



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**PLAN DE NEGOCIO DE EXPORTACIÓN DE ARROZ HACIA
GUATEMALA PARA FOMENTAR LAS EXPORTACIONES EN LAS
PYMES DEL GUAYAS EN EL AÑO 2022**

**ZAMORA APOLO BECKER SAUL
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**VILLACIS SANMARTIN NAHOMY LISBETH
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**PLAN DE NEGOCIO DE EXPORTACIÓN DE ARROZ HACIA
GUATEMALA PARA FOMENTAR LAS EXPORTACIONES EN
LAS PYMES DEL GUAYAS EN EL AÑO 2022**

**ZAMORA APOLO BECKER SAUL
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**VILLACIS SANMARTIN NAHOMY LISBETH
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ANÁLISIS DE CASOS

**PLAN DE NEGOCIO DE EXPORTACIÓN DE ARROZ HACIA
GUATEMALA PARA FOMENTAR LAS EXPORTACIONES EN
LAS PYMES DEL GUAYAS EN EL AÑO 2022**

**ZAMORA APOLO BECKER SAUL
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**VILLACIS SANMARTIN NAHOMY LISBETH
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

GUZMAN ARIAS ROCIO DE LOURDES

**MACHALA
2022**

PLAN DE NEGOCIO DE EXPORTACIÓN DE ARROZ HACIA GUATEMALA PARA FOMENTAR LAS EXPORTACIONES EN LAS PYMES DEL GUAYAS EN EL AÑO 2022

por Nahomy Villacis

Fecha de entrega: 12-sep-2022 09:28a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1897984609

Nombre del archivo: TAR_LAS_EXPORTACIONES_EN_LAS_PYMES_DEL_GUAYAS_EN_EL_A_O_2022.pdf
(526.9K)

Total de palabras: 11728

Total de caracteres: 61501

PLAN DE NEGOCIO DE EXPORTACIÓN DE ARROZ HACIA GUATEMALA PARA FOMENTAR LAS EXPORTACIONES EN LAS PYMES DEL GUAYAS EN EL AÑO 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

6%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Técnica de Machala Trabajo del estudiante	1%
2	vsip.info Fuente de Internet	1%
3	repositorio.upse.edu.ec Fuente de Internet	< 1%
4	dspace.ucuenca.edu.ec Fuente de Internet	< 1%
5	Submitted to Universidad Internacional del Ecuador Trabajo del estudiante	< 1%
6	www.dspace.espol.edu.ec Fuente de Internet	< 1%
7	ojs.unipamplona.edu.co Fuente de Internet	< 1%
8	dialnet.unirioja.es Fuente de Internet	< 1%

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

Los que suscriben, ZAMORA APOLO BECKER SAUL y VILLACIS SANMARTIN NAHOMY LISBETH, en calidad de autores del siguiente trabajo escrito titulado PLAN DE NEGOCIO DE EXPORTACIÓN DE ARROZ HACIA GUATEMALA PARA FOMENTAR LAS EXPORTACIONES EN LAS PYMES DEL GUAYAS EN EL AÑO 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.



ZAMORA APOLO BECKER SAUL

0750976193



VILLACIS SANMARTIN NAHOMY LISBETH

0705336642

DEDICATORIA

Por medio del presente proyecto, queremos dedicarlo a nuestros padres quienes fueron los primeros en creer en nosotros y nos han apoyado desde el primer día en el que empezamos la Universidad, siendo el pilar fundamental en nuestras vidas, agradecemos a nuestra tutora por las tutorías aplicadas para culminar nuestra investigación, a nuestros docentes que nos han enseñado con paciencia y dedicación las materias brindadas.

Nahomy Villacis & Becker Zamora

AGRADECIMIENTO

Primeramente, gracias a Dios por permitirnos vivir y darnos la fuerza, a nuestras familias que han formado parte de nuestro proceso de educación y han sido nuestro motor principal para avanzar, así mismo a nuestra tutora que nos apoyó muchas veces con el proyecto y siempre nos demostró que tenemos que seguir investigando para realizar una buena investigación, a todo el grupo de profesores que formaron parte de nuestro proceso académico y crecimiento personal por todos estos años que nos han proporcionado su conocimiento para nuestra formación laboral.

Nahomy Villacis & Becker Zamora

RESUMEN

En la presente investigación, se basa en la exportación de arroz ecuatoriano de la provincia del Guayas. Además, la importancia y los valores extras que ofrece un plan de negocio desde la visión estratégica de cada empresa. La problemática de estudio radica en la sobreproducción existente, la cual la planificación estratégica pretende buscar nuevos mercados potenciales extranjeros, de la misma manera también se incita a fomentar la exportación de productos no tradicionales. La investigación tiene como objetivo general fomentar las exportaciones de las Pymes del sector arrocero Guayas en el año 2022, mediante un plan de negocio de exportación hacia Guatemala, cuya formulación del problema científico fue: ¿Si se implementa un plan de negocio de exportación a Guatemala, entonces se logrará fomentar las exportaciones del sector arrocero-Guayas en el año 2022? La investigación se realiza mediante el estudio de métodos teóricos, métodos empíricos y métodos estadísticos; también tendrá un enfoque mixto de campo, ya que, por medio de estudio de las hipótesis, variables y la conceptualización se pueda conocer los pensamientos de otros autores sobre las variables de estudio del plan de negocio de exportación. Por otro lado, se realizaron las encuestas directas aplicando a los grupos encargados del departamento administrativo de las pymes y al departamento correspondientemente encargados en el área de exportación de las empresas, mediante el método de la encuesta se pudo recolectar información con resultados positivos en beneficio a la presente investigación. Dichos resultados indican que las Pymes mantienen un gran interés en aplicar un plan de mejoras en la comercialización y toma de decisiones a los productores, llegando a incrementar los ingresos para las pymes y el país, generando plazas de trabajo y mejorar la calidad de vida de sus trabajadores, la propuesta de implementar un plan de negocios es favorable y aceptable por parte de las empresas.

Palabras claves: Arroz, Empresas, Exportación, Plan de negocio, Pymes.

ABSTRACT

In the present investigation, it is based on the export of Ecuadorian rice from the province of Guayas. In addition, the importance and extra values offered by a business plan from the strategic vision of each company. The study problem lies in the existing overproduction, which strategic planning aims to seek new potential foreign markets, in the same way it is also encouraged to promote the export of non-traditional products. The general objective of the research is to promote exports of SMEs in the Guayas rice sector in 2022, through an export business plan to Guatemala, whose formulation of the scientific problem was: If an export business plan is implemented to Guatemala, then it will be possible to promote exports of the rice Sector-Guayas in the year 2022? The research is carried out through the study of theoretical methods, empirical methods and statistical methods; It will also have a mixed field approach, since, through the study of the hypotheses, variables and conceptualization, the thoughts of other authors about the study variables of the export business plan can be known. On the other hand, direct surveys were carried out applying the groups in charge of the administrative department of the SMEs and the corresponding department in charge of the export area of the companies, through the survey method it was possible to collect information with positive results for the benefit of the present investigation. These results indicate that SMEs maintain a great interest in applying a plan to improve marketing and decision-making to producers, increasing income for SMEs and the country, generating jobs and improving the quality of life of their workers, the proposal to implement a business plan is favorable and acceptable by the companies.

Key words: Rice, Companies, Export, business plan, SMEs.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTO	2
RESUMEN	3
ABSTRACT	4
ÍNDICE GENERAL	5
LISTA DE TABLAS	7
LISTA DE ILUSTRACIONES	7
LISTA DE ABREVIATURAS Y SÍMBOLOS	8
ANÁLISIS DE CASO	9
INTRODUCCIÓN	10
CAPITULO I: DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	13
1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.	13
1.1.2 El arroz	13
1.1.3 Valor nutricional del arroz	13
1.1.4 Ecuador y su exportación agropecuaria	14
1.1.5 Definición de producción de arroz	14
1.1.6 Principales provincias productoras de arroz	15
1.2 ANTECEDENTES CONCEPTUALES Y REFERENCIALES	15
1.2.1 Comercialización	15
1.2.2 Comercio Internacional	16
1.2.3 Definición de exportación	17
1.2.4 Definición de las pymes	18
1.2.5 Plan de negocio-exportación	18
1.2.6 Estructura arancelaria del arroz	19
1.2.7 Gestión de calidad	20
1.2.8 Balanza comercial	20
1.2.9 Oferta exportable	21
1.2.9.1 Incoterms	22
1.3 ANTECEDENTES CONTEXTUALES.	23
1.3.1 Acuerdo comercial entre Guatemala y Ecuador	25

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	26
2.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	26
2.2 PARADIGMA O PERSPECTIVA GENERAL	26
A. POBLACIÓN Y MUESTRA.	26
B) FÓRMULA	27
C) MÉTODO TEÓRICO	27
D) MÉTODO EMPÍRICO	28
f) MÉTODOS ESTADÍSTICOS.	28
CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	29
3.1 APORTE PRÁCTICO	29
3.2 DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIO DE EXPORTACIÓN	30
3.2.1 TAMAÑO DEL MERCADO	30
3.2.2 Análisis del mercado objetivo	30
3.2.3 El ambiente de negocio en Guatemala	31
3.2.4 Análisis VRIO	32
3.2.5 Modelo Canvas	33
3.2.6 Análisis FODA	34
3.3 PLAN OPERATIVO	35
3.3.1 Empresas importadoras de arroz en Guatemala	35
3.3.3 Elaboración del contrato	36
3.4 CONTROL DE CALIDAD	37
3.5 PROCESO DE EXPORTACIÓN	38
3.5.1 PALETIZADO	38
3.5.2 Gastos administrativos	39
3.5.3 Datos de costo de exportación	40
3.6.4 Costo de Exportación	40
3.6 LOGÍSTICA DE ENVIÓ	41
3.7 FORMA DE PAGO	41
3.8 Técnica de encuesta	43
CAPITULO IV: DISCUSIÓN DE RESULTADOS	56
CONCLUSIONES	58
RECOMENDACIONES	60

5. SECCIÓN DE REFERENCIAS	61
5.1. CITAS O REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.	61
BIBLIOGRAFÍA	61
ANEXOS	68
Anexo 1 Lista de las empresas importadoras de arroz en Guatemala	68
Anexo 2 Exportaciones de arroz de Ecuador hacia el mercado de Guatemala	69
Anexo 3 Instrumento de evaluación de las Pymes y las empresas exportadoras arroceras	70
Anexo 4 Fotografías de las tabulaciones de las encuestas realizas	79
Anexo 5 Encuestas realizadas a la Pymes y empresas exportadoras arroceras del Guayas	83

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Producción arroceras en Ecuador	15
Tabla 2 Partida arancelaria de arroz	19
Tabla 3 Población de Guatemala.....	24
Tabla 4 Descripción del mercado de Guatemala.....	30
Tabla 5 Análisis del valor, raro, imitable y organizado de las Pymes arroceras.....	32
Tabla 6 Modelo Canvas de proyecto de inversión	33
Tabla 7 Fortalezas y oportunidades de las Pymes arroceras	34
Tabla 8 Debilidades y amenazas de las Pymes arroceras.....	35
Tabla 9 Empresas exportadoras arroceras de Guatemala.....	36
Tabla 10 Datos de paletizados.....	38
Tabla 11 Precio paletizado	39
Tabla 12 Gastos administrativos	39
Tabla 13 Datos de costo de exportación.....	40
Tabla 14 Costo de Exportación	40

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Bandera de Guatemala.....	24
Ilustración 2 Exportaciones de Arroz semiblanqueado o blanqueado, incl. pulido o glaseado a Guatemala y Exportación de Arroz con cascara o arroz “paddy”	31
Ilustración 3 Pregunta Pymes 1	43
Ilustración 4 Pregunta Pymes 2	43
Ilustración 5 Pregunta Pymes 3	44
Ilustración 6 Pregunta Pymes 4	45

Ilustración 7 Pregunta Pymes 5	45
Ilustración 8 Pregunta Pymes 6	46
Ilustración 9 Pregunta Pymes 7	47
Ilustración 10 Pregunta Pymes 8	47
Ilustración 11 Pregunta Pymes 9	48
Ilustración 12 Pregunta Pymes 10	48
Ilustración 13 Pregunta Pymes 11	49
Ilustración 14 Pregunta Pymes 12	49
Ilustración 15 Pregunta empresas exportadoras 1	50
Ilustración 16 Pregunta empresas exportadoras 2	51
Ilustración 17 Pregunta empresas exportadoras 3	51
Ilustración 18 Pregunta empresas exportadoras 4	52
Ilustración 19 Pregunta empresas exportadoras 5	52
Ilustración 20 Pregunta empresas exportadora 6.....	53
Ilustración 21 Pregunta empresas exportadoras 7	53
Ilustración 22 Pregunta empresas exportadoras 8	54
Ilustración 23 Pregunta empresas exportadoras 9.....	54
Ilustración 24 Pregunta empresas exportadoras 10	55

LISTA DE ABREVIATURAS Y SÍMBOLOS

BCE	Banco Central del Ecuador
FOB	Free on board
MAG.	Ministerio de Agricultura
TM.	Tonelada de Mercancía
PYMES.	Pequeña y mediana empresas

ANÁLISIS DE CASO

La presente investigación se basa en la problemática que se encuentra dentro de la sociedad refiriéndose a la caída de la exportación de arroz en un 95% en el año 2021, consiste en una sobreoferta de arroz, donde la mayoría de las empresas arroceras disponían de grandes reservas en sus bodegas, lo cual se produce la caída de las exportaciones y sus precios y de esta manera, generando pérdidas para empresas pequeñas y medianas.

Dentro de los años 2020 y 2021 existió una gran variación de exportaciones en efecto perdidas en ingresos económicos para el territorio ecuatoriano. En lo que compete al año 2021 las exportaciones de arroz registraron un total de USD 1,2 millones, en cambio en el año 2020 existió un gran ingreso la cual fue un total de USE 32,3 millones.

En la presente problemática se registraron dos acontecimientos, una de ellas fue el cierre de fronteras la segunda la gran producción que se dio de gramínea en el país de Colombia, dicho país era uno de los grandes importadores de arroz ecuatoriano. Ante la presente problemática, nace la iniciativa de fomentar el plan de negocios para las Pymes con visión al mercado de Guatemala, la manera de buscar mercado y seguir en el proceso de comercializar arroz ecuatoriano e impulsar las exportaciones no tradicionales es uno de los objetivos de la presente. (Franco y González, 2021)

INTRODUCCIÓN

Ecuador desde sus inicios, ha sido un país que siempre ha destacado por sus actividades agropecuarias, primero con el auge del cacao en la década de 1920, luego plátanos desde 1940; Sin embargo, estos no son los únicos productos agrícolas; Estos son debido a que son los principales rubros de exportación en la canasta de productos tradicionales. (Alava et al., 2018)

El arroz es el producto número uno siendo de cultivos de ciclo corto más importantes del Ecuador, y se produce mayoritariamente en las provincias del sector Guayas y de Los Ríos debido a sus condiciones climáticas. Además, en el Ecuador se concentra la mayor producción de arroz, en varias ocasiones interviene fenómenos internos y externos, como divisores climáticos, la cantidad de crédito que otorgan las autoridades públicas, además de estas limitaciones por muchos problemas que no pueden ser solucionados por el gobierno que no permite la competencia de este producto a nivel regional. (Poveda y Andrade, 2018)

A lo largo del último año, las exportaciones e importaciones de muchos países se han visto afectadas por consecuencia de una de los mayores problemas sanitarios a nivel mundial como el COVID-19, siendo uno de los principales causantes de problemáticas tanto social, comercial y económica. Ecuador no fue la excepción, debido que le tocó afrontar diferentes desafíos relacionadas con el comercio exterior que se han ido formando a través del año 2021, sufriendo una desventaja comercial en varios sectores tales como el sector agrícola, coexistiendo como uno de los principales afectados por la pandemia y también es uno de los mayores sustentos de la población ecuatoriana.

El mercado arrocero ecuatoriano se vio afectado debido a cambios efectuados como normas de prevención ante la eminente crisis sanitaria, perdiendo gran parte del mercado colombiano el cual se dedicaba a comprar la mayoría de arroz ecuatoriano, gracias a que es un mercado demandante, pero eso no fue suficiente como para evitar los inconvenientes de comercialización. En especial en pandemia, donde existió una sobreproducción en el sector agricultores, quienes se quejaban de que les cancelaban injustamente un valor por su trabajo, estos factores conllevaron a que los productores guarden el arroz por el cierre de fronteras que se dio por el COVID-19.

Las empresas productoras de arroz nacionales se proyectan a los mercados extranjeros con el fin de alcanzar nuevos nichos de mercado y establecer lazos que posteriormente generan ganancias a largo plazo, sin embargo, no resultó ser un buen año para los productores agrícolas, quienes buscan apuntar a nuevos mercados demandantes.

Guatemala, es considerada como el segundo país donde más importa arroz, con el fin de cubrir las solicitudes internas. En los recientes periodos su sistema financiero ha crecido notablemente, de esta forma lo consideran un mercado con potencial para establecer negocios, despertando el interés del mercado ecuatoriano en exportar su producto.

El presente estudio tiene como objetivo principal promover la exportación de las Pymes del sector arrocero en el año 2022 a través del plan de negocios exportador hacia Guatemala, cuenta con tres objetivos específicos: analizar la evolución del mercado del arroz en la provincia y su producción para comparar los procesos de comercialización y exportación, como segundo objetivo es identificar la problemática que enfrentan las Pymes arroceras de la provincia del Guayas, y como objetivo final concreto elaborar un plan de negocios para la exportación de arroz ecuatoriano a Guatemala promoción de Exportaciones Pymes en la Industria del Arroz 2022 - Guayas “El propósito de este estudio es describir el estado actual del mercado del arroz en el Ecuador, incluyendo las exportaciones a los mercados objetivo, para identificar la demanda existente y las oportunidades de mercado en Guatemala.

En el estudio se formula la siguiente pregunta de forma: ¿Si se implementa un plan de negocio de exportación a Guatemala, entonces se fomentará las exportaciones del sector arrocero-Guayas en el año 2022? A través de la investigación realizada se identificará el ingreso al mercado objetivo, donde se analizará los riesgos y oportunidades al incorporarse. El método utilizado es un enfoque mixto, en el que se combinan las fortalezas y ventajas de los métodos cuantitativos y cualitativos para desarrollar un plan de exportación. La presente investigación está respaldada por antecedentes teóricos y el desarrollo de un plan de exportación que permitirá a las Pymes obtener conocimiento del mercado de Guatemala.

Se incorpora la metodología propuesta, donde se evidenció que existe una oportunidad de mercado, para el arroz ecuatoriano en Guatemala. Además, en la presente investigación se determinó que el plan de negocio de exportación de arroz ecuatoriano a Guatemala para

facilitar las exportaciones en las pymes de la industria arrocera de Guayas en el año 2022 es rentable y factible para las empresas Pymes arroceras.

El primer capítulo brinda un diagnóstico teórico y conceptual del objeto de investigación y describe la historia, concepto y antecedentes de la industria arrocera. Descripción de la producción, exportación y estado del arroz ecuatoriano.

El Capítulo 2 describe los métodos y materiales utilizados y presenta la investigación aplicada basada en la teoría. Este capítulo explica todos los métodos de investigación, recopilación de datos históricos, como es su transformación, su descripción y análisis.

En el Capítulo 3 se describen los resultados obtenidos en métodos cuantitativos y cualitativos. Para reducciones de volumen, detalle la oferta y la demanda históricas y pronostique la oferta y la demanda potenciales. Para cortes cualitativos, incluye el desarrollo de un plan de exportación utilizando una herramienta FODA. Al final, la viabilidad y la rentabilidad de un proyecto están determinadas por métricas financieras.

El capítulo 4 detalla la discusión y los resultados, comenzando con una argumentación teórica de lo que se puede lograr aplicando el método propuesto, brindando nuevas perspectivas que servirán de base para cualquier cambio dentro de la empresa.

Finalmente, las conclusiones y recomendaciones del estudio se detallan en el apartado de consecución de los objetivos planteados, donde en las recomendaciones se dan algunos puntos a tener en cuenta para que los productores de arroz logren tomar decisiones correctas, demostrando que las pymes son viables y fiables para entrar en un nuevo mercado.

CAPITULO I: DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.

1.1.2 El arroz

El arroz forma parte de los productos de consumo mundial con una fuerte demanda global; Sin embargo, ha sufrido muchos cambios en el nivel de comercio exterior, lo que afectó tanto a los países que se dedican a las exportaciones, así como a los importadores. (Pantaleón et al., 2020)

El arroz en Ecuador, es superado solo por el maíz en segundo lugar en la producción de granos, satisfaciendo la demanda interna y convirtiendo al país en un potencial exportador. (Zambrano et al., 2019)

El autor Gárgano (2018) menciona, el arroz es una hortaliza que produce anualmente, pertenecen a la misma familia que el trigo, la avena o el centeno. Desde un punto de vista ahorrativo y social, tiene una calidad particular: es un cultivo alimentario más importante alrededor del mundo. En otras palabras, Forma parte de uno de los principales engranajes en la fabricación y comercialización de productos primario.

El arroz como nos indican los anteriores autores es importante en la dieta de todos y es unos de los productos que son más consumidos a nivel mundial, es decir es uno de los mayores productos más comercializados de los bienes primarios, como ser unos de los productos más demandados, satisfacen la producción interna y externa.

1.1.3 Valor nutricional del arroz

Según los autores Medina et al. (2021) El arroz es una de las más grandes fuentes importante de minerales, fibra y, en menor medida, vitaminas [3,4]. Su poco contenido en grasas, más vitaminas del grupo B (tiamina, riboflavina, niacina) y elementos esenciales como hierro (Fe), zinc (Zn), magnesio (Mg), cobre (Cu), aluminio (Al) y manganeso (Mn), hacen arroz apto para todas las Dietas

Como se pudo observar en el cuadro, el arroz tiene muchos nutrientes beneficios que son buenos para nuestro cuerpo y para la salud, como lo son las proteínas, los lípidos, Hidratos de carbono, Minerales y vitamina B.

1.1.4 Ecuador y su exportación agropecuaria

La mayoría de las exportaciones del Ecuador son productos de origen agropecuario y elaborados en el cual contribuye unas de las más grandes economías del país con una balanza comercial favorable, Ecuador tienen una gran potencia agrícola.

Los productos que componen la mayor parte de la oferta agroexportadora del Ecuador siguen siendo productos tradicionales; En cambio, otros commodities como la yuca, malanga, papas chinas y jengibre (rizoma, tubérculo, tubérculo) Han ganado un espacio significativo en 12 destinos diferentes, con un total de 8191,4 toneladas, generando ingresos de \$ 26 millones para Ecuador. Por otra parte, en el marco político del MAG de promoción de los sectores más sensitivos, se exportaron 41.519 toneladas de arroz, lo que accedió regular los precios internos a través de una estrategia de salida de excedentes” (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2020).

1.1.5 Definición de producción de arroz

Mendoza et al. (2019) nos habla sobre, La producción de arroz representa un proceso de cambio y potencial comercial, y ahora los productores buscan nuevos mercados, ya que el mercado actual es inestable y cada vez más reducido, es por eso que buscan mantener y aumentar la producción de arroz siendo más competitivos.

La Cruz y Maitte, (2018) indican que la producción de arroz en el Ecuador forma parte principal del desarrollo económico diario, partiendo por ser el producto básico de la canasta familiar, Además de ser una de las principales actividades agrícolas de la costa ecuatoriana, brinda oportunidades de empleo a gran parte de las familias costeñas, especialmente en las provincias productivas: Guayas y Los Ríos.

En las dos definiciones que se pudo percatar, nos indican que la producción arrocería es importante en el Ecuador y que mayormente se da en la provincia de Guayas y Los Ríos,

Mendoza et al., (2019) nos indicó que el arroz es potencial emprendedor y que se busca nuevos mercados para comercializar, en cambio De la Cruz y Maittle es unas de las principales actividades agrícolas que dan empleos a muchas familias ecuatorianas, especialmente las familias de guayas y los ríos.

1.1.6 Principales provincias productoras de arroz

Tabla 1 Producción arroceras en Ecuador

<i>Provincia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Guayas</i>	54,52
<i>Los Ríos</i>	33,13
<i>El Oro</i>	0,37
<i>Manabí</i>	7,15
<i>Esmeraldas</i>	0,54
<i>Loja</i>	0,47
<i>Bolívar</i>	0,36
<i>Otras Provincias</i>	3,47

Fuente: (CORPCOM)

Como se puede visualizar en las tablas, en primer lugar, Guayas es una de las principales provincias que producen arroz en Ecuador con 54,52%, segundo lugar Los Ríos con 33,13%, tercer lugar Manabí con 7,15%, las cuales se puede verificar que son las más importantes productoras.

1.2 ANTECEDENTES CONCEPTUALES Y REFERENCIALES

1.2.1 Comercialización

Meleán y Velasco (2017) nos informa el marketing o distribución es vital para vender los productos fabricados de la empresa; En el procedimiento acuden actores como los

intermediarios, integrando recursos que, desde el punto de vista logístico, pueden sumar o restar la eficiencia del proceso, así como el costo del producto en el mercado. Por lo tanto, su desarrollo requiere trabajar con un bajo nivel de intermediarios para certificar la entrega a tiempo y costos sensatos.

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2018) no indica: “El mercadeo es un conjunto de funciones desarrolladas para hacer llegar un producto del fabricante al comprador, entre sus ocupaciones se encuentran: compras, ventas, transferir, invertir y asumir riesgos, y más factores”

(López, 2020) menciona el marketing es el proceso de lanzar y mantener un producto o servicio en un mercado específico, en un segmento objetivo y, con el tiempo, capturar/poseer una gran parte de ese mercado para los productos/servicios.

En las tres definiciones sobre la comercialización nos indicaron que es un conjunto en total para la salida de un producto hacia cierto país de destino, Meleán y Velasco (2017) nos informan que la comercialización es necesaria para la salida del producto y tiene un procesos de distribución, El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura que la comercialización es todo un procesos desde el inicio hasta el final donde el consumidor ya tiene su producto en manos y López no indico que el proceso de lanzar el producto al mercado y mantenedor es decir que el producto ingresado se adueñe del mercado.

1.2.2 Comercio Internacional

Cuando se refiere al comercio internacional, se refiere a la acción económica que incluye los intercambio de capitales, productos, servicios, así como ciencias entre diferentes individuos, Estados o regiones económicas, como enfatizan muchos expertos en el tema. (Quevedo et al., 2020)

Chosgo (2016) menciona al comercio exterior donde experimenta los movimientos o transferencias comerciales y financieras que tienen lugar entre varios estados soberanos y su objetivo es lograr un crecimiento armónico y equilibrado entre todas las naciones.

El estudio del comercio internacional tiene sus raíces en las civilizaciones organizadas más antiguas, ya que las civilizaciones mediterráneas aprovechaban su medio geográfico para de esa forma distribuir sus excedentes a otras poblaciones. Los fenicios destacaron sobre estas poblaciones por ser los más avanzados de su época, cuando comenzaron a estudiar la navegación marítima y la cartografía, problemática que les impulsó en su día a crear vías de navegación comercial (Huesca, 2019).

Actualmente el comercio es una práctica muy común donde al principio se realizaba como una práctica cotidiana donde se realizaban el intercambio de un bien o servicio a ciertos tipos de personas, pero ahora esto se puede hacer realidad para cualquier parte del mundo.

1.2.3 Definición de exportación

Macías et al. (2020) nos indican las Exportaciones es la venta de bienes y servicios de los residentes de un país a otro, es una transferencia de mercancías mediante habitantes de diferentes países, manteniendo vínculos a través de diversas formas de oferta de productos o servicios, denominándose al vendedor “exportador” y al comprador “importador”.

Águila y Díaz (2020) nos señalan que las exportaciones promueven el progreso económico del país y proveen ingresos que ayudan en pagar las deudas externas, de la misma manera obtener en nuevos países bienes y servicios que no se ocasionan allí y son necesarios para el consumo, la elaboración y el avance económico y cultural de la patria.

Armijos et al. (2017) establecen que las exportaciones lideran el crecimiento en el mundo y mejoran las economías, así como de las naciones desarrolladas como de los subdesarrollados, y señalar que los países en desarrollo se benefician más que otros de la variedad de sus mercancías, los cuales son exportaciones a naciones cuyas economías dependen o se especializan en exportaciones primarias-exportador como Ecuador.

Las tres definiciones sobre las exportaciones dadas por los autores refieren al adquirir de un producto con el fin de satisfacer una demanda hacia un país, Macías et al. (2020) nos indicó que es un producto el cual llega al destino mediante diferentes métodos de traslación de producto, Águila y Díaz (2020) nos señala que favorece al país por medio de crecimiento de las exportaciones.

1.2.4 Definición de las pymes

El crecimiento de la productividad interno de las empresas se debe a las Pymes, tal que tienen el objetivo principal de satisfacer las necesidades de los consumidores. Por lo tanto, realizan la mayor parte de las actividades de la vida diaria del consumidor. Según (Romero, 2006) “No hay duda del documento esencial que juega el sector de las PYMES en las economías presentes, independientemente de su nivel de progreso, ya sea en términos de su participación en el total de empresas o de su contribución, ya sea en el PIB o en el empleo.”

El mercado actual cuenta que una gran diversidad de pequeñas y medianas empresas dedicadas al crecimiento económico interno, buscando lograr un cambio en la sociedad y dejar su marca personal y avanzar en el mercado interno ya no solo como microempresas o Pymes para ello se enfrentan a una gran demanda de servicios y sus mayores competidores son aquellas Pymes que desarrollan las mismas actividades a menores costos, “La misión de este recurso debe poseer como objetivo primordial resguardar las insuficiencias de relación de la formación con su ambiente más inmediato” (Hoyos y Lasso, 2017).

En las dos definiciones nos hablan sobre las importancias de las Pymes y como contribuyen a la economía de un País, ya sea socialmente, económicamente y un crecimiento en las empresas que están empezando en los negocios.

1.2.5 Plan de negocio-exportación

Según Baque et al. (2019) menciona que el plan de negocios tiene como objetivo establecer la factibilidad mercantil, técnica, social y ambiental del propósito, teniendo en cuenta las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades que cuenta la sociedad, así como examinar el ambiente en el que se desenvolverá el proyecto

Según los autores nos indican Baque et al. (2020) la infraestructura del plan de negocios define los puntos esenciales que le permiten al negocio dirigir Gestionar su trabajo de forma integral y sencilla, permitiéndoles solucionar cualquier dificultad que pueda aparecer en el futuro.

Según los siguientes autores nos dicen que: (Fernández et al., 2019) En general, para crear nuevas empresas o crear nuevas unidades de Comenzar un nuevo negocio, es necesario y útil tener un plan de negocios en el cual Permita evaluar y reducir la probabilidad de éxito de nuevos negocios Incertidumbre y riesgos que pueda tener cualquier actividad inesperada

Son muchos los motivos por los que una compañía decide lanzar sus productos en mercados extranjeros, esta no es una trabajo difícil, pero como todo oficio, se requiere de preparación y aprendizaje para tener éxito.

Tenga en cuenta que un plan de negocios de exportación no garantiza al 100% el éxito, pero lo que si puede hacer un plan es la reducción del riesgo y mejora la consecuencia del proceso. Es sabido que un plan de negocios no tiene una ordenación establecida porque varía de acuerdo a los productos, servicios y peculiaridades de cada empresa.

Lo que buscamos al planificar un negocio de exportación es la entrada regular ya largo plazo de un producto o servicio en los mercados internacionales, lo que conduce a una mayor eficiencia y ganancias. En otras palabras, sostener nuestras exportaciones con menores costos, mayores utilidades y mejorar nuestras operaciones.

1.2.6 Estructura arancelaria del arroz

Tabla 2 Partida arancelaria de arroz

10.06	Arroz		
1006.10	Arroz con cascara (arroz “paddy”)		
1006.10.10.00	Para siembra	Kg	0
1006.10.90.00	Los demás	Kg	20
1006.20.00.00	Arroz descascarillado (arroz cargo o arroz pardo)	Kg	67.5
1006.30.00.00	Arroz semiblanqueado o blanqueado, incluso pulido o glaseado	Kg	67.5

Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador

Elaborado por los autores.

Para el caso de Arroz en su clasificación arancelaria se lo encuentra en el capítulo 10 “CEREALES” con la partida 10.06 arroz y para su envío es la subpartida 1006.30.00 Arroz semiblanqueado o blanqueado, incluso pulido o glaseado

Partida: Este capítulo no incluye otros granos mondados o trabajados de otra forma. Sin embargo, el arroz descascarillado, blanqueado, pulido, glaseado, escaldado o partido se clasifica en la partida 10.06

Subpartida: 1006.30.00.00 Arroz semiblanqueado o blanqueado, incluso pulido o glaseado.

1.2.7 Gestión de calidad

Según el autor Carriel et al. (2018) la dirección de la calidad es un fragmento de la administración corporativa, tomando referencia a la gestión financiera, recursos humanos, gestión ambiental, entre otras, áreas que no deben tratarse como un plan lejano; Porque su intención es tomar acción para emplear lineamientos fijados por la Junta Directiva y al logro de las metas organizacionales afines con la aptitud, al través de una habilidad competente de transformar la misión, visión en política, así a manera de consecución de imparciales y operaciones enérgicas de mejorar.

Las normas de gestión de calidad (SGC) es un instrumento para ordenar, controlar las actividades que normalmente se realizan dentro de una organización o servicio (Betlloch et al., 2019)

Según el investigador Becerra et al. (2019) El sistema de gestión es necesario hacia el buen labor de los establecimientos de educación superior y consiste en la interrelación de un vinculado de elementos que interviene para el establecimiento de políticas, objetivos, metas, objetivos y procesos para alcanzar las estrategias de la organización.

Los tres autores están de acuerdo que el sistema de gestión de calidad es sumamente necesario dentro de una empresa, donde estos mejoran el entorno internamente, donde mejoran las visiones y se aclaran las metas propuestas.

1.2.8 Balanza comercial

Según el autor Aguilar et al. (2020) nos interpreta lo siguiente: la balanza comercial se registran aquellas actividades que se implementan en exportaciones e importaciones de una nación en un tiempo determinado; habiendo un saldo (contraste entre exportaciones con las

importaciones) positivo, Cuando las exportaciones van más allá de la importación o las transacciones, o exceden el sonido Al importar la exportación o el déficit comercial.

La balanza comercial agropecuaria es en que se registra la diversificación que se da entre las exportaciones agropecuarias (FOB) y las importaciones (CIF), es decir, refleja los cambios y desplazamientos de áreas como: agricultura, ganadería, pesca, silvicultura, floricultura y otras industrias (Cedillo et al., 2021).

Según el siguiente autor (Borsic et al., 2016) nos habla que: Definir la balanza comercial como el foco de su actividad en dos grupos Importante comercialización de Bienes tradicionales y no tradicionales en los bienes tradicionales de exportación como lo son: aceite, banano, camarón, atún, pescado, cacao, café, etc. Los productos no tradicionales incluyen algunos productos como lo son: productos marinos, flores, productos agrícolas, medicinas, madera, frutas y harina de pescado.

Sin duda alguna la balanza comercial es un factor importante al momento de determinar si un país, una nación esta competente para realizar negocios, ya que de esa manera se puede visualizar si las exportaciones o las importaciones predominan en dicho mercado, es bueno tener en cuenta este factor importante al momento de negociar.

1.2.9 Oferta exportable

Los autores Coral et al. (2021) nos indica que, al mencionar el tema de la oferta exportable varios escritores mencionan con que se trata de la cantidad de bienes y productos que tienen como fin un lugar final en los mercados internacionales, además se debe tomar en consideración que dicho producto ofertado necesita cumplir con diferentes aspectos en constancia de su calidad, precio y certificaciones que acrediten su validez en aspectos logísticos y aduaneros.

Rodríguez et al. (2021) afirman que, Tomando en cuenta la capacidad física, representa mantener una excelente infraestructura, maquinaria y tecnología, que permite fomentar la eficacia económica, así como la parte económica que permite solventar los costos a largo plazo, mantiene un grupo calificado y capacitado con relación al área de comercialización.

En cambio, Toala et al. (2019) al hacer referencia a la oferta exportable, se menciona que es la capacidad que tiene una institución o empresa al ofertar diferentes bienes y servicios en mercados extranjeros, para ello es necesario contar con un producto capaz de satisfacer los requisitos del cliente, en constancia de su calidad.

El satisfacer una oferta bajo requisitos del demandante resulta ser la mejor manera de acaparar la atención del mercado consumidor o importador, debido a que el comprador busca la mejor opción que pueda ser obtenida del mercado, tomando en cuenta los precios y ofertas de este, por ello es necesario que la empresa ofertante procure manejar un sistema competitivo que le permita acaparar la atención en el mercado que desea fijarse de manera objetiva y crecer a largo plazo.

1.2.9.1 Incoterms

El autor Huamán (2020) nos indica que, Los Incoterms son reglas estandarizadas que explican las principales disposiciones de comercio mundial. Se representa mediante abreviaturas de tres letras que destellan los usos y costumbres que existen entre las compañías en los negocios mundiales y tienen como objetivo unificar y consolidar las diferentes prácticas y costumbres del comercio internacional.

En el siguiente párrafo Jiménez (2021) El uso adecuado de los Incoterms consiente a las organizaciones conseguir certeza en la paráfrasis de los términos negociados que son establecidos entre compradores y vendedores, gracias al uso de las normas globales que ayudan a distinguir en detalle la distribución de responsabilidades y obligaciones, así como los medios de transporte utilizados

Básicamente se define evidentemente los derechos y obligaciones de las partes en el contrato. Donde se verifica quien se ocupa de la entrega, la asignación de riesgos y la personalización entre los costos (Martín, 2020).

Los Incoterms son reglas que están establecidas de acuerdo a la forma de compra y venta, estos se tienen que tomar en cuenta al momento de negociar, ya que depende del Incoterms que se aplique para que puedan verificar las responsabilidades y obligaciones que tienen ambos individuos.

1.3 ANTECEDENTES CONTEXTUALES.

Actualmente en Ecuador, las exportaciones han decaído por diferentes razones que se han dado en el país, en los medios de comunicaciones nos han dicho que el 95% de las exportaciones hacia otros países cayeron este 2021, siendo uno de los años más bajos en las exportaciones en sector arrocerero que tiene el país.

De enero a septiembre de este año, Ecuador envió al exterior 2.143 toneladas de arroz, 95% menos que en el mismo período de 2020, cuando exportó 42.990 toneladas. En 2019, antes de la pandemia, 9 meses fue de 28.156 toneladas. Este año, registraron \$1,2 millones en exportaciones, muy lejos de los \$32,3 millones del año pasado. En 2019, las ventas en el extranjero alcanzaron los 17,6 millones de dólares estadounidenses. (Portal portuario, 2021)

Guatemala es un país con tradiciones y cultura de su gente, es bendecidos por riquezas cultural y natural, tienen una economía muy buena y nos indican que, A pesar de la pandemia, el patrimonio guatemalteco cerrará el 2021 con números muy positivos, por una serie de factores explicados por el Banco Central.

En octubre pasado, la crematística guatemalteca creció 15,1% en el segundo trimestre de 2021, marcando su estimación más alto en los últimos cinco años y las autoridades lo vincularon a un impacto numérico por la desaceleración presenciada el año pasado. (Gamarro, 2021)

En muchos países latinoamericanos, especialmente en Centroamérica, la producción no es capaz para satisfacer la demanda de los consumidores. Guatemala se importan unas 102.000 toneladas de arroz. Tres mil productores a nivel nacional producen alrededor de 741.100 quintales de arroz (33.686 toneladas), lo que representa el 25% del consumo anual del país, por lo que el 75% del consumo es importado, principalmente de Estados Unidos. (ICTA, 2016)

Como en Ecuador, contamos con una sobreproducción de arroz, es mejor por optar por una medida de comercializar arroces ecuatorianos a países que no elaboran una buena producción agrícola con abastecimiento para su pueblo, también para aquellos países que más importan arroz, vimos como oportunidad a Guatemala por su importación de arroz.

Ilustración 1 Bandera de Guatemala



Fuente: Datos macro, 2020.

Demográfica: datos estadísticos, tasas brutas (Población) y tasas restringidas (Edad, ocupación económica, nivel de educación, etc)

Guatemala finalizó el año 2020 con una población de 1.7974.000, un aumento de 358.000, 126.600 mujeres y 127.707 hombres, en comparación con 2019, cuando la población fue de 1.7616.000.

De acuerdo con cifras del “departamento de asuntos económicos y sociales de las Naciones Unidas” Guatemala cerró el 2021 con una población actual de 18.487.262, con una población masculina actualizada de (48.7%) y una población femenina actualizada de (51.3%), con un crecimiento de población en este año 369.886 (2021)

Tabla 3 Población de Guatemala

POBLACIÓN 2021		
	Población	Tasa de crecimiento
Masculina	9 010 893	48.7%
Femenina	9 476 372	51.3%

Fuente: “El Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas”

Elaborado por los autores.

1.3.1 Acuerdo comercial entre Guatemala y Ecuador

El acuerdo nace principalmente por desarrollar una mejor amistad entre Ecuador y Guatemala, fortaleciendo sus lazos comerciales siendo el resultado de largas conversaciones para llegar a un acuerdo mutuo y beneficioso para ambos, estrechando nuevas relaciones que permiten el crecimiento mutuo de manera económica, social y cultural de ambos países, creando una ventaja comercial única en Latinoamérica, siendo Ecuador merecedor de varios beneficios arancelarios por medio del Acuerdo Parcial complementario.

El Acuerdo Parcial de Complementación Económica entre Guatemala y Ecuador ingreso en vigor con 598 productos al 100% de desgravación arancelaria, de los cuales 56 productos con el 50% de desgravación arancelaria se realizarán de inmediato en un plazo de 5 años. A deducciones fiscales del 20%, 30% y 40% un total de 23 productos, por un periodo de 3 a 5 años (Cifuentes et al. 2021, pág. 58).

La exportación a un nuevo mercado objetivo resulta beneficiosa para los pequeños empresarios ecuatorianos que no contaban anteriormente con aquella posibilidad de hacer, así mismo el arancel de importación de Guatemala resulta ser beneficioso para las empresas importadoras con solo el 24% de arancel para el arroz, al introducir una nueva calidad de producto al mercado presenta una mayor aceptación por parte del consumidor.

El 01 de abril de 2022 entro en vigencia en Ecuador la decisión número 4 de la comisión administradora del “Acuerdo de Alcance Parcial entre Ecuador y Guatemala”, por medio de la cual se añaden a la comercialización entrambas naciones, con más de 142 productos con preferencia arancelarias, de acuerdo a esta decisión Ecuador podrá exportar con dichas preferencias exportaciones tradicionales y las no tradicionales. (SICE, 2021)

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación relacionada con el Plan de negocio de exportación de arroz ecuatoriano a Guatemala para fomentar las exportaciones del sector arrocero-Guayas en el año 2022 según su finalidad es aplicada, por el enfoque al campo del plan de negocios para exportación, según su objetivo gnoseológico es explicativa, porque se busca medir las variables de que busca implementar un plan de negocios de exportación y fomentar las exportaciones en el sector arrocero; según su contexto es de campo, porque el análisis de la investigación está dirigido a las pymes del Guayas; según el control de las variables es experimental, por el hecho de estar basado en hipótesis dependientes e independientes; según su orientación temporal es longitudinal, siendo que el plan de negocio exportación se irá dando a un largo plazo al realizar la venta de arroz hacia el mercado de Guatemala y según su nivel de generalidad estudia una situación específica, en crear un plan de negocio de exportación de arroz para la provincia del Guayas.

2.2 PARADIGMA O PERSPECTIVA GENERAL

El tipo de investigación relacionada con el Plan de negocio de exportación de arroz ecuatoriano a Guatemala para fomentar las exportaciones del sector arrocero-Guayas en el año 2022 se desarrolló desde una investigación mixta.

El estudio se basa en una investigación mixta, ya que por información existe, será posible consultar sobre este producto, sus ventajas, fortalezas y debilidades. De esta manera se puede implementar el plan de negocio de exportación el cual será un apoyo a las empresas Pymes en colocar sus productos en mercados internacionales y a través de encuestas a las grandes empresas exportadoras y a las Pymes con tal de obtener información, verificar y conocer cómo se encuentra el sector arrocero en la actualidad.

A. POBLACIÓN Y MUESTRA.

- **POBLACIÓN:** La unidad de análisis relacionada con la investigación sobre el sector Pymes arrocero-Guayas cuenta con un total de 27 empresas, mismas que son

responsables del crecimiento de la producción, la generación de plazas de empleo y el incremento de productivo del país.

- MUESTRA: La muestra es probabilística ya que los elementos de la localidad tienen la misma posibilidad de ser escogidos durante el momento del muestreo, mismo que será aplicada por medio de una encuesta aleatoria.

B) FÓRMULA

$$N = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$N = \frac{(1,96)^2 * 0.5 * 0.5 * 27}{0.0025(27 - 1)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 10$$

- Análisis de la muestra: Las encuestas serán aplicadas a 10 empresas que laboran dentro de Guayas-Ecuador
- Descripción de la muestra: Ecuador limita al este con Perú y al norte con Colombia, al oeste limita con el Océano Pacífico, posee 4 regiones y cuenta con 24 provincias, de las cuales el Guayas es una de ellas y forma parte de la región del Litoral y su capital es Guayaquil, siendo una de las provincias con mayor producción de arroz, se toma la muestra de la misma.

C) MÉTODO TEÓRICO

Para efectuar las tareas de investigación se utilizan los siguientes métodos:

- El histórico lógico establece la evolución de la gestión exportación en el proceso de comercialización del sector arrocero

- El analítico- sintético y el inductivo-deductivo para la caracterización gnoseológicamente el proceso de comercialización del sector arrocero, para la caracterización gnoseológicamente la gestión exportación, para la valoración la situación actual de las exportaciones de las Pymes en el año 2022 y para la corroboración de la incidencia del Plan de negocio de exportación de arroz ecuatoriano a Guatemala para fomentar las exportaciones en las Pymes del Guayas en el año 2022.
- El hipotético-deductivo desde la estimación de las exposiciones externas del problema científico relacionado con las exportaciones de arroz ecuatoriano en el año 2022, hasta la deducción de conclusiones como resultados de la aprobación de la incidencia del Plan de negocio de exportación de arroz ecuatoriano a Guatemala para fomentar las exportaciones de las Pymes en el año 2022.

D) MÉTODO EMPÍRICO

Para valorar la postura actual de las exportaciones del sector arrocero ecuatoriano en el año 2022 y para valorar teóricamente la incidencia del plan de negocio de exportación a Guatemala para fomentar las exportaciones del sector arrocero ecuatoriano, se ha aplicado el método empírico la encuesta para obtener, garantizar información valida sobre el estudio que estamos realizando.

Encuesta: como método adicional de investigación empírica, asumiendo la construcción del cuestionario, su amplia aplicación permite conocer las opiniones y valoraciones que se le dan al sujeto (encuestado), seleccionado en la muestra sobre algunas preguntas.

f) MÉTODOS ESTADÍSTICOS.

Los métodos estadísticos utilizados en el trabajo es la estadística descriptiva, en el cual nos ayuda para una mejor exegesis de los datos encontrados de la recolección de datos en la muestra.

CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

3.1 APORTE PRÁCTICO

El presente estudio permitirá a todas las Pymes del sector arrocero de la provincia del Guayas ingresar a nuevos mercados internacionales debido a la reciente firma de un acuerdo para negociar crecimiento a corto y largo plazo con Ecuador y un acuerdo de alcance parcial entre Ecuador y Guatemala. El movimiento existente en este período, a partir de los problemas que se presenten en el 2021 luego de la pandemia, otorga una ventaja comercial a la industria arrocera, sometiendo el mercado arrocero a diversos factores sociales, económicos, la sobreproducción de arroz en el país y la cultura y la cultura que trae el cierre de fronteras como la de Colombia.

El estudio futuro intentará encontrar nuevas soluciones factibles para un mejor mercado para los mercados objetivo, es decir, proporcionar la información necesaria que las PYME necesitan para enfocarse en el mercado, así como proporcionar a los grandes importadores de arroz el mercado guatemalteco, priorizando un crecimiento significativo. El número de pequeñas empresas en el Ecuador, así como la implementación del proceso de exportación y los principales requisitos necesarios para llevar a cabo el proceso antes mencionado son también los arroces de mayor consumo en el mercado objetivo.

Este estudio se realizó sobre la base de que muchos microempresarios no cuentan con toda la información o conocimientos necesarios para incursionar en nuevos mercados, lo que hace que el proyecto sea novedoso, ya que si bien el mercado del arroz sí es un producto de consumo masivo a nivel mundial, es decir, que los países que no cuentan con la tecnología ni el espacio suficiente para sembrar serán los mejores mercados para la comercialización, y ahí es donde nuestro proyecto se hace efectivo y productivo porque el mercado guatemalteco escasea y es más caro de producir. En los países vecinos, Ecuador tiene una gran ventaja en producción y calidad, comenzando por el sector de Guayacán, tiene la región más productiva del país, lo cual es una ventaja a la hora de considerar el enfoque en nuevos mercados.

3.2 DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIO DE EXPORTACIÓN

3.2.1 TAMAÑO DEL MERCADO

Tabla 4 Descripción del mercado de Guatemala

Nombre Oficial	República de Guatemala.
Capital	Ciudad de Guatemala
Forma de gobierno	Democrático
Idioma oficial	23 idiomas Mayas, Xinca, Garífuna y español
Población	16,86 millones (2020)
Tasa de crecimiento anual de la población	1,5% anual (2020)
Área	108.889 km ²
Moneda	Quetzal
PIB	77,6 miles de millones USD (2020)
PIB Per cápita	4.603,34 USD (2020)
Puertos	Santo Tomás de Castilla, Puerto Barrios, San José, Champerico, Puerto Quetzal,

Fuente: Datos macro, 2020.

Elaborado por los autores

3.2.2 Análisis del mercado objetivo

Guatemala, es una república presidencialista que cuenta entre alrededor de 16300000 Habitantes, es el país más poblado de América Central. Además, tiene una de las mayores economías de América Central, representa casi el 39% del PIB regional y se conforma con un mercado de más de 17 millones de potenciales consumidores.

De acuerdo con Pro Ecuador, las exportaciones de Ecuador a Guatemala con el año 2017-201 decayeron a causa de un valor por año del 7.2% pasando de US\$ 76 millones en el primer año a US\$ 56 millones; y al indagar, se observó que las exportaciones no petroleras obtuvieron un incremento del 30% en el mismo tiempo, pero las petroleras registraron un decrecimiento de un 73%. (Gamarro, 2022)

3.2.3 El ambiente de negocio en Guatemala

Es beneficioso conllevar a negociar con Guatemala por acuerdos que se tiene, el cual es favorable por su preferencia arancelaria y como últimamente está creciendo las exportaciones no petroleras a Guatemala.

En 2020, Guatemala importó arroz por un valor de US\$ 69,1 millones, convirtiéndose en el 76° mayor importador de arroz del mundo. En el mismo año, el arroz ecuatoriano fue el producto más importado en Guatemala.

Ilustración 2 Exportaciones de Arroz semiblanqueado o blanqueado, incl. pulido o glaseado a Guatemala y Exportación de Arroz con cascara o arroz "paddy"

CODIGO DEL PRODUCTO	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	ECUADOR EXPORTA HACIA GUATEMALA			ECUADOR EXPORTA HACIA EL MUNDO		
		VALOR 2019	VALOR 2020	VALOR 2021	VALOR 2019	VALOR 2020	VALOR 2021
1006300000	Arroz semiblanqueado o blanqueado, incl. pulido o glaseado	0	148	343	18.189	32.939	9.684
10061090	Arroz con cáscara o arroz "paddy":	0	0	947	0	0	1.461
	Total			1290			11.145

Fuente: Trade Map (2022)

Durante el 2020 Guatemala importa alrededor de 148 toneladas de arroz emblanqueado desde Ecuador y en el año 2021 se ve un incremento de 343 toneladas, como se puede observar en los datos es beneficioso para nuestro país el incremento de su compra. En la imagen se observa también que Guatemala en el año 2021 también importó un total de 947 Toneladas de arroz con cascara o arroz "paddy"

3.2.4 Análisis VRIO

Tabla 5 Análisis del valor, raro, imitable y organizado de las Pymes arroceras

V	El arroz ecuatoriano es muy demandado por parte de otros países, por su calidad y sabor es un producto valioso en el exterior.
R	El arroz ecuatoriano en los últimos tiempos ha tenido sobreproducción del producto.
I	Al ser un producto más importante del Ecuador, cuenta con gran producción masiva en la nación, su imitación se da de una manera fácil.
O	La mayoría de las empresas cuenta con la capacidad de manipular los recursos.

Elaborado por los autores.

Análisis VRIO sirve para buscar una ventaja competitiva sostenible. El acrónimo VRIO significa valor, rareza, imitabilidad y organización. El arroz ecuatoriano es muy demandado en el mercado exterior por su buena calidad y sabor. Su rareza surge en la sobreproducción de arroz que tiene el Ecuador y esto a la vez es una ventaja para abastecer los demás mercados. Al ser uno de los productos más importantes y de la alimentación diaria en el ecuatoriano, cuenta con una imitación fácil en las provincias de Guayas y en otros lugares del Ecuador. En cuanto a la organización la mayoría de la empresa cuenta con la capacidad de manipular los recursos.

3.2.5 Modelo Canvas

Tabla 6 Modelo Canvas de proyecto de inversión

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON LOS CLIENTES	SEGMENTOS DE CLIENTES
Pymes de arroz	Planificación de producción y zarpes de contenedor	Exportar arroz ecuatoriano hacia el mercado de Guatemala, resaltando la calidad del producto sobre su competencia y satisfaciendo la demanda interna.	Las negociaciones con los clientes por vía electrónica y llamadas telefónicas.	Empresas Importadoras de Arroz de Guatemala
Productores de materiales directos (Saco)	logística de envió		Las negociaciones presenciales también es una manera para relacionarse con los clientes y se tomaran en cuenta la cultura de los empresarios a tratar.	
PROECUADOR	RECURSOS CLAVE		CANALES	
	Camarón		Contacto directo con importadores de Guatemala y la firma de los contratos	
			Acercamiento con los mercados de Guatemala mediante ferias internacionales y nacionales.	
ESTRUCTURA DE COSTOS			FUENTES DE INGRESO	
Costo de material prima			Precio establecido según el mercado y mediante contrato realizado	
Costo de paletización, costo de exportación			Adelantos cancelados por contenedor. Saldo restante frente a entrega	

Elaborado por los autores.

3.2.6 Análisis FODA

Tabla 7 Fortalezas y oportunidades de las Pymes arroceras

FORTALEZAS
Las empresas cuentan con una gran infraestructura que ha permitido fortalecer su productividad.
Las empresas ecuatorianas hacen uso de redes sociales, sitios web, correos electrónicos, oficinas de atención, etc.
Existe buena relación entre los colaboradores, inversionistas, empleados y clientes.
Las empresas buscan obtener certificaciones Alimenticias FSSC 22000, un estándar que aseguran la seguridad alimenticia en toda la secuencia de suministro.
Innovación en maquinaria y mejoras en el desarrollo de producción en su personal (mediante capacitaciones e incentivos)
Ecuador posee un arroz de alta calidad apreciado por los compradores cercanos como Colombia, permitiendo ser nuestro arroz una de gran calidad.
Infraestructura necesaria en tecnología para la conservación, procesamiento y transporte.
OPORTUNIDADES
Mercados en constante crecimientos.
Diversificación de presentación de productos a base de arroz.
Desarrollo potencial de sus colaboradores
Fuertes relaciones en el mercado internacional que le permite a la empresa internacionalizarse de manera rápida y eficaz.
Política de diversificación con la presencia de expertos nacionales en el manejo del mercado.
Utilización de manera correcta la solidez de la empresa para hacer frente a la competencia actual.
El país tiene un amplio abastecimiento y sobreproducción

Elaborado por los autores.

Tabla 8 Debilidades y amenazas de las Pymes arroceras

DEBILIDADES
Falta de mantenimiento de Sitio Web
Falta de reconocimiento de utilidades hacia colaboradores, en producción alta - motivo pandemia.
Solo toman personal altamente capacitado para poder cumplir sus objetivos.
Existe un déficit de seguimiento al consumidor, para mejorar sus servicios
Los precios en los almacenes son establecidos a convenir con el distribuidor, no cuenta con precios fijos en el mercado, precios en línea no establecidos.

AMENAZAS
Fuerte competencia en el mercado internacional
Disputa en el mercado interno actual
Carencia de centros de acopio a nivel nacional que dificultan las buenas políticas de relación con agricultores.
El cierre forzoso de las fronteras no permitió la libre comercialización
Contrabando y comercialización ilegal de otros países con bajos precios.

Elaborado por los autores.

3.3 PLAN OPERATIVO

3.3.1 Empresas importadoras de arroz en Guatemala

Las empresas importadoras arroceras de Guatemala optan por comprar arroz extranjero debido a diferentes factores internos de su país, en el caso del país escogido se da a causa de los valores altos en la producción interna, sobrepasando los valores que se pueden obtener al comprar a un mercado como Ecuador quien ofrece un valor competitivo.

La producción de arroz en Guatemala es altamente cara, dejando a los productores pocas posibilidades de comercialarlo de manera temprana y eficiente, por ello las empresas de grandes cadenas comerciales y supermercados optan por el consumo de otras arroceras provenientes de países extranjeros, además por cultura consumidora interna los guatemaltecos tienden a consumir más productos importados que los mismos que se producen dentro del territorio. Es por ello que se mencionan a tres empresas importadoras de arroz ecuatoriano, el cuales son las siguientes empresas:

Tabla 9 *Empresas exportadoras arroceras de Guatemala*

Nombre de las empresas	Numero de categorías de productos o servicios comercializados	Números de empleados	País
Agro pacific S.A-Agro pacific S. A	2	110	Guatemala
Agroindustria Agroinsa S.A-Ingenio tierra buena	2	170	Guatemala
Arrocera Los Corales Sa-Alcsa	2	120	Guatemala

Fuente: Trade Map

Elaboración: Autores

Como se puede observar en el cuadro son empresas importadoras de arroz más grande en el territorio de Guatemala, que adquieren la producción de arroz ecuatoriano para satisfacer la necesidad interna que tiene su país. Lo cual se busca en realizar un contrato por medio de estas empresas para garantizar la exportación arroceras de las Pymes de Guayas.

3.3.3 Elaboración del contrato

Este tipo de contratos ayuda a establecer las responsabilidades, términos, condiciones, costos, riesgos y procedimientos entre comprador y vendedor. se puede elaborar un formulario estándar de un contrato de compraventa FOB de arroz, que detalla lo específico de cada venta:

- Nombre de comprador
- Nombre de exportador
- Número de contrato
- Fecha de emisión
- Calidad
- Tipo de arroz
- Origen
- Destino
- Precio FOB
- Términos de pago
- Peso final
- Certificaciones
- Tipo de empaque
- Mes de embarque
- Firma de comprador
- Firma de exportador

3.4 CONTROL DE CALIDAD

Para importar arroz a Guatemala, las autoridades sanitarias del país exigen un certificado o una impresión que demuestre que el producto ha sido enviado no presenta rastro de bacillus cereus.

- Bacillus cereus: A nivel mundial, B. cereus en alimentos es detectado y cuantificado por laboratorios de comprobación de calidad mediante evidencias fenotípicas y de acuerdo con las normas internacionales ISO 7932:2004 e ISO 21871:2006

Es necesario y fundamental aplicar buenas prácticas al momento de realizar la elaboración de alimentos, como la conservación de la cadena de Frío y Saneamiento en sus herramientas y sus empleados, el uso de operaciones Física, química y biología al control microorganismos procederá reducir el número de microorganismos en los alimentos, Asegurar su calidad y evitar el suministro de intoxicación alimentaria causada por B. Cereus (Sánchez, 2016).

3.5 PROCESO DE EXPORTACIÓN

3.5.1 PALETIZADO

Datos para calcular el paletizado

Tabla 10 Datos de paletizados

	TAMAÑO	PESO	CAPACIDAD CONTENEDOR
Arroz		45,35kg	40 pies
Sacos	92x56cm	100 libras	300
Pallets	120cmx100cm	634,9kg	22

Elaborado por los autores.

Se realizó el cálculo de un contenedor de 40 pies el mismo que tiene una capacidad de 300 sacos de arroz cada uno con un peso de 100 libras, lo cual ocupan un total de 22 pallets apilados correctamente dan un resultado de capacidad por contenedor de 300 sacos de arroz de 100 libras.

Tabla 11 Precio paletizado

PALETIZADO	
Precio por paletizado	8
Cantidad de pallets	22
Total, de paletizado	\$176,00

Elaborado por los autores.

La tabla 11 del paletizado se realizó con el precio del pallet en el mercado actual siendo de 8\$ cada unidad y la cantidad que se utilizará por contenedor será de 22 unidades por contenedor, el resultado a pagar por los 22 pallets es de \$176 en total.

3.5.2 Gastos administrativos

Tabla 12 Gastos administrativos

	Número	Sueldo mensual
Gerente de la empresa	1	631,65
Contador de la empresa	1	1096,67
Salario de la secretaria	1	697,71
TOTAL		2426,03

Elaborado por los autores.

Para el cálculo presente se tomó en cuenta los gastos administrativos mensuales del personal operativo, cada personal cumple una función elemental en el proceso de exportación siendo un costo dentro del proceso, es por ello que se toma como necesario el cálculo de uso de los mismos.

3.5.3 Datos de costo de exportación

Tabla 13 Datos de costo de exportación

Transporte interno= 300 cajas costo del transporte x 0,25 precio por cajas= \$ 75
Valor del quintal en ecuador= \$30*300= \$900
Gastos de venta (agente de adunas) 313,50
Precio del envío de documentos= \$ 20 y 9 documentos = 180
Estivado o llenado 150 x 1= 150

Elaborado por los autores.

Se consideró los datos principales como el transporte interno siendo principal motor de la logística y el valor del quintal en precio de ecuador involucrando los gastos de venta, el envío de documento y por último en el proceso se encuentra el estivado o llenado del contenedor.

3.6.4 Costo de Exportación

Tabla 14 Costo de Exportación

Paletizado	\$176,00
Certificado de calidad	\$25,00
Certificado de origen	\$30,00
Certificado sanitario	\$75,00
Transporte interno	\$ 75,00
Gastos de producción	\$9.000,00
Gastos administrativos	\$2.426,03
Envío de documentos	180
Estiba o llenado	150

TOTAL	\$11.987
Total, de unidades a exportar	300
Costo unitario	\$39,96
Utilidad (25%)	\$9,99
Precio de comercialización FOB	\$49,95

Elaborados por los autores.

El total de los costos de exportación es la sumatoria de todos los cálculos sacados previamente al realizar y considerar lo necesario para realizar la exportación.

Mensualmente se puede exportar 300 quintales de arroz hacia el mercado de Guatemala con un costo unitario interno en la empresa siendo de \$39,96 por cada quintal, sacando una utilidad del 25% por cada unidad nos da un valor de ganancia de \$9,99 siendo un margen representativo, al realizar la suma de estos dos valores obtenemos el precio total de comercialización en FOB con el valor de \$49,95 el cual será el precio oficial de la empresa para negociar con los importadores.

3.6 LOGÍSTICA DE ENVIÓ

Guatemala cuenta con 5 puertos marítimos ambas están ubicadas en la costa de caribe, pero de las 5 solo el puerto Quetzal, puerto Barrios y San tomas de castillas cumplen con el funcionamiento de entrada y salida de las mercanticas. El puerto que se va utilizar para el ingreso de la mercancía es el puerto Santo tomas de castilla, el cual es uno de los receptores de mercancía y cuenta con la tecnología más avanzada que en los anteriores puertos, en este puerto tiene una ventaja de conectar eficazmente con la red de autopista.

3.7 FORMA DE PAGO

Como se realiza un contrato entre las empresas importadoras arroceras y las Pymes, ellos tendrán en cuenta la forma de pago para que agreguen en su contrato, pero como sabemos el comercio internacional es una actividad muy importante en un país, de igual forma su manera de comprar o vender también son importantes al momento de realizar un negocio, existen

muchas formas de pago, pero depende del exportar o importador en negociar la manera de cobrar su exportación o importación. Una forma de pago que más se utiliza en el comercio exterior y una de las más confiables es un crédito documentario.

Un crédito documentario es un medio de pago abierto por el banco (crédito emisor) a petición del propietario (importador), de modo que si se cumplen las condiciones especificadas (la presentación de documentos en la fecha especificada), entonces el banco beneficiario (emisor) será pagado. Es decir, es una operación bancaria que al momento que se lo abre, el banco emisor queda en la obligación de un modo irrevocable ante el beneficiario constantemente y cuando se efectúe con las circunstancias mencionadas en el crédito (Sánchez, 2022).

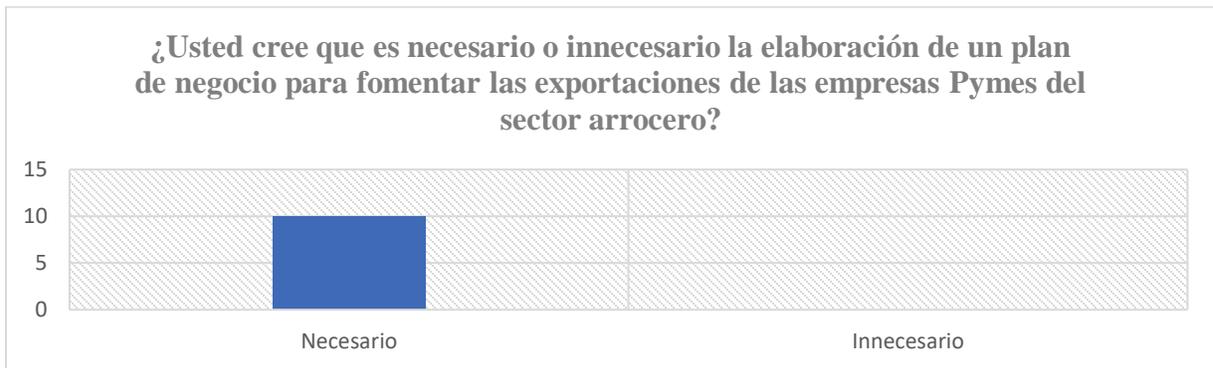
Esta forma de pago es una de las recomendadas que le damos a las Pymes para que puedan favorecerse en su contrato y es una forma más segura para no caer en estafas de la contraparte.

3.8 Técnica de encuesta

Análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a las Pymes arroceras de la provincia del Guayas.

1. ¿Usted cree que es necesario o innecesario la elaboración de un plan de negocio para fomentar las exportaciones de las empresas Pymes del sector arrocerero?

Ilustración 3 Pregunta Pymes 1



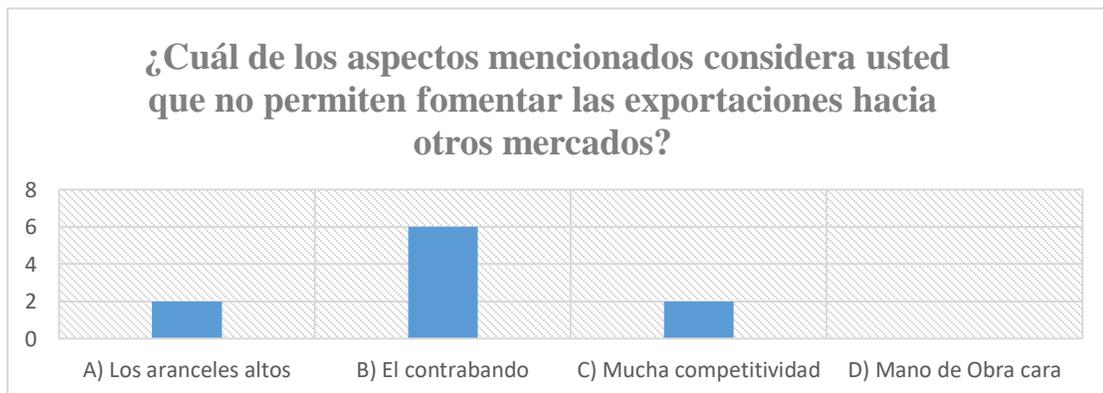
Fuente: Encuesta

Elaborado por los autores.

Análisis: De las diez empresas encuestadas, diez mencionan que es Necesario elaborar un plan de negocios para fomentar las exportaciones de las empresas Pymes del sector arrocerero.

2. ¿Cuál de los aspectos mencionados considera usted que no permite fomentar las exportaciones hacia otros mercados?

Ilustración 4 Pregunta Pymes 2



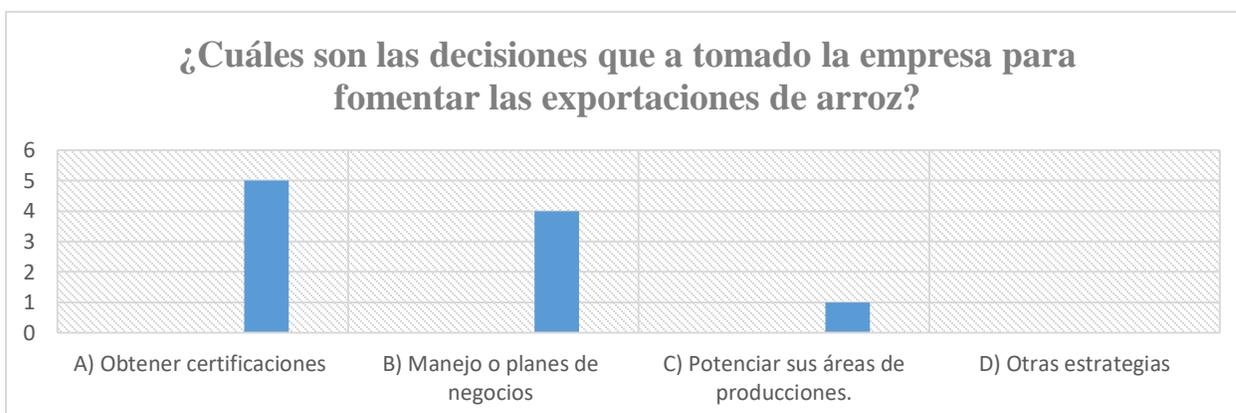
Fuente: Encuesta

Elaborado por los autores.

Análisis: Según las respuestas de las empresas encuestadas, seis de ellas mencionan que uno de los principales problemas es el literal B) El Contrabando lo cual impide su crecimiento, dos empresas señalan que el literal A) Los aranceles altos, son los que impiden las exportaciones y las dos empresas restantes detalla que el literal C) Mucha competitividad es uno de los factores influyentes de sus perspectivas.

3. ¿Cuáles son las decisiones que ha tomado la empresa para fomentar las exportaciones de arroz?

Ilustración 5 Pregunta Pymes 3



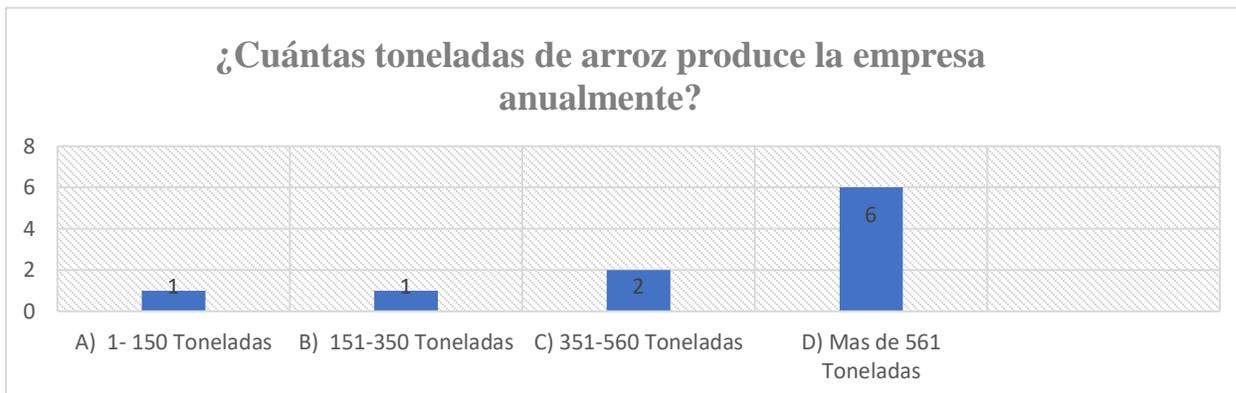
Fuente: Encuesta

Elaborado por los autores.

Análisis: De las empresas encuestadas, cinco mencionan que el literal A forma parte de las decisiones para fomentar las exportaciones y cuatro de las empresas mencionan que el literal B es la mejor opción para llevar a cabo la fomentación de las exportaciones y solo una empresa considera que el literal C es esencial para fomentar las exportaciones de arroz.

4. ¿Cuántas toneladas de arroz produce la empresa anualmente?

Ilustración 6 Pregunta Pymes 4



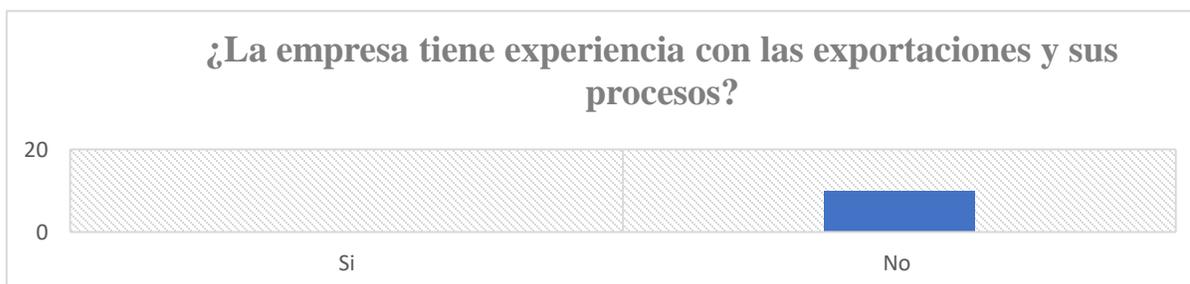
Fuente: Encuesta

Elaborado por los autores.

Análisis: De las diez empresas encuestadas seis mencionan que el literal D) más de 561 Toneladas representa la cantidad de producción anual de la empresa y dos empresas mencionan que el literal C representa su producción anual, de las empresas restantes una detalla que el literal B representa su producción anual y la última empresa menciona que el Literal A representa su producción anual siendo solo una la que produce menor cantidad de arroz y seis empresas pymes detallan que si se puede producir más de 561 Toneladas anualmente.

5. ¿La empresa tiene experiencia con las exportaciones y sus procesos?

Ilustración 7 Pregunta Pymes 5



Fuente: Encuesta

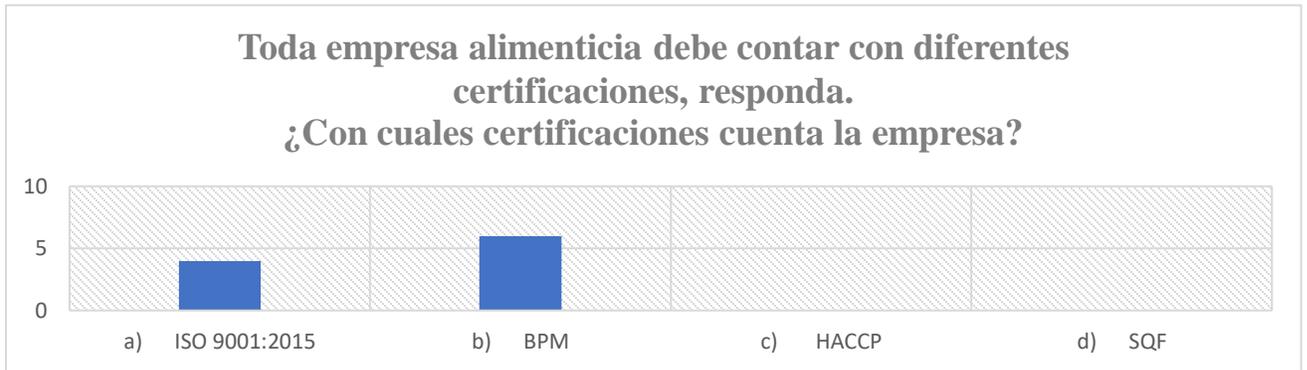
Elaborado por los autores.

Análisis: De las empresas encuestadas, todas mencionan que no tienen experiencia con las exportaciones y sus procesos.

6. Toda empresa alimenticia debe contar con diferentes certificaciones, responda.

¿Con cuales certificaciones cuenta la empresa?

Ilustración 8 Pregunta Pymes 6



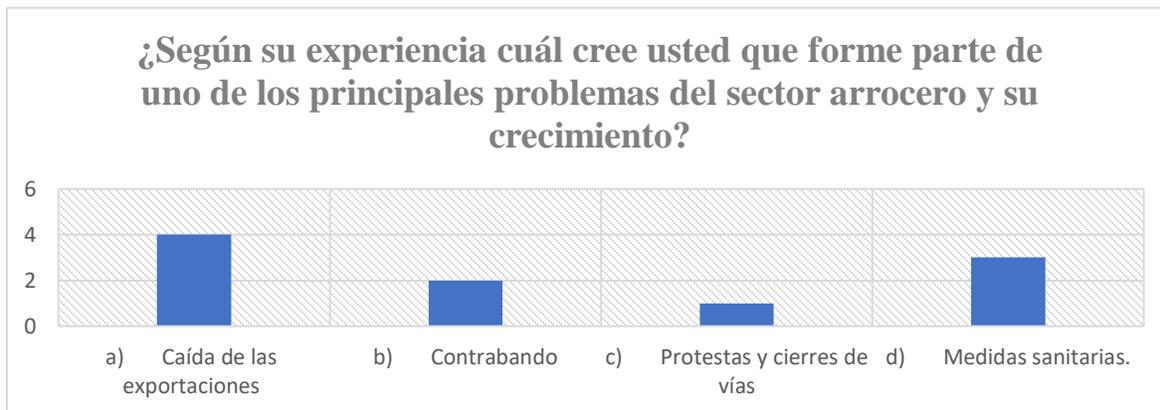
Fuente: Encuesta

Elaborado por los autores.

Análisis: De las diez empresas encuestadas, seis de ellas mencionan que cuentan certificación BPM y solo cuatro de las empresas encuestadas mencionan que cuentan con el literal a) ISO 9001:2015.

7. ¿Según su experiencia cuál cree usted que forme parte de uno de los principales problemas del sector arrocero y su crecimiento?

Ilustración 9 Pregunta Pymes 7



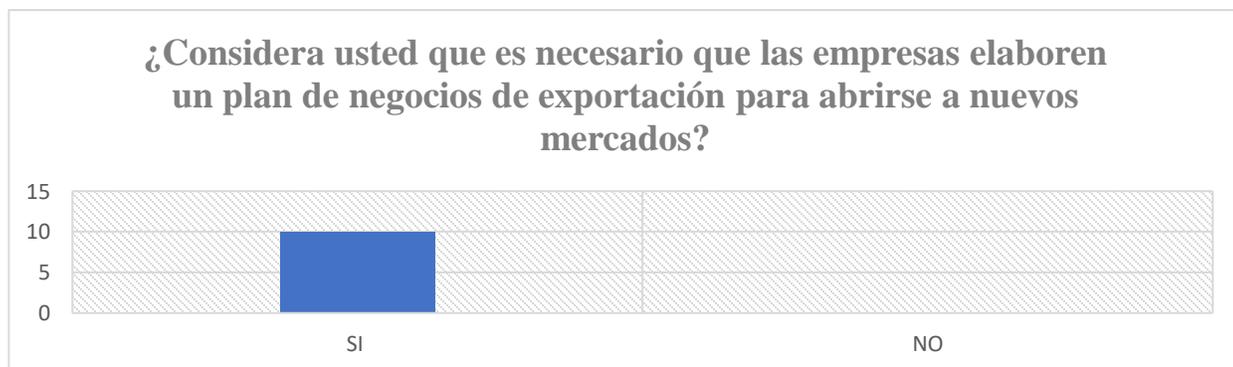
Fuente: Encuesta

Elaborado por los autores.

Análisis: Según la experiencia de las empresas encuestadas, cuatro de ellas mencionan que uno de los principales problemas del sector arrocero y su crecimiento se refleja en el literal a) y tres de las empresas encuestadas mencionan que correspondo al literal d), sin embargo, dos de las empresas creen que corresponde al literal b) y la minoría siendo una empresa menciona que es el literal c).

8. ¿Considera usted que es necesario que las empresas elaboren un plan de negocios de exportación para abrirse a nuevos mercados?

Ilustración 10 Pregunta Pymes 8



Fuente: Encuesta

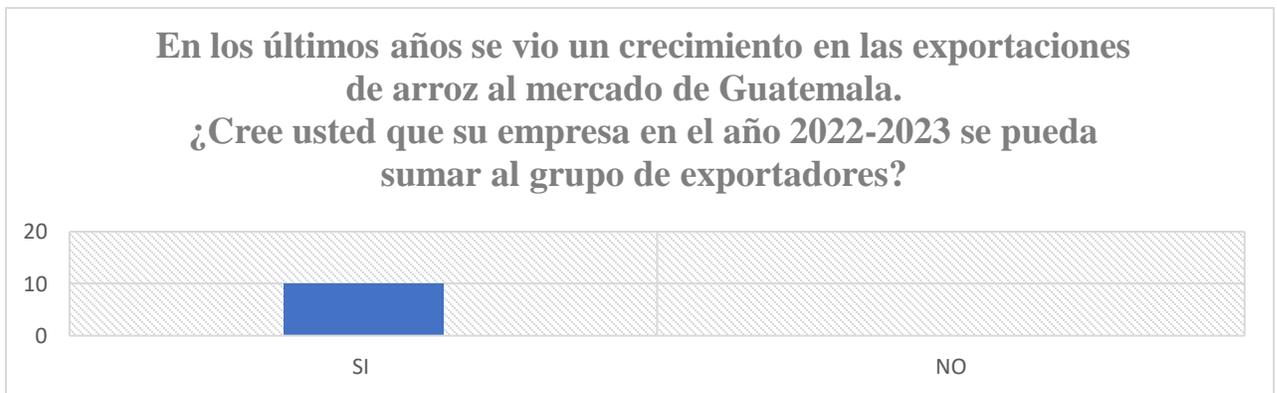
Elaborado por los autores.

Análisis: De diez empresas encuestadas, todas mencionan que si es necesario que las empresas elaboren un plan de negocios de exportación para abrirse a nuevos mercados.

9. En los últimos años se vio un crecimiento en las exportaciones de arroz al mercado de Guatemala.

¿Cree usted que su empresa en el año 2022-2023 se pueda sumar al grupo de exportadores?

Ilustración 11 Pregunta Pymes 9



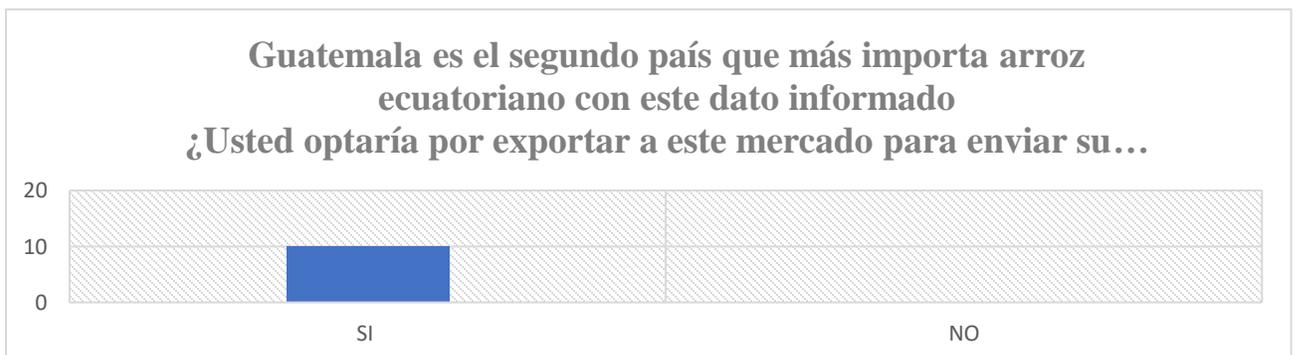
Fuente: Encuesta

Elaborado por los autores.

Análisis: De las diez empresas encuestadas, todas mencionan que sus empresas en el año 2022-2023 se puede sumar al grupo de exportadores.

10. Guatemala es el segundo país que más importa arroz ecuatoriano con este dato informado ¿usted optaría por exportar a este mercado para enviar su producción de arroz?

Ilustración 12 Pregunta Pymes 10



Fuente: Encuesta

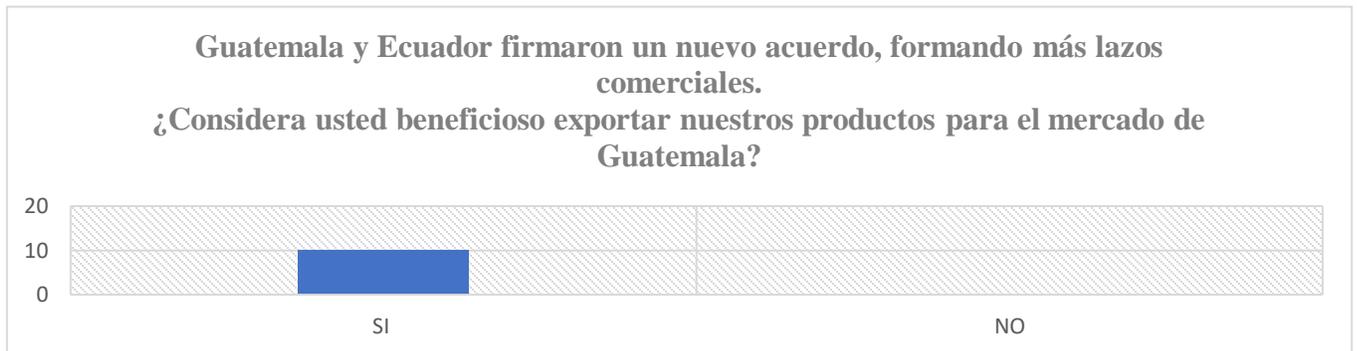
Elaborado por los autores.

Análisis: Del grupo de empresas encuestadas, todas mencionan que, si optasen por exportar al mercado de Guatemala.

11. Guatemala y Ecuador firmaron un nuevo acuerdo, formando más lazos comerciales.

¿Considera usted beneficioso exportar nuestros productos para el mercado de Guatemala?

Ilustración 13 Pregunta Pymes 11



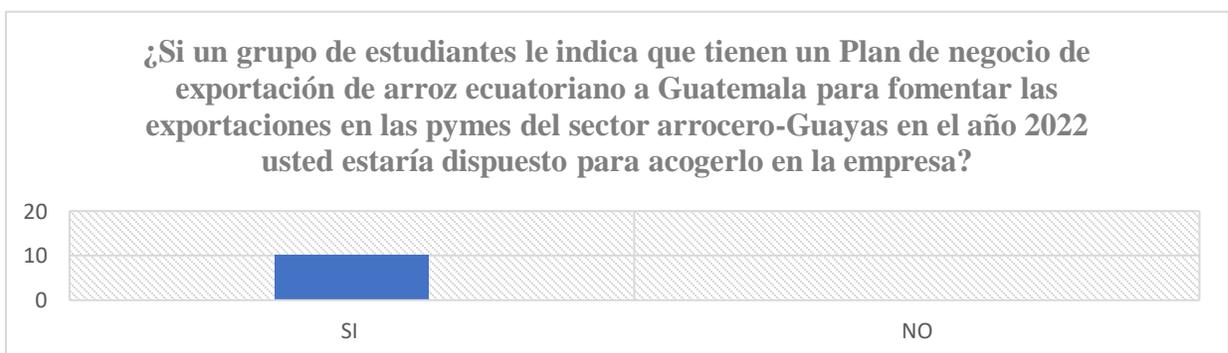
Fuente: Encuesta

Elaborado por los autores.

Análisis: Del grupo de empresas encuestadas, todas mencionan que si consideran beneficioso exportar nuestros productos para el mercado de Guatemala.

12. ¿Si un grupo de estudiantes le indica que tienen un Plan de negocio de exportación de arroz ecuatoriano a Guatemala para fomentar las exportaciones en las pymes del sector arrocero-Guayas en el año 2022 usted estaría dispuesto para acogerlo en la empresa?

Ilustración 14 Pregunta Pymes 12



Fuente: Encuesta

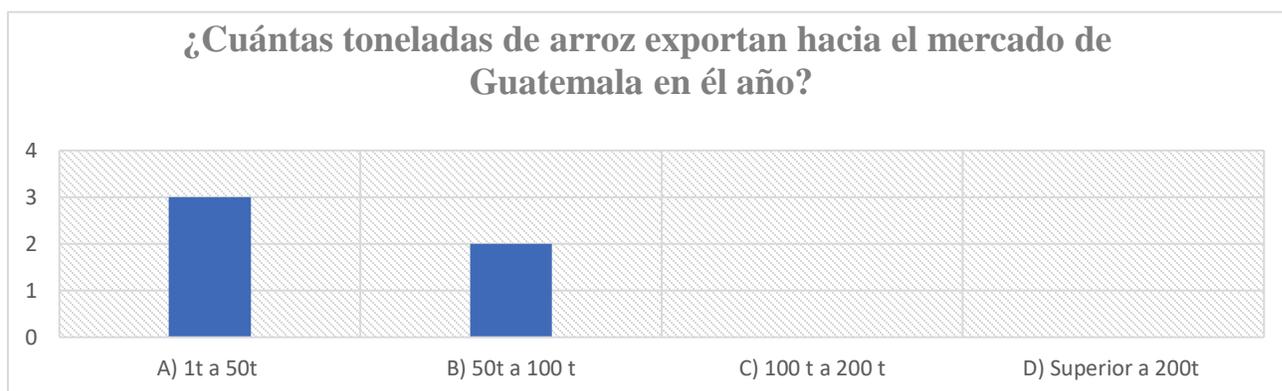
Elaborado por los autores.

Análisis: Del grupo de empresas encuestadas, todas mencionan que si están dispuestos a acoger un plan de negocios de exportación de arroz **ecuatoriano** a Guatemala para fomentar las exportaciones en las pymes del sector arrocero-Guayas en el año 2022.

TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS ARROCERAS DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS.

1. ¿Cuántas toneladas de arroz exportan hacia el mercado de Guatemala en él año?

Ilustración 15 Pregunta empresas exportadoras 1



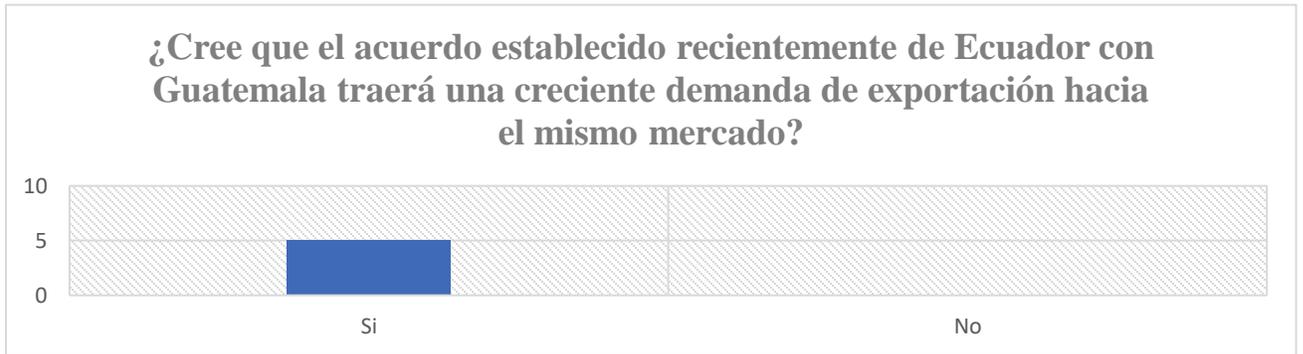
Fuente: Encuesta

Elaborado por los autores.

Análisis: De las empresas encuestadas tres de ellas mencionan que exportan de 1t a 50t hacia el mercado de Guatemala en el año, las dos empresas restantes mencionan que exportan de 50t a 100t hacia el mercado de Guatemala en el año.

2. ¿Cree que el acuerdo establecido recientemente de Ecuador con Guatemala traerá una creciente demanda de exportación hacia el mismo mercado?

Ilustración 16 Pregunta empresas exportadoras 2



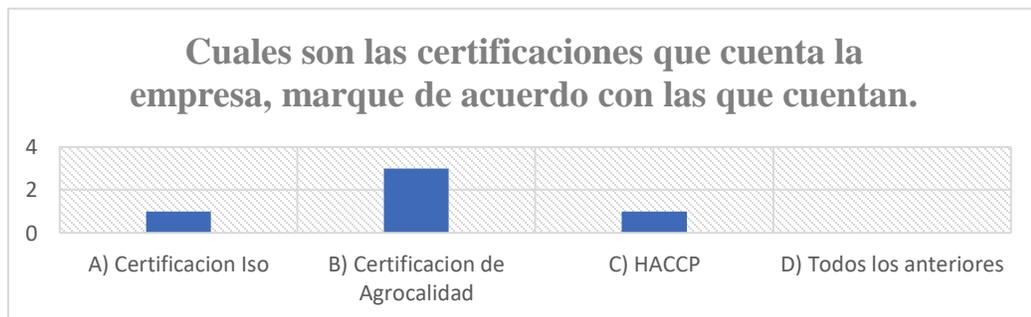
Fuente: Encuesta

Elaborado por los autores.

Análisis: Del grupo de empresas encuestadas, se concluyó que todas están de acuerdo que el acuerdo entre Ecuador y Guatemala traerá una creciente demanda de exportación hacia el mismo mercado.

3. ¿Cuáles son las certificaciones que cuenta la empresa? marque de acuerdo con las que cuentan

Ilustración 17 Pregunta empresas exportadoras 3



Fuente: Encuesta

Elaborado por los autores.

Análisis: De las empresas encuestadas se obtuvo los siguientes resultados, una empresa menciona que cuenta solo con el certificado ISO y tres de ellas mencionaron que cuentan con certificación de Agro calidad, a diferencia de una empresa que menciona que cuenta con la certificación HACCP.

4. ¿Con que frecuencia exportan al mercado de Guatemala?

Ilustración 18 Pregunta empresas exportadoras 4



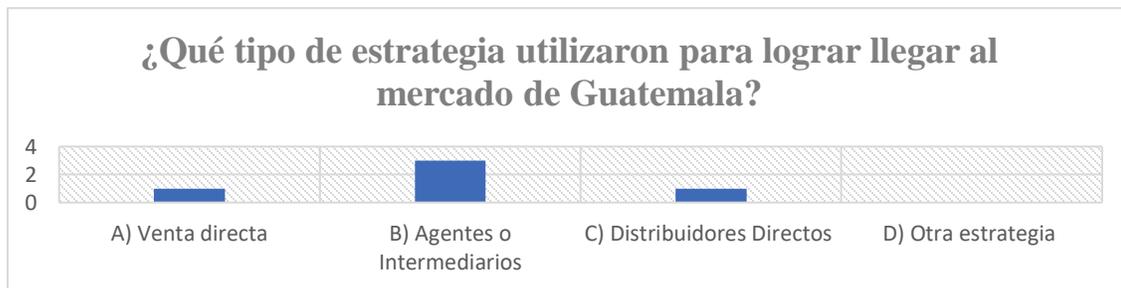
Fuente: Encuesta

Elaborado por los autores.

Análisis: De las empresas encuestadas, tres de ellas mencionan que exportan al mercado de Guatemala de 2 o 4 veces al año, de los dos sobrantes mencionan que solo exportan 1 vez al año hacia el mercado de Guatemala.

5. ¿Qué tipo de estrategia utilizaron para lograr llegar al mercado de Guatemala?

Ilustración 19 Pregunta empresas exportadoras 5



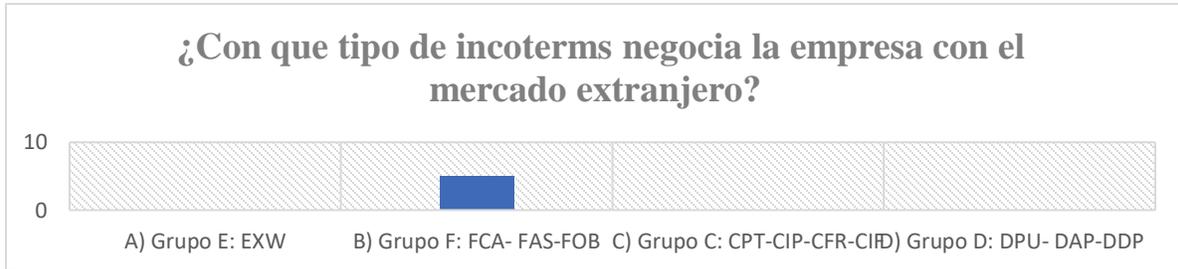
Fuente: Encuesta

Elaborado por los autores.

Análisis: Se evidencio que de las empresas encuestadas tres mencionan haber utilizado como estrategia optar por recibir ayuda por parte de Agentes o Intermediarios y una empresa menciona haber realizado como estrategia la venta directa, de la empresa sobrante menciono que su estrategia fue tener Distribuidores directos para lograr llegar al mercado de Guatemala.

6. ¿Con que tipo de Incoterms negocia la empresa con el mercado extranjero?

Ilustración 20 Pregunta empresas exportadora 6



Fuente: Encuesta

Elaborado por los autores.

Análisis: Las empresas exportadoras mencionaron que tipo de Incoterms utiliza cada empresa para comercializar, rigiéndose en el Grupo F.

7. ¿Es importante realizar un análisis FODA hacia el mercado que se quiera exportar el producto?

Ilustración 21 Pregunta empresas exportadoras 7



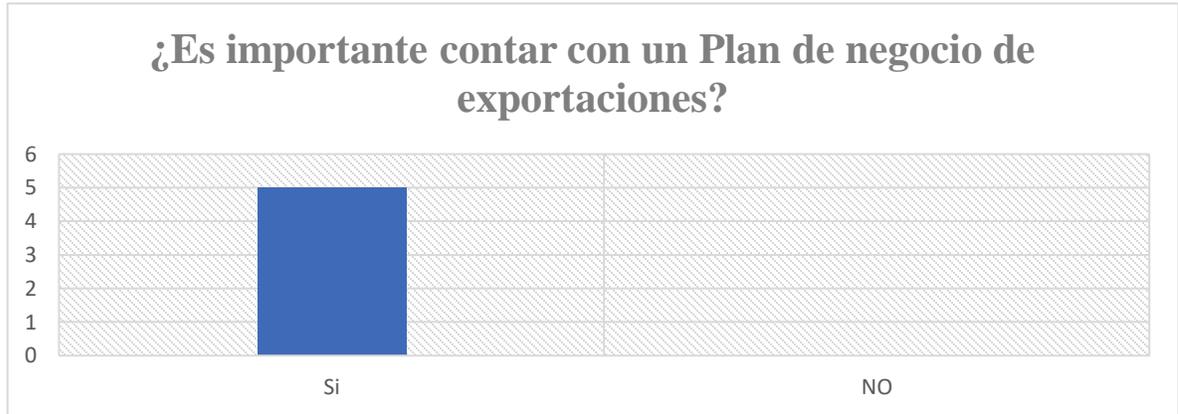
Fuente: Encuesta

Elaborado por los autores.

Análisis: Las cinco empresas encuestadas mencionan que, si es importante realizar un análisis FODA hacia el mercado que se quiera exportar el producto seleccionado, asegurando que eso les traerá una ventaja.

8. ¿Es importante contar con un Plan de negocio de exportaciones?

Ilustración 22 Pregunta empresas exportadoras 8



Fuente: Encuesta

Elaborado por los autores.

Análisis: Las cinco empresas encuestadas mencionan que, si es importante contar con un Plan de negocio de exportación, como medida para tener una idea más clara de cómo es el mercado extranjero.

9. ¿Cuál es el método de pago que ustedes recomiendan para trabajar con exportaciones hacia otros países?

Ilustración 23 Pregunta empresas exportadoras 9



Fuente: Encuesta

Elaborado por los autores.

Análisis: De las cinco empresas dos de las empresas optan por crédito documentario y por el pago por adelantado y la empresa restante por pago diferido.

10. ¿Qué recomendación le daría a una empresa Pyme que esta por arriesgarse a exportar al mercado de Guatemala?

Ilustración 24 Pregunta empresas exportadoras 10



Fuente: Encuesta

Elaborado por los autores.

Análisis: Según las empresas optaron por seleccionar las siguientes recomendaciones donde tres de ellas mencionan que opten por Buscar un medio seguro de pago para que posteriormente no tengan inconvenientes con la cobranza, una empresa menciona que es importante Tomar en cuenta los requisitos del país demandante, la última empresa restante resalto como importante el Contrastar la información de la empresa importadora, para asegurarse que sea real.

CAPITULO IV: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos en la investigación sobre la implementación del plan de negocio de exportación de arroz hacia Guatemala para fomentar las exportaciones en las pymes de la provincia de Guayas en el año 2022.

La presente investigación se constata a la calidad de mercado destino donde se generan mayor incremento de negociaciones del arroz con el objetivo de fomentar las exportaciones para ellos lograr incrementos económicos y por lo tanto productivos.

La provincia del Guayas, es quien pondrá en marcha un plan de negocios para obtener beneficios de competitividad en el mercado de Guatemala, para cumplir las expectativas económicas y sociales.

El sector arrocero se encuentra en constante crecimiento, según los análisis revisados, se puede observar que Guatemala en los últimos años está teniendo una favorable demanda del producto arrocero ecuatoriano, por lo tanto, existe una oportunidad de mercado potencial como se vio en el año 2021, se espera que en el año 2022 la tasa de exportación crezca el doble.

Como Guatemala en el año 2020 se ve su comienzo con las importaciones del arroz ecuatoriano, pero en el año 2021 se registra un incremento favorable para las exportaciones ecuatorianas y se espera que en el año 2022 incremente las exportaciones hacia el mercado de Guatemala, ya que se evidencia que el mercado de GUAT cuenta con una demanda interna extensa y no puede abastecerse con su propia producción su mercado interno.

También se utilizó un enfoque mixto donde se permite un análisis cualitativo y cuantitativo para cumplir con los objetivos propuestos, donde el enfoque cuantitativo se pudo ver cuánto es el crecimiento de la exportación de arroz hacia el mercado de GUAT y el enfoque cualitativo se utilizó un modelo FODA para observar el mercado al cual se va exportar el arroz Ecuatoriano, donde se verifico que es un mercado con un potencial crecimiento donde se puede ejecutar el plan de negocio para su exportación.

Las empresas Pymes al no contar con un plan de negocio de exportación bien estructurado, no saben a qué otros países o no tiene conocimiento a que otro país se puede exportar su producción, ya que en Ecuador la venta es un poco injusta, no se reconoce el costo suficiente y no consiguen muchas ventajas.

Un plan de negocio de exportación es importante para mejorar la situación de las empresas, es una herramienta útil, donde no solo se puede tener en cuenta Guatemala, también se lo puedo implementar hacia otros países, siempre y cuando teniendo en cuenta los datos proporcionados en el presente estudio.

CONCLUSIONES

En conclusión, a la presente investigación la provincia del Guayas es de suma importancia en el incremento económico del país, así como generar empleos, todo esto por medio de un plan de negocios con fines de exportar el arroz; por medio de la obtención de información recolectada de los análisis a las pymes y a las empresas exportadoras.

Se estudió los diferentes conceptos además de las variables de hipótesis y problemática existente en la sociedad o actividad económica con el enfoque en la producción arroceras se plantea los siguientes puntos:

En primer lugar, el estudio demuestra que las Pymes arroceras no cuentan con el conocimiento de nuevos mercados, donde pueden desarrollar planes de negocios con el fin de comercializar el producto.

Como segunda instancia, las características del arroz ecuatoriano deben resultar de gran aceptación ante mercados extranjero, así como su producción alcanza para satisfacer la demanda interna y externa existentes.

Se verificó con las encuestas que existe una problemática real por los diferentes problemas que se han presentado durante estos últimos años, su sobreproducción, el contrabando y el cierre de vías por el Covid.

La mayor parte de las empresas Pymes están de acuerdo con optar a un plan de exportación con la finalidad de mejorar sus ingresos a largo plazo, tomando en cuenta los requisitos solicitados por parte del país importador.

La ventaja comercial con Guatemala abre un nuevo panorama para las empresas, gracias al acuerdo vigente Guatemala tiene la ventaja de importación con un arancel bajo en cuestión del arroz.

Del modelo FODA se obtienen resultados favorables para el planteamiento del plan de negocios con fines de exportación, marcando como una oportunidad el adentrarse a un mercado nuevo y más aún hacia un constante crecimiento económico y social.

Posterior al cálculo de exportación se llegó al resultado del precio de comercialización de cada quintal de arroz en precio FOB es de \$49,95 dólares.

Finalmente, el presente plan de negocios para la exportación permitirá que el arroz ecuatoriano compita con otros países y tenga aceptación internacional incrementando el PIB del país.

RECOMENDACIONES

A las conclusiones planteadas en la investigación con la favorable obtención de los resultados que fueron esperados, a la fundamentación teórica y a los análisis de hipótesis, encuestas se plantean las siguientes recomendaciones para alcanzar a cumplir con los objetivos de la presente:

- El proyecto es factible y rentable por lo tanto es recomendable ejecutarlo para las empresas PYMES siendo una de las mayores fuentes económicos dentro del país.
- Se recomienda a las empresas arroceras que opten por abocarse al mercado de Guatemala, de esta forma puedan lograr incrementar su exportación y guiarse del presente proyecto para abocarse en otros mercados crecientes.
- Obtener más certificaciones internacionales con cuyo objetivo subir el estándar de la empresa y producto, ya que el arroz ecuatoriano tendrá más valor en otros países.
- Deben manejar un sistema de pago confiable para realizar sus transacciones de cobranzas, así mismo contratar especialista en el área de exportación para efectuar de manera positiva su exportación.

5. SECCIÓN DE REFERENCIAS

5.1. CITAS O REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

BIBLIOGRAFÍA

- Águila, A. A., & Díaz Macías, R. C. (2020). Las estrategias de exportaciones en Cuba, un procedimiento para su implementación en Cementos Cienfuegos S. A. *Universidad y Sociedad*, 12(6), 292–302. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1847>
- Aguilar, P., & Maldonado, D. y. S. S. (2020). Incidencia de la balanza comercial en el crecimiento económico del Ecuador: análisis econométrico desde Cobb Douglas, período 1980-2017. *Revista Espacios*, 41(3), 10. <http://www.revistaespacios.com/a20v41n03/a20v41n03p10.pdf>
- Alava, M., Poaquiza, J., & Castillo Lopez, G. H. (2018). La producción arrocerera del Ecuador: Caso Samborondón, 2011 -2015 The rice production of Ecuador: Case Samborondón, 2011 -2015. *Revista Espacios*, 39(34), 12. <http://dc.revistaespacios.com/a18v39n34/a18v39n34p12.pdf>
- Armijos, Y., Ludeña, X., & Ramos, A. (2017). El rol de las exportaciones en el crecimiento: una comparación entre países primario-exportadores y manufacturero-exportadores. *Revista Económica*, 2(1), 66–76. <https://revistas.unl.edu.ec/index.php/economica/article/view/213>
- Baque Villanueva, L. K., Montecé, W. D. B., Vera, O. R. C., & Nivelá, G. A. P. (2019). Modelo de negocio para la creación de una distribuidora de accesorios para bebés en el cantón Quevedo. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v3i1i1.1073>
- Baque Villanueva, L. K., Viteri Intriago, D. A., Álvarez Gómez, L. K., & Izquierdo Morán, A. M. (2020). Plan de negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(4), 120–125. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-120.pdf>

- Becerra, F., & Andrade Manuel, D. I. (2019). Sistema de gestión de la calidad para el proceso de investigación: Universidad de Otavalo, Ecuador. *Actualidades investigativas de educación*, 19(1), 1–32. <https://doi.org/10.15517/aie.v19i1.35235>
- Betloch-Mas, I., Ramón-Sapena, R., Abellán-García, C., & Pascual-Ramírez, J. C. (2019). Implantación y desarrollo de un sistema integrado de gestión de calidad según la norma ISO 9001:2015 en un Servicio de Dermatología. *Actas Dermo-Sifiliograficas*, 110(2), 92–101. <https://doi.org/10.1016/j.ad.2018.08.003>
- Borsic Laborde, Z., Benítez Burbano, K., & García Osorio, N. (2019). Análisis de la evolución de la Balanza Comercial y del Producto Interno Bruto en el Ecuador en el período comprendido entre los años 2011-2015. *Economía y Negocios*, 7(2), 56. <https://doi.org/10.29019/eyn.v7i2.175>
- Carriel Palma, R. J., Barros Merizalde, C. K., & Fernandez Flores, F. M. (2018). Sistema de gestión y control de la calidad: Norma ISO 9001:2015. En *Análisis del comportamiento de las líneas de crédito a través de la corporación financiera nacional y su aporte al desarrollo de las PYMES en Guayaquil 2011-2015* (Vol. 2, Número 1, pp. 625–644). Saberes de Conocimiento. <https://doi.org/10.26820/recimundo/2.1.2018.625-644>
- Cedillo Villavicencio, C. J., González Carrión, C. M., Salcedo-Muñoz, V. E., & Sotomayor-Pereira, J. G. (2021). El sector florícola del Ecuador y su aporte a la balanza comercial agropecuaria: periodo 2009 – 2020. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 8(1), 74–82. <https://doi.org/10.26423/rctu.v8i1.549>
- Chaguay, L. L., Flores, J. C., Bayas, T. F., & Zapata, R. O. (2019). *EL MODELO DE NEGOCIO: METODOLOGÍA CANVAS COMO INNOVACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL DISEÑO DE PROYECTOS EMPRESARIALES*. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.3594015>
- Chosgo Tala, A. (2016). El comercio internacional y los países desarrollados. *Revista Ventana Científica*, 7(11), 44.

http://www.revistasbolivianas.ciencia.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2305-60102016000100007&lng=pt&nrm=iso&tlng=es

Cifuentes Valencia, M. R., Caizatoa Pimbo, D. C., & Manobanda Chanataxi, E. J. (2021). *Análisis de los efectos del acuerdo de alcance parcial de complementación económica (AAP.A25TM N°42) firmado entre Ecuador y Guatemala para las subpartidas 1805.00.00 y 0602.90.10 (derivados de cacao y orquídeas)* [Quito : UCE]. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/25025>

Coral Rojas, Y. E., Melo Mosquera, G. O., Agredo Madroñero, D. A., & Moncayo Rosero, J. K. (2020). Vista de Oferta exportable del cacao del Departamento de Nariño, (2010-2018). *Revista TENDENCIAS*, 12(1), 279–302. <https://doi.org/10.22267/rtend.212201.164>

Exportaciones impulsan a Ecuador como potencia agropecuaria – Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2020). Gob.ec. <https://www.agricultura.gob.ec/exportaciones-impulsan-a-ecuador-como-potencia-agropecuaria/>

Fernández Bayas, T., Onofre Zapata, R. F., Lozano Chaguay, L. A., & Caicedo Flores, J. J. (2019). El modelo de negocio: metodología canvas como innovación estratégica para el diseño de proyectos empresariales. *Journal of Science and Research*, 4(1), 87–99. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7368617>

Franco Oñate, S., & Jorge, G. (2021, diciembre 3). *Las exportaciones de arroz nacional cayeron 95% este 2021.* El Comercio. <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/exportaciones-arroz-nacional-cayeron-ecuador.html>

Gamarro, U. (2021, noviembre 26). *A pesar de la pandemia, la economía guatemalteca cerrará el 2021 con números muy positivos, lo que se debe a varios factores que explicó la banca central.* Prensa Libre. <https://www.prensalibre.com/economia/a- pesar-de-la-pandemia-la-economia-guatemalteca-cerrara-el-2021-con-numeros-muy-positivos-lo-que-se-debe-a-varios-factores-que-explico-la-banca-central/>

- Gamarro, U. (2022, mayo 23). *Un acuerdo comercial ya permite el libre intercambio de 774 productos con un país sudamericano, por lo que se analiza la negociación de un TLC ¿de cuál se trata?* Prensa Libre. <https://www.prensalibre.com/economia/un-acuerdo-comercial-ya-permite-el-libre-intercambio-de-774-productos-con-un-pais-sudamericano-por-lo-que-se-analiza-la-negociacion-de-un-tlc-de-cual-se-trata/>
- Gárgano, C. (2018). Ciencia, Tecnología y Mercado: Investigaciones en Arroz en el INTA Argentino. *Journal of Technology Management & Innovation*, 13(1), 75–83. <https://doi.org/10.4067/s0718-27242018000100075>
- Guatemala - Población.* (2022, julio 8). Datosmacro.com. <https://datosmacro.expansion.com/demografia/poblacion/guatemala>
- Hoyos Zavala, A. E., & Lasso de la Vega González, C. (2017). Pymes como modelo económico en la creación de estrategias de comunicación. *Retos*, 7(13), 59. <https://doi.org/10.17163/ret.n13.2017.04>
- Huamán Sialer, M. A. (2020). Principales cambios en los Incoterms® 2020. *LEX*, 18(26), 103. <https://doi.org/10.21503/lex.v18i26.2174>
- Huesca Rodríguez, C. (2012). Comercio Internacional. *Red Tercer Milenio*. http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/502/1/Comercio_internacional.pdf
- Instituto de ciencia y Tecnología ICTA.* (2016). Gob.Gt. <https://www.icta.gob.gt/arroz>
- Jiménez, J. (2021). Análisis a las Innovaciones de los Incoterms 2020 y la Situación Actual del Comercio Exterior del Ecuador. *Ciencias Sociales y Económicas*, 5(1), 53–71. <https://doi.org/10.18779/csye.v5i1.423>
- La Cruz Oyervide, D., & Maitte, K. (2018). *Comportamiento del sector arrocero en el Ecuador periodo 2010-2016.* 2016. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/11950>

- López, M. A. (2020, octubre 27). *La comercialización en el 2020*. BM Editores. <https://bmeditores.mx/secciones-especiales/la-comercializacion-en-el-2020/>
- Macías-Chóez, L. M., Mero-Quijije, C. B., Montalvan-Chele, J. F., & Granoble-Chancay, P. E. (2020). Exportaciones ecuatorianas: un análisis a la producción no afectada por la emergencia sanitaria. *Polo del Conocimiento*, 5(10), 89–103. <https://doi.org/10.23857/pc.v5i10.1790>
- Martín Castro, M. P. (2020). La nueva versión INCOTERMS 2020. *Revista de Estudios Jurídicos y Criminológicos*, 1, 147–151. <https://doi.org/10.25267/rejucrim.2020.i1.7>
- Medina, M., Barragán, R., Colman Casanova, D., Piacenza, M., & Munitz, M. S. (2021). Cocción de arroz: eficiencia energética, valor nutricional y metales pesados. *Bistua*, 19(2). <https://doi.org/10.24054/01204211.v2.n2.2021.1016>
- Meleán Romero, R., & Velasco Fuenmayor, J. (2017). Proceso de comercialización de productos derivados de la ganadería bovina doble propósito. *Negotium*, 13(37), 47–61. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7169802>
- Mendoza, E., Loor, C., & Vilema., F. (2019). El arroz y su importancia en los emprendimientos rurales de la agroindustria como mecanismo de desarrollo local de Samborondón. *Universidad y Sociedad*, 11(1), 324–330. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v11n1/2218-3620-rus-11-01-324.pdf>
- Pantaleón Santa María, A. L., Medina Cardozo, I. I., & Montes Ninaquispe, J. C. (2021). COMPORTAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN E IMPORTACIÓN DE ARROZ EN EL PERÚ 2016-2020. *TZHOECOEN*, 13(2), 76–83. <https://doi.org/10.26495/tzh.v13i2.2001>
- Poveda, G., & Andrade, C. (2018). Producción sostenible de arroz. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, marzo. <https://www.eumed.net/rev/cccss/2018/03/produccion-arroz-ecuador.html>

- Quevedo-Barros, Vásquez-Lafebre, L. M., Quevedo-Vázquez, J. O., & Pinzon-Prado., L. T. (2020). COVID-19 y sus efectos en el comercio internacional. Caso Ecuador. *Dominio* , 6(3), 1006–1015. <https://doi.org/10.23857/dc.v6i3.1330>
- Rodríguez, P. M. Y., Casco, R. J. E., & Huamán, R. M. (2021). Diversificación de la oferta exportable y las exportaciones peruanas. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 6(1), 322–341. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8217201>
- Rojas, Y. E. C., Mosquera, G. O. M., Madroñero, D. A. A., & Rosero, J. K. M. (2020). OFERTA EXPORTABLE DEL CACAO DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO,(2010-2018). *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.*, 22(1), 279–302.
- Romero Luna, I. (2006). Las PYME en la economía global: Hacia una estrategia de fomento empresarial. *Problemas del desarrollo*, 37(146), 31–50. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0301-70362006000300003
- Sánchez Cañizares, L. (2022). *Ebook EL CRÉDITO DOCUMENTARIO Y EL MENSAJE SWIFT EBOOK de LUIS SÁNCHEZ CAÑIZARES | Casa del Libro.*
- Sánchez, J., Universidad de Antioquia, Correa, M., Castañeda-Sandoval, L. M., Universidad de Antioquia, & Universidad de Antioquia. (2016). Bacillus cereus un patógeno importante en el control microbiológico de los alimentos. *Revista Facultad Nacional de Salud Pública*, 34(2). <https://doi.org/10.17533/udea.rfnsp.v34n2a12>
- Toala-Toala, G. M. L., Mendoza-Briones, A. A., Vines-Menoscal, D. L., & Moreira-Moreira, L. M. (2019). La oferta exportable de las PYMES de la provincia de Manabí. *Polo del Conocimiento*, 4(4), 71. <https://doi.org/10.23857/pc.v4i4.936>
- Torres, J. (2021). *Ecuador: Exportaciones de arroz caen 95% en 2021 – PortalPortuario.* Portalportuario.cl. <https://portalportuario.cl/ecuador-exportaciones-de-arroz-caen-95-en-2021/>

Zambrano, C. E., Andrade Arias, M. S., & Carreño Rodríguez, W. V. (2019). Factores que inciden en la productividad del cultivo de arroz en la provincia Los Ríos. *Universidad y Sociedad*, 11(5), 270–277.

Zambrano, C. E., Andrade Arias, M. S., & Carreño Rodríguez, W. V. (2019). Factores que inciden en la productividad del cultivo de arroz en la provincia Los Ríos. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(5), 270–277.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000500270

ANEXOS

Anexo 1 Lista de las empresas importadoras de arroz en Guatemala

Empresas					
Nombre de la empresa▲	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	Volumen de negocios (USD)	País	Ciudad
Arrocera Los Corrales Sa - Alcsa	2	120		Guatemala	Villa Nueva
Beneficio De Arroz San Luis Sociedad Anonima - Basl	3	2	5.479.000	Guatemala	Guatemala City
Procesadora Agrícola De Centroamerica S.A. - Prodeca	4	15		Guatemala	Guatemala City

Fuentes: [Dun & Bradstreet](#)

Lista de las empresas importadoras en Guatemala para el siguiente categoría de productos Categoría de producto : Comestibles y productos afines, ncop

Empresas					
Nombre de la empresa▲	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	Volumen de negocios (USD)	País	Ciudad
Agro-Pacific S.A - Agro Pacific S.A.	2	110		Guatemala	Guatemala City
Agroindustrias Agroinsa S.A - Ingenio Tierra Buena	2	170	23.518.447	Guatemala	Guatemala City
Alianza Mayorista S.A.	4	50	3.675.452	Guatemala	Guatemala City
Alimentos Campeon S.A - Servi Restaurantes	3			Guatemala	Guatemala City
Alimentos Camoestres S.A.	2	120	1.378.719	Guatemala	Guatemala City
Alimentos La Reina S.A.	2	5		Guatemala	
Alimentos Nutricionales De Centroamerica S.A - Nutrica	3	75	3.613.022	Guatemala	Guatemala City
Alimentos Prisa S.A - Alprisa	1	35		Guatemala	Guatemala City
Alimentos Superiores Sa - Alisup Sa	1			Guatemala	Guatemala City
Almex S.A.	2	7		Guatemala	Guatemala City
Antigua S.A.	1	11		Guatemala	Guatemala City
Arqueta Hernandez Jose Rene - Disequa-Sañano Guatemala	2	30		Guatemala	Guatemala City
Benisa S.A.	1	50		Guatemala	Guatemala City
Cafeco Sociedad Anonima - Cafeco	3	25		Guatemala	Guatemala City
Cereales Industrializados S.A. - Cisa	2	54		Guatemala	Guatemala City

Anexo 2 Exportaciones de arroz de Ecuador hacia el mercado de Guatemala

Tabla Gráfico Mapa Empresas

Descargar:

Seleccione sus indicadores ▼

SA8	Código del producto	Descripción del producto (↔)	Guatemala importa desde Ecuador						Ecuador exporta hacia el mundo								
			Valor 2021, en miles US\$ ▼	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2017-2021, % p.a. ↕	Participación en las importaciones de Guatemala, %	Arancel equivalente ad valorem aplicado por Guatemala ↕	Cantidad importada en 2021	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)	Valor 2021, en miles US\$	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2017-2021, % p.a. ↕	Participación en las exportaciones mundiales, %	Cantidad importada en 2021	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)		
+	100610	*Arroz con cáscara o arroz "paddy"	530		1	24	1.227	Toneladas	432	→	1.461		0	2.704	Toneladas	540	→
+	100630	Arroz semiblanqueado o blanqueado, incl. pulido o glaseado	523		10	24	984	Toneladas	532	→	9.684	106	0	19.081	Toneladas	508	→
+	100640	Arroz partido	0		0	24			→	0		0		Toneladas		→	
+	100620	*Arroz descascarillado "arroz cargo" o "arroz pardo"	0		0	24			→	46		0	54		852	→	

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de [Banco Central de Guatemala](#).
 Las importaciones de Guatemala han sido reportadas por Guatemala.

Anexo 3 Instrumento de evaluación de las Pymes y las empresas exportadoras arroceras



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA

CALIDAD, PERTINENCIA Y CALIDEZ

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ENCUESTA DIRIGIDA AL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE LAS EMPRESAS ARROCERAS EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS CON EL FIN DE RECOLECTAR DATOS PARA USO ACADÉMICO.

Razón Social/ Nombres del Profesional el libre ejercicio:		
Sostenimiento	Pública:	Privada:

Tema: PLAN DE NEGOCIO DE EXPORTACIÓN DE ARROZ ECUATORIANO A GUATEMALA PARA FOMENTAR LAS EXPORTACIONES EN LAS PYMES DEL SECTOR ARROCERO-GUAYAS EN EL AÑO 2022

En el presente instrumento se encuentran distintas alternativas de respuestas para cada una de las interrogantes, coloque su respuesta acorde a su apreciación:

- **Marcar con una x el casillero que usted elija como respuesta a la interrogante planteada.**

1. ¿Usted cree que es necesario o innecesario la elaboración de un plan de negocio para fomentar las exportaciones de las empresas Pymes del sector arrocero?

Necesario	Innecesario

2. ¿Cuál de los aspectos mencionados considera usted que no permite fomentar las exportaciones hacia otros mercados?

- Los aranceles altos
- El contrabando
- Mucha competitiva
- Mano de obra cara

3. ¿Cuáles son las decisiones que ha tomado la empresa para fomentar las exportaciones de arroz?

- Obtener certificaciones
- Manejo o planes de negocios
- Potenciar sus áreas de producciones.
- Otras estrategias: _____

4. ¿Cuántas toneladas de arroz produce la empresa anualmente?

- 1-150 Toneladas
- 151-350 Toneladas
- 351-560 Toneladas
- Superior a 561 Toneladas
- _____

5. La empresa tiene experiencia con las exportaciones y sus procesos.

Si	No

6. Toda empresa alimenticia debe contar con diferentes certificaciones, responda.

¿Con cuales certificaciones cuenta la empresa?

- a) ISO 9001:2015
- b) BPM
- c) HACCP
- d) SQF

7. ¿Según su experiencia cuál cree usted que forme parte de uno de los principales problemas del sector arrocero y su crecimiento?

- Caída de las exportaciones
- Contrabando
- Protestas y cierres de vías

- Medidas sanitarias.

8. ¿Considera usted que es necesario que las empresas elaboren un plan de negocios de exportación para abrirse a nuevos mercados?

Si	No

9. En los últimos años se vio un crecimiento en las exportaciones de arroz al mercado de Guatemala.

¿Cree usted que su empresa en el año 2022-2023 se pueda sumar al grupo de exportadores?

Si	No

10. Guatemala es el segundo país que más importa arroz ecuatoriano con este dato informado ¿usted optaría por exportar a este mercado para enviar su producción de arroz?

Si	No

11. Guatemala y Ecuador firmaron un nuevo acuerdo, formando más lazos comerciales.

¿Considera usted beneficioso exportar nuestros productos para el mercado de Guatemala?

Si	No

12. ¿Si un grupo de estudiantes le indica que tienen un Plan de negocio de exportación de arroz ecuatoriano a Guatemala para fomentar las exportaciones en las pymes del sector arrocero-Guayas en el año 2022 usted estaría dispuesto para acogerlo en la empresa?

Si	No



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA

CALIDAD, PERTINENCIA Y CALIDEZ

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS EMPRESAS ARROCERAS EXPORTADORAS A GUATEMALA EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS CON EL FIN DE RECOLECTAR DATOS PARA USO ACADÉMICO.

Razón Social/ Nombres del Profesional el libre ejercicio:		
Sostenimiento	Pública:	Privada:

Tema: PLAN DE NEGOCIO DE EXPORTACIÓN DE ARROZ ECUATORIANO A GUATEMALA PARA FOMENTAR LAS EXPORTACIONES EN LAS PYMES DEL SECTOR ARROCERO-GUAYAS EN EL AÑO 2022

En el presente instrumento se encuentran distintas alternativas de respuestas para cada una de las interrogantes, coloque su respuesta acorde a su apreciación:

- **Marcar con una x el casillero que usted elija como respuesta a la interrogante planteada.**

1. ¿Cuántas toneladas de arroz exportan hacia el mercado de Guatemala en el año?

a) 1t a 50t

b) 50t a 100t

c) 100t a 200t

d) Superior a 200t

2. ¿Cree que el acuerdo establecido recientemente de Ecuador con Guatemala traerá una creciente demanda de exportación hacia el mismo mercado?

Si	No

3. Con cuantos tipos de certificaciones competitivas cuenta la empresa, marque de acuerdo con las que cuentan.

a) Certificación ISO

b) Certificado de Agrocalidad

c) HACCP

d) Todas las anteriores

4. ¿Con que frecuencia exportan al mercado de Guatemala?

Rango en meses:

a) 1 vez al año

b) 2 o 4 veces al año

c) 5 o 7 veces al año

d) 8 o más al año

5. ¿Qué tipo de estrategia utilizaron para lograr llegar al mercado de Guatemala?

- a) Venta directa
- b) Agentes o intermediarios
- c) Distribuidores directos
- d) Otra estrategia _____

6. ¿Es importante realizar un análisis FODA hacia el mercado que se quiera exportar el producto?

Si	No

7. ¿Es importante realizar un análisis FODA hacia el mercado que se quiera exportar el producto?

Si	No

8. ¿Es importante contar con un Plan de negocio de exportaciones?

Si	No

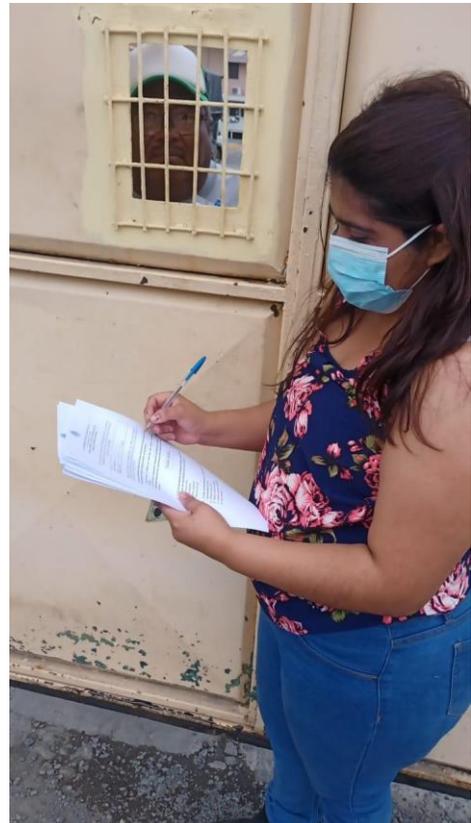
9. ¿Cuál es el método de pago que ustedes recomiendan para trabajar con exportaciones hacia otros países?

- a) Crédito Documentario
- b) Pago por adelantado
- c) Pago diferido
- d) Consignación

10. ¿Qué recomendación le daría a una empresa Pyme que esta por arriesgarse a exportar al mercado de Guatemala?

- a) Tomar en cuenta los requisitos del país demandante
- b) Buscar un medio seguro de pago
- c) Contrastar la información de la empresa importadora (asegurarse que sea real)
- d) Otros

Anexo 4 Fotografías de las tabulaciones de las encuestas realizadas









Anexo 5 Encuestas realizadas a la Pymes y empresas exportadoras arroceras del Guayas



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
CALIDAD, PERTINENCIA Y CALIDEZ
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ENCUESTA DIRIGIDA AL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE LAS EMPRESAS ARROCERAS EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS CON EL FIN DE RECOLECTAR DATOS PARA USO ACADÉMICO.

Razón Social/ Nombres del Profesional el libre ejercicio:	
Sostenimiento	Pública: Privada:

Tema: PLAN DE NEGOCIO DE EXPORTACIÓN DE ARROZ ECUATORIANO A GUATEMALA PARA FOMENTAR LAS EXPORTACIONES EN LAS PYMES DEL SECTOR ARROCERO-GUAYAS EN EL AÑO 2022

En el presente instrumento se encuentran distintas alternativas de respuestas para cada una de las interrogantes, coloque su respuesta acorde a su apreciación:

- Marcar con una x el casillero que usted elija como respuesta a la interrogante planteada.
1. ¿Usted cree que es necesario o innecesario la elaboración de un plan de negocio para fomentar las exportaciones de las empresas Pymes del sector arrocero?

Necesario	Innecesario
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. ¿Cuál de los aspectos mencionados considera usted que no permite fomentar las exportaciones hacia otros mercados?
- a) Los aranceles altos
 - b) El contrabando
 - c) Mucha competitiva
 - d) Mano de obra cara
3. ¿Cuáles son las decisiones que a tomado la empresa para fomentar las exportaciones de arroz?
- a) Obtener certificaciones
 - b) Manejo o planes de negocios
 - c) Potenciar sus áreas de producciones.
 - d) Otras estrategias: _____

4. ¿Cuántas toneladas de arroz produce la empresa anualmente?

- a) 1-150 Toneladas
- b) 151-350 Toneladas
- c) 351-560 Toneladas
- d) Superior a 561 Toneladas
- e) _____

5. La empresa tiene experiencia con las exportaciones y sus procesos.

Si	No
	<input checked="" type="checkbox"/>

6. Toda empresa alimenticia debe contar con diferentes certificaciones, responda.

¿Con cuales certificaciones cuenta la empresa?

- a) ISO 9001:2015
- b) BPM
- c) HACCP
- d) SQF

7. ¿Según su experiencia cuál cree usted que forme parte de uno de los principales problemas del sector arrocero y su crecimiento?

- a) Caída de las exportaciones
- b) Contrabando
- c) Protestas y cierres de vías
- d) Medidas sanitarias.

8. ¿Considera usted que es necesario que las empresas elaboren un plan de negocios de exportación para abrirse a nuevos mercados?

Si	No
<input checked="" type="checkbox"/>	

9. En los últimos años se vio un crecimiento en las exportaciones de arroz al mercado de Guatemala.

¿Cree usted que su empresa en el año 2022-2023 se pueda sumar al grupo de exportadores?

Si	No
<input checked="" type="checkbox"/>	

10. Guatemala es el segundo país que más importa arroz ecuatoriano con este dato informado ¿usted optaría por exportar a este mercado para enviar su producción de arroz?

Si	No
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Guatemala y Ecuador firmaron un nuevo acuerdo, formando más lazos comerciales.

¿Considera usted beneficioso exportar nuestros productos para el mercado de Guatemala?

Si	No
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. ¿Si un grupo de estudiantes le indica que tienen un Plan de negocio de exportación de arroz ecuatoriano a Guatemala para fomentar las exportaciones en las pymes del sector arrocero-Guayas en el año 2022 usted estaría dispuesto para acogerlo en la empresa?

Si	No
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
CALIDAD, PERTINENCIA Y CALIDEZ
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS EMPRESAS ARROCERAS EXPORTADORAS A
GUATEMALA EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS CON EL FIN DE RECOLECTAR
DATOS PARA USO ACADÉMICO.

Razón Social/ Nombres del Profesional el libre ejercicio:		
Sostenimiento	Pública:	Privada:

Tema: PLAN DE NEGOCIO DE EXPORTACIÓN DE ARROZ ECUATORIANO A
GUATEMALA PARA FOMENTAR LAS EXPORTACIONES EN LAS PYMES DEL SECTOR
ARROCERO-GUAYAS EN EL AÑO 2022

En el presente instrumento se encuentran distintas alternativas de respuestas para cada una de las interrogantes, coloque su respuesta acorde a su apreciación:

- Marcar con una x el casillero que usted elija como respuesta a la interrogante planteada.

1. ¿Cuántas toneladas de arroz exportan hacia el mercado de Guatemala en él año?

- a) 1t a 50t
- b) 50t a 100t
- c) 100t a 200t
- d) Superior a 200t

2. ¿Cree que el acuerdo establecido recientemente de Ecuador con Guatemala traerá una creciente demanda de exportación hacia el mismo mercado?

Si	No
X	

3. Con cuantos tipos de certificaciones competitivas cuenta la empresa, marque de acuerdo con las que cuentan.

- a) Certificación ISO
- b) Certificado de Agrocalidad
- c) HACCP
- d) Todas las anteriores

4. ¿Con que frecuencia exportan al mercado de Guatemala?

Rango en meses:

- a) 1 vez al año
- b) 2 o 4 veces al año
- c) 5 o 7 veces al año
- d) 8 o más al año

5. **¿Qué tipo de estrategia utilizaron para lograr llegar al mercado de Guatemala?**

- a) Venta directa
- b) Agentes o intermediarios
- c) Distribuidores directos
- d) Otra estrategia _____

6. **¿Con que tipo de incoterms negocia la empresa con el mercado extranjero?**

- a) Grupo E: EXW
- b) Grupo F: FCA-FAS-FOB
- c) Grupo C: CPT-CIP-CFR-CIF
- d) Grupo D: DPU-DAP-DDP

7. **¿Es importante realizar un análisis FODA hacia el mercado que se quiera exportar el producto?**

Si	No
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. **¿Es importante contar con un Plan de negocio de exportaciones?**

Si	No
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. **¿Cuál es el método de pago que ustedes recomiendan para trabajar con exportaciones hacia otros países?**

- a) Crédito Documentario
- b) Pago por adelantado
- c) Pago diferido
- d) Consignación

10. **¿Qué recomendación le daría a una empresa Pyme que esta por arriesgarse a exportar al mercado de Guatemala?**

- a) Tomar en cuenta los requisitos del país demandante
- b) Buscar un medio seguro de pago
- c) Contrastar la información de la empresa importadora (asegurarse que sea real)
- d) Otros