, 325-330. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202021000100325#B2](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000100325#B2)
- Banco Central del Ecuador. (2022). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/2109181649/OpenDocument/openDoc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=16>
- Banco Central del Ecuador. (2020). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc202010.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2022). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Banco Central del Ecuador:

<https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/2109181649/OpenDocument/openDoc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=16>

Baque L, Viteri D, Álvarez L e Izquierdo A. (2020). Plan de negocios para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria. *Revista Universidad y Sociedad*, 12, 120 - 125. doi:ISSN: 2218-3620

Bello, E. (2021). *IEBS*. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/internacionalizar-empresa-negocios-internacionales/>

Cabanilla Guerra, M. (2018). Empresas no tradicionales de productos alimenticios orgánicos y su gestión estratégica. *Revista Universidad y Sociedad*, 195-198. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202018000100195](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000100195)

Capa L, Alaña T y Benítez R. (mayo - agosto de 2016). IMPORTANCIA DE LA PRODUCCIÓN DE BANANO ORGÁNICO. CASO: PROVINCIA EL ORO, ECUADOR. *Scielo*, 8, 1 - 20. doi:ISSN 2218-3620

Casanova y Cenicerós. (2020). Hacia una estrategia de internacionalización de la economía ecuatoriana 2020 - 2030. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 7, 73 - 95. doi:ISSN: 1390-9320

Compañía de comercio y exportación Puerto Rico. (2012). *Guía práctica: plan de exportación*. Compañía de Comercio y Exportación. San Juan - Puerto Rico: CCE – División Promoexport. Obtenido de [http://www.comercioyexportacion.com/images/documentos/exportar/Guia\\_Practica\\_del\\_Plan\\_de\\_Exportacion-Version\\_Final\\_Oficial\\_LV.pdf](http://www.comercioyexportacion.com/images/documentos/exportar/Guia_Practica_del_Plan_de_Exportacion-Version_Final_Oficial_LV.pdf)

*Datos macro*. (2020). Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/paises/rusia>

Datosmacro. (2021). *datosmacro.com*. Obtenido de [datosmacro.com: https://datosmacro.expansion.com/comercio/balanza/rusia#:~:text=En%202021%20Rusia%20registr%C3%B3%20un,6%2C3%25%20del%20PIB.](https://datosmacro.expansion.com/comercio/balanza/rusia#:~:text=En%202021%20Rusia%20registr%C3%B3%20un,6%2C3%25%20del%20PIB.)

Datosmacro. (2021). *Datosmacro.com*. Recuperado el 25 de 07 de 2022, de [Datosmacro.com: https://datosmacro.expansion.com/comercio/balanza/rusia#:~:text=En%202021%20Rusia%20registr%C3%B3%20un,6%2C3%25%20del%20PIB.](https://datosmacro.expansion.com/comercio/balanza/rusia#:~:text=En%202021%20Rusia%20registr%C3%B3%20un,6%2C3%25%20del%20PIB.)

- Dirección de Inteligencia de Negocios, M. (2 de Junio de 2020). *PROECUADOR*. Obtenido de PROECUADOR: <https://www.proecuador.gob.ec/ficha-tecnica-de-rusia/>
- Durán Jose. (2018). Plan de negocios para la exportación de banano ecuatoriano hacia el Medio Oriente (Dubai, Emiratos Árabes Unidos). *Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano*, p 9. doi:ISSN 1856-254X
- Espinoza C, Soto C y Pérez M. (2017). El banano ecuatoriano: un mercado con miras al desarrollo sostenible y la innovación. *Revista Científica Agroecosistemas*, 5, 71-77. doi:ISSN: 2415-2862
- Europa.eu*. (2021). Obtenido de [https://www.eeas.europa.eu/delegations/ecuador/comercio-bilateral-entre-la-uni%C3%B3n-europea-y-ecuador-creci%C3%B3n-16-en-2021\\_en?s=161#:~:text=El%20Acuerdo%20Comercial%20entre%20la,comercio%20bilateral%20comparado%20con%202020](https://www.eeas.europa.eu/delegations/ecuador/comercio-bilateral-entre-la-uni%C3%B3n-europea-y-ecuador-creci%C3%B3n-16-en-2021_en?s=161#:~:text=El%20Acuerdo%20Comercial%20entre%20la,comercio%20bilateral%20comparado%20con%202020).
- FreshPlaza. (18 de Octubre de 2021). *PROECUADOR*. Obtenido de PROECUADOR: <https://www.proecuador.gob.ec/el-sector-bananero-ecuatoriano-busca-un-acuerdo-comercial-con-rusia/>
- Fruticola. (07 de 003 de 2022). *portalfruticola.com*. Obtenido de portalfruticola.com: <https://www.portalfruticola.com/noticias/2022/03/07/conflicto-entre-rusia-y-ucrania-provoca-impactos-en-las-exportaciones-de-bananos-latinoamericanos/>
- García M, Maldonado F y Juca O. (2016). Estudio de los eslabones de la cadena de valor del banano en la provincia de El Oro. *Revista Universidad y Sociedad*, 8. doi:ISSN 2218-3620
- García y Vite. (2021). Análisis comparativo de las exportaciones bananeras del Ecuador entre el primer semestre 2019 Vs el primer semestre 2020 post Covid-19. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 4, 195 - 201. doi:ISSN: 2631-2662
- ICEX. (2022). *Red de oficinas económicas y comerciales de España en el Exterior*. Obtenido de Red de oficinas económicas y comerciales de España en el Exterior: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/exportar->

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

- León F, Espinoza M, Carvajal H y Quezada J. (2021). Análisis económico de la producción bananera orgánica y convencional de la Parroquia la Iberia. *Polo de conocimiento*, 7, 17. doi:ISSN-e 2550-682X
- León L, Arcaya M, Barboto V y Bermeo Y. (2020). Análisis comparativo de las Exportaciones de banano orgánico y convencional e incidencia en la Balanza Comercial, 2018. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 38-46. Obtenido de <https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/521/482>
- López C, Moscoso R, Ávila C y Ibarra J. (2021). Internacionalización De Empresas Comercializadoras De Servicios De Alojamiento Y Comida En Colombia: Determinantes Para El Éxito Comercial. *Economía y Política*, 34, 57 - 72. doi:ISSN: 1390-7921
- López R, Gónzales C y Hernández O. (2020). Metodología para el plan de marketing internacional en la exportación de la empresa CubaRon, S.A. *Retos de la Dirección*, 68-88. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2306-91552020000100068](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552020000100068)
- López y Hernández. (2021). Comercio internacional preperidad y desigualdad en la globalización. *Apuntes del Cenes*, 40, 133 - 164. doi:<https://doi.org/10.19053/01203053.v40.n71.2021.11736>
- Macías L, Montalvan J, Mero C y Granoble P. (2020). Exportaciones ecuatorianas: un análisis a la producción no afectada por la emergencia sanitaria. *Polo del conocimiento*, 5, 90 - 103. doi:10.23857/pc.v5i10.1790
- Mideros V, Micolta P y Sánchez I. (2021). Influencia del marketing estratégico en la internacionalización asociativa. *Conference Proceedings UTMACH*, 5(1), 160 - 178. doi:<https://doi.org/10.48190/cp.v5n1a10>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2017). *Informe del sector bananero*. Guayaquil: Ministerio de Comercio Exterior.

- Pilay F, Ortiz J y Agila Y. (2022). Plan de negocios para la exportación de cacao de Santo Domingo de los Tsáchilas hacia el mercado alemán. *South Florida Journal of Development*, 3( ISSN 2675-5459), 2792 - 2811. doi: 10.46932/sfjdv3n2-095
- Prefectura del Guayas*. (2022). Obtenido de <https://guayas.gob.ec/cantones-2/balao/#:~:text=Historia,poblaci%C3%B3n%20es%20de%2026.348%20habitantes>.
- Primicias*. (2022). Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/exportacion-banano-crece-enero-agosto/>
- Romero G. y Antonio F. (2015). El comercio internacional actual y la inserción externa de países en desarrollo: desafíos para la economía cubana. *Economía y Desarrollo*, 1, 190 - 207. doi:ISSN: 0252-8584
- Russian University. (2022). *Russian University*. Recuperado el 25 de 07 de 2022, de Russian University: <https://www.russian-university.com/sobre-rusia>
- Sánchez e Hidalgo. (2021). Pinceladas del Comercio Internacional. *E-IDEA Journal of Business Sciences*, 3, 27 - 43. doi:<https://doi.org/10.53734/eidea.vol3.id142>
- Torres L, Camero L y Cueva N. (2021). Estrategias para la internacionalización de pymes de la industria de la madera en Colombia. *Revista unilibre*. Obtenido de <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/dictamenlibre/article/view/7859/6898>
- Torres y Campuzano. (2021). Impacto de la Balanza Comercial en el Crecimiento Económico Ecuatoriano, Período 1990-2019. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 8, 42 - 47. doi:<https://doi.org/10.26423/rctu.v8i1.554>
- Trade Map*. (2021). Obtenido de [https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c0803%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c0803%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)
- Trade Map*. (2022). Obtenido de [https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c0803%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c0803%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)

Trade Map. (2022). *Trade Map*. Obtenido de Trade Map:  
[https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS\\_Graph.aspx?nvpm=3%7c218%7c%7c%7c%7c0803%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS_Graph.aspx?nvpm=3%7c218%7c%7c%7c%7c0803%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2)

Velasco Julia y Meleán Rosana. (2017). PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA GANADERÍA BOVINA DOBLE PROPÓSITO. *Negotium*, 13, 47-61. doi:E-ISSN: 1856-1810

## ANEXOS

### Anexo A. Carta de autorización por parte de IDEASERVI S.A



## Anexo B. Guía de entrevista



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**Tema:** La inserción al mercado ruso de las exportaciones de banano de la compañía IDEASERVI S.A en el 2022.

**Objetivo de la guía:** Obtener información sobre la opinión del gerente de la compañía IDEASERVI S.A en relación a la gestión de producción y exportación de banano.

**Introducción:** Entrevista dirigida al departamento de producción que forma parte de la compañía bananera.

Por favor, conteste cada pregunta con honestidad y tenga la certeza que toda la información recolectada será únicamente para fines académicos.

### **Cuestionario**

1. ¿Qué tipo de banano producen?
2. ¿En qué año la empresa empezó con la actividad agrícola del banano?
3. ¿Considera que el sector bananero es una de las fuentes de ingreso primordiales para el país?
4. ¿Cuál es la capacidad de producción que tiene la empresa?
5. ¿Qué certificaciones posee la empresa?
6. ¿Ha considerado adquirir nuevas certificaciones y de qué tipo?
7. ¿Le gustaría dirigirse al mercado internacional, y por qué?
8. ¿La empresa está en condiciones de cumplir con las exigencias que se requieran para dirigirse al mercado internacional?
9. ¿La producción que tiene la empresa está o estaría en condiciones de cubrir un mercado para exportar banano?
10. ¿Cuál es la ventaja competitiva de su empresa y producto?
11. ¿Cuál es la estrategia corporativa que tiene la compañía?

Muchas gracias por su cooperación, sus respuestas serán de gran aporte para la academia y le recordamos que toda esta información será confidencial, para único y exclusivo uso del proyecto con fines de titulación.

## Anexo C. Guía de observación



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

<b>Tema:</b> La inserción al mercado ruso de las exportaciones de banano de la Compañía IDEASERVI S.A en el 2022.				
<b>Objetivo de la guía:</b> Realizar la observación en la compañía IDEASERVI S.A con el fin de obtener datos informativos para conocer sobre la gestión productiva y logística del banano.				
<b>Institución donde se realiza:</b> Compañía IDEASERVI S.A				
<b>Dirección:</b> Ciudadela Nueva Italia, sector San Carlos, cantón Balao, provincia del Guayas.				
<b>Evaluador:</b>				
<b>Analice y evalúe los siguientes ítems, según su punto de vista</b>				
N°	INDICADORES A EVALUAR	SI	NO	OBSERVACIÓN
1	Cumple con las normas de bioseguridad según las necesidades de la empresa.			
2	Tiene un área adecuada para el proceso de producción y logística del producto.			
3	Contiene un stock de insumos y materiales.			
4	Lleva un control de ingreso y salida de insumos o materiales.			
5	Cuentan con equipos tecnológicos.			
6	Cuenta con maquinaria propia para el traslado del producto.			
7	Cuenta con maquinaria y equipos en buenas condiciones.			
8	Tiene departamentos relacionados a la actividad de la compañía.			
9	Cumple con el horario establecido para realizar			

	las actividades a fines a la compañía.			
10	Revisión pertinente de las herramientas de trabajo.			

**Comentarios:**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

## Anexo D. Visita a la compañía



## Anexo E. Aplicación de instrumentos



## Anexo F. Plantaciones de banano y área de empaque



## Anexo G. Capacidad productiva de IDEASERVI S.A

Semana	Fecha Día/mes/año	Racimos Cosechados (a)	Racimos Rechazados (b)	Racimos Procesados (c.)=a-b	Procesadas 42lbs (h)=d+e
17	29/4/2021	2781	18	2763	3240
18	7/5/2021	3057	20	3037	3746
19	13/5/2021	3050	7	3043	3564
20	20/5/2021	3240	16	3224	3679
21	27/5/2021	3066	8	3058	3360
22	2/6/2021	2844	32	2812	3099
23	9/6/2021	2738	25	2713	2880
24	16/6/2021	3155	27	3128	3437
25	22/6/2021	2006	30	1976	2160
26	29/6/2021	2062	23	2039	2280
27	6/7/2021	3518	106	3412	3900
28	13/7/2021	3407	34	3373	3856
29	23/7/2021	2959	27	2932	3240
30	29/7/2021	3595	93	3502	3780
31	2/8/2021	3591	17	3574	3792
32	11/8/2021	3033	15	3018	3240
33	20/8/2021	3363	34	3329	3240
34	27/8/2021	3323	66	3257	3240
35	3/9/2021	3167	18	3149	3240
36	8/9/2021	3851	40	3811	3813
37	16/9/2021	3585	53	3532	3618
38	25/9/2021	3918	33	3885	3780
39	2/10/2021	3468	33	3435	3740

40	7/10/2021	4174	53	4121	4224
41	15/10/2021	3172	44	3128	3240
42	20/10/2021	3844	82	3762	3881
43	26/10/2021	3814	87	3727	3699
44	3/11/2021	3805	84	3721	3659
45	10/11/2021	3555	109	3446	3239
46	16/11/2021	3059	56	3003	2728
47	24/11/2021	2621	90	2531	2579
48	3/12/2021	3350	68	3282	3402
49	9/12/2021	3352	29	3323	3456
50	17/12/2021	2760	43	2717	2700
51	24/12/2021	3318	60	3258	3240
52	27/12/2021	2894	55	2839	2776
PROMEDIO DE COSECHA					3276,41