



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

PLAN DE EXPORTACION PARA JALEA DE BANANA PARA TRABAJO  
DESDE MACHALA HACIA EL MERCADO DE HOLANDA

NARVAEZ MEDINA MARYURY MARIBEL

MACHALA  
2016



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

PLAN DE EXPORTACION PARA JALEA DE BANANA PARA  
TRABOAR DESDE MACHALA HACIA EL MERCADO DE  
HOLANDA

NARVAEZ MEDINA MARYURY MARIBEL

MACHALA  
2016



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

TRABAJO DE TITULACIÓN  
EMPREDIMIENTOS

PLAN DE EXPORTACION PARA JALEA DE BANANA PARA TRABAJO DESDE  
MACHALA HACIA EL MERCADO DE HOLANDA

NARVAEZ MEDINA MARYURY MARIBEL  
INGENIERA EN COMERCIO INTERNACIONAL

MARÍA DE LOS ÁNGELES SÁNCHEZ MERCHAN

Machala, 21 de octubre de 2016

MACHALA  
2016

**Nota de aceptación:**

Quienes suscriben MARÍA DE LOS ÁNGELES SÁNCHEZ MERCHAN, DIAZ CUEVA JIMMY GABRIEL, BENITEZ LUZURIAGA FRANCISCO VLADIMIR y LEÓN GONZÁLEZ HOLGER BERNARDO, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado PLAN DE EXPORTACION PARA JALEA DE BANANA PARA TRABOAR DESDE MACHALA HACIA EL MERCADO DE HOLANDA, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.

  
MARÍA DE LOS ÁNGELES SÁNCHEZ MERCHAN

0926234600

TUTOR

  
DÍAZ CUEVA JIMMY GABRIEL

0702000043

ESPECIALISTA 1

  
BENITEZ LUZURIAGA FRANCISCO VLADIMIR

0703338061

ESPECIALISTA 2

  
LEÓN GONZÁLEZ HOLGER BERNARDO

0701968653

ESPECIALISTA 3

  
ELIZALDE RAMOS BERTHA AGRIPINA

0700648066

ESPECIALISTA SUPLENTE

Machala, 21 de octubre de 2016

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** NARVAEZ MEDINA MARYURY MARIBEL.docx (D21669495)  
**Submitted:** 2016-09-09 03:34:00  
**Submitted By:** maryurnarvaez@gmail.com  
**Significance:** 3 %

### Sources included in the report:

TT Pisco Ronald.pdf (D10349788)  
JAIRO GUERRA TESIS.pdf (D9352301)  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=445543774004>  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199543036051>  
[http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/  
Ley\\_economia\\_popular\\_solidaria.pdf](http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/Ley_economia_popular_solidaria.pdf)  
[http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1860/1/cisneros\\_rjc.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1860/1/cisneros_rjc.pdf)  
<http://www.redalyc.org/pdf/646/64631418004.pdf>  
<http://www.oalib.com/paper/1118523>

### Instances where selected sources appear:

10

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

El que suscribe, NARVAEZ MEDINA MARYURY MARIBEL, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado PLAN DE EXPORTACION PARA JALEA DE BANANA PARA TRABAJO DESDE MACHALA HACIA EL MERCADO DE HOLANDA, otorga 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 tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara 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.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que él asume 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.

Machala, 21 de octubre de 2016



NARVAEZ MEDINA MARYURY MARIBEL  
0703904797

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por darme la fortaleza para permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional, a mi señora madre, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional, a mi esposo, por compartir momentos significativos conmigo y por siempre estar dispuesto a ayudarme en cualquier momento porque sin el equipo que formamos, no hubiéramos logrado esta meta.

Maryury Maribel Narvárez Medina

## **AGRADECIMIENTOS**

Durante la realización de este proyecto son muchas las personas e instituciones que han participado en este trabajo y a quienes quiero expresar mi gratitud por el apoyo y la confianza que me han prestado de forma desinteresada.

En primer lugar quiero agradecer a la Universidad Técnica de Machala por el apoyo recibido durante el periodo que he desarrollado mi labor de investigadora para la realización del proyecto, debo un especial reconocimiento a mis queridos profesores por la enseñanza impartida que me han facilitado en este proceso para desarrollar mi trabajo, no puedo olvidar a mis compañeros de clase, hemos compartido incontables horas de trabajo, todo esto nunca hubiera sido posible sin el amparo incondicional de mi familia, mi mamá mis hermanos, sin el apoyo de mi esposo.

Maryury Maribel Narvárez Medina

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El objetivo de este trabajo es proponer una idea innovadora de emprendimiento a través de la elaboración de un producto con valor agregado proveniente del desecho de Banano materia prima que queda rezagada por no ser apta para la exportación, con este estudio se pretende ayudar a la empresa exportadora adentrarse en el mundo de la industrialización ya que solo exporta productos primarios tradicionales durante años, se utilizara todo el potencial de la oferta exportable que tiene nuestro país como fortaleza, para conquistar nuevos mercados internacionales pero con productos de buena calidad y con valor agregado que diversifiquen la cartera de negocios de la empresa exportadora, la industrialización del banano es una nueva alternativa de inversión para el Ecuador, exportar productos semielaborados como: puré, harina, cremas, compotas, mermeladas, jarabe, confitadas, jaleas, le está dando muchas oportunidades al país y puede ser muy rentable como una estrategia de crecimiento de además satisfacer las necesidades del consumidor.

Ofrece una breve explicación de los fundamentos teóricos y científicos, como normativa para llevar a cabo la idea de Negocios los mismos que deben de ser relevantes para que sea ejecutado por la empresa exportadora al que se elaboró el estudio, la idea de negocios explica en detalle los antecedentes del país ecuatoriano, el origen del producto, la historia como ha ido evolucionando, a que se dedica su población, sus exportaciones, sus registros económicos y un estudio de mercado al país europeo que pretendemos conquistar, ofrece una visión y descripción del diseño organizacional del emprendimiento, se describe en que consiste el emprendimiento además se detalla brevemente la estructura de la empresa exportadora.

También hace énfasis al modelo de negocios que se utilizó para segmentar el mercado a quien ira dirigido el producto que propuesta de valor se le da para que sea más atractivo, que características deben de tener los socios a quienes se contrate para poder adquirir la materia prima y materiales, los canales de comercialización a usar para distribuir el nuevo producto, los activos, los clientes y cuáles son las fuentes de ingreso la estructura de costos que es la parte fundamental para la producción.

Analizaremos la factibilidad técnica, operacional, ambiental y social del emprendimiento, los métodos y técnicas a usar cuáles son los procesos de la producción de banana, si la empresa exportadora cuenta con los requisitos suficientes para emprender el negocio, cuál será la logística que se usara desde que se receipta el pedido hasta que hace llegar el producto al país de destino y que términos del incoterms de negociación, qué impacto tendrá a la naturaleza al elaborar el producto y finalmente en lo social como aportar con un granito de arena para compartir con los que nos rodean a la Empresa.

Como resultado del estudio de la factibilidad financiera, determina que el valor actual neto (VAN), de los datos tomados de los flujos de caja, nos da un valor positivo demostrando que es un proyecto viable, ya que tenemos un Valor Actual Neto de 520.005,20, además de una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 44%, lo que nos genera una Rentabilidad Beneficio Costo (RBC) de 1.15 lo que quiere decir que por cada dólar que invertimos obtendremos una rentabilidad de \$1.15

Este estudio presenta una serie de reflexiones sobre la importancia de mejorar la económica Ecuatoriana para que la Balanza de Pagos mejore, de parte del gobierno nacional que se cambie algunas políticas fiscales mediante la reducciones de impuestos que hacen encarecer al producto que ofrecemos en los mercados internacionales al momento de la producción y la urgencia que se firme el Acuerdo Multipartes para que beneficio a muchos exportadores que están esperando cambios.

Finalmente se presenta una propuesta atrayente que está regida por los principios de la ley Económica Popular y Solidaria donde sus integrantes se organizan y desarrollan procesos de producción y comercialización, entre otros para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, privilegiando al trabajo y al ser humano, en armonía con la naturaleza.

Palabras Claves: Exportación, industria, Jalea de Banano, Unión Europea

## LISTA DE CUADROS

CUADRO 1. COMPOSICION QUIMICA .....	50
CUADRO 2. ARBOL DE PROBLEMAS.....	22
CUADRO 3. ESTRUCTURA DE COSTOS.....	51
CUADRO 4. MAQUINARIA DE PRODUCCION .....	38
CUADRO 5. PRESTAMO BANCARIO FINANCIAMIENTO.....	52
CUADRO 6. ESTADO DE SITUACION INICAL .....	53
CUADRO 7. FLUJO DE CAJA PROYECTADO .....	54
CUADRO 8. ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO.....	55
CUADRO 9. VAN, TIR, RB/C .....	56
CUADRO 10. PUNTO DE EQUILIBRIO .....	57
CUADRO 11. ROL DE PAGOS .....	58

## LISTA DE GRAFICOS

GRAFICO 1. PUNTUACION ECONOMICA EMPRESA EXPORTADORA .....	29
GRAFICO 2. ESTADO FINANCIERO EMPRESA EXPORTADORA.....	30
GRAFICO 3. PROCESO DE ELABORACION JALEA DE BANANA .....	39
GRAFICO 4. EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES.....	59
GRAFICO 5. PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES .....	60
GRAFICO 6. COMERCIO POTENCIAL CON PAISES BAJOS 2015 .....	61
GRAFICO 7. EXPORTACION DE BANANO A HOLANDA.....	62
GRAFICO 8. PUNTO DE QUILIBRIO.....	63

## CONTENIDO

<b>INTRODUCCION .....</b>	<b>15</b>
<b>1. IDEA DE NEGOCIO .....</b>	<b>17</b>
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO .....	17
1.2 FUNDAMENTACION TEORICA DEL NEGOCIO .....	19
1.3 MARCO TEORICO CONTEXTUAL. ....	19
1.3.1 OBJETIVO GENERAL.....	20
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS. ....	21
1.4 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL .....	24
1.4.1 LAS RELACIONES INTERNACIONALES.....	24
1.4.2 COMERCIO JUSTO. ....	24
1.4.3 INVERSIÓN EXTRANJERA. ....	24
1.4.4 NEGOCIACIÓN.....	24
1.4.5 EXPORTACIÓN .....	24
1.4.6 DEMANDA. ....	24
1.4.7 CALIDAD. ....	25
1.4.8 MARCA.....	25
1.4.9 MARKETING MIX.....	25
1.4.10 INCOTERMS. . ....	25
1.5 ESTUDIO DE MERCADO DIAGNOSTICO DEL REQUERIMIENTO A SATISFACER. 26	
<b>2. DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO.....</b>	<b>28</b>
2.1 DESCRIPCION DEL EMPREDIMIENTO.....	28
2.2 FUNDAMENTACION GERENCIAL DEL EMPRENDIMIENTO.....	28
2.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL .....	30
<b>3. MODELO DE NEGOCIO.....</b>	<b>32</b>
3.1 SEGMENTO DE MERCADO.....	32
3.2 PRODUCTOS Y SERVICIOS COMO PROPUESTA DE VALOR.....	32

3.3	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN. ....	33
3.4	RELACIONES CON LOS CLIENTES. ....	33
3.5	FUENTES DE INGRESOS. ....	34
3.6	ACTIVOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL NEGOCIO. ....	34
3.7	ACTIVIDADES DEL NEGOCIO. ....	34
3.8	RED DE SOCIOS. ....	35
3.9	ESTRUCTURA DE COSTOS. ....	35
<b>4.</b>	<b>ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO.....</b>	<b>37</b>
4.1	FACTIBILIDAD TÉCNICA. ....	37
4.2	FACTIBILIDAD FINANCIERA. ....	40
4.3	FACTIBILIDAD OPERATIVA. ....	41
4.4	FACTIBILIDAD AMBIENTAL. ....	42
4.5	FACTIBILIDAD SOCIAL.....	42
<b>5.</b>	<b>CONCLUSION.....</b>	<b>44</b>
<b>6.</b>	<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>45</b>
	<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>46</b>

## INTRODUCCION

El plan de Negocios tiene como objetivo proponer una idea innovadora de emprendimiento a través de la elaboración de un producto con valor agregado proveniente del desecho de Banano, materia prima que queda rezagada por no ser apta para la exportación siendo “Plan de Exportación de Jalea de Banana hacia la Unión Europea” con este estudio se pretende ayudar a la empresa a adentrarse en el mundo de la industrialización ya que solo exporta productos primarios durante años.

El Ecuador es uno de los países de mayor biodiversidad alimentaria del mundo, tal riqueza no es sólo fruto de una percepción subjetiva recibida a través de la enorme variedad de productos y alimentos tradicionales que heroicamente son mantenidos por pequeños productores en amplias zonas del país. Es necesario considerar que en Ecuador se encuentran dos centros mundiales de alta diversidad botánica: el Andino y Amazónico, las plantaciones de banano se pueden divisar por todo el territorio ecuatoriano.

La producción de banano para la exportación, se considera una actividad tecnológica y económica diferente a la producción del banano como alimento de primera necesidad. La producción destinada a la exportación se sirve únicamente de unas cuantas variedades seleccionadas por su alto rendimiento, su durabilidad en el transporte de larga distancia, su calidad y su aspecto.

Además, el excelente estado de las carreteras y las cortas distancias entre las plantaciones y los puertos de Ecuador hacen que el tiempo transcurrido desde la recogida de la fruta hasta el envío de forma marítima sea mínimo, generando una de las ventajas competitivas del país.

El consumo más común del banano es como fruta dulce que se come cruda; sin embargo existen otras formas de consumo como jaleas, fritas, asadas, secadas, en jugo u hojuelas. La fruta también se utiliza para elaborar bebidas alcohólicas o harina para lo cual se seca y luego se muele la fruta.

Con este antecedente de las características del sector ecuatoriano se pretende utilizar todo el potencial de la oferta exportable que tiene nuestro país como fortaleza, conquistando nuevos mercados internacionales pero con productos de buena calidad y con valor agregado que diversifiquen la cartera de negocios para la empresa exportadora y para la economía de nuestro país.

Se pretende llegar primero a Ámsterdam a su puerto que es el cuarto más grande del mundo y luego extenderse a otros países de Europa, el termino de negociación será lo pactado con el cliente y será fijado en el contrato de compra y venta, el canal de distribución será distribución comercial actividad que será llevada a cabo por un distribuidor mayorista el que nos llevara a posesionar nuestros productos en las principales cadenas de supermercados.

Participar en las ferias que se elaboran en Holanda todos los años ayudara a que el producto se promocióne destacando las cualidades nutritivas y buenas normas de calidad apegándonos a las que se utilizan en la Unión Europea como es Global Gap, Fairtrade Internacional, Natural Standards, Ethical Trading Initiative.

Utilizando un buen Marketing la empresa exportadora podrá conocerse y los clientes potentes comenzaran a ver a la Empresa Exportadora como un cliente aliado para eso depende mucho del conocimiento que se obtenga del todo el proceso de exportación desde la recolección de la fruta hasta que llegue al cliente final.

## **1 Idea de Negocio**

### **1.1 Descripción de la Idea de Negocio**

El presente plan tiene como objetivo principal la implementación de una nueva línea de producción este estudio será propuesto a la empresa “Empresa Exportadora” ubicada en la parroquia Puerto Bolívar Provincia de El Oro, consiste en “Analizar la producción y comercialización de jalea de banana, surgiendo la necesidad establecer una metodología, es decir un Plan de Negocios, “como un instrumento a la hora de plantear las iniciativas de creación e innovación”. (FERREIRA, 2015)

Ecuador posee recursos naturales productivos y es uno de los países de mayor biodiversidad alimentaria del mundo producen infinidad de cultivos, se encuentra disponible todo el año por lo que es necesario aprovecharlos al máximo (...) cabe destacar que el banano ecuatoriano es apreciado en el extranjero por su sabor único y de alta calidad, el buen clima y la riqueza de su suelo hacen que las plantaciones requieran solamente la mitad de ciclos fungicidas (PRO ECUADOR, 2015)

La producción de jalea de banana no será un impedimento para la industrialización y la transformación de la fruta, “abre su mercado interno a las exportaciones agroindustriales pero al mismo tiempo acontece una eclosión de respuestas adaptivas a esa forzosa inserción en el mundo de la globalización este crecimiento genera conflictos económicos y políticos” (García Francisco, 2006).

La industrialización del banano es una nueva alternativa de inversión para el Ecuador, exportar productos semielaborados como puré, harina, cremas, compotas, mermeladas, jarabe, confitadas, jaleas de banana, le está dando muchas oportunidades al país y puede ser muy rentable como una estrategia de crecimiento, “es importante indicar que estas formas de internalización caen dentro de la concreción de alianzas estratégicas, con el objetivo lograr un crecimiento significativo a largo plazo” (Medina Alex, 2005)

Este Emprendimiento beneficiara a la economía del país, incluyendo a los agricultores, productores, exportadores, al sector industrial, genera divisas, empleo y mejoramiento de la economía familiar “a través de las redes de comercio justo se pretende remunerar mejor el trabajo de todos los que están inmersos en este proceso” (Espinosa Betty, 2009)

Machala, es reconocida internacionalmente como “Capital Bananera del mundo” a través del Puerto Bolívar se exporta esta preciada fruta a todo el mundo, es el segundo rubro de mayor exportación de país teniendo un constante crecimiento.

Aunque los desafíos que se presentan en el proceso de expansión para la internacionalización obliga a las empresas a ser más cuidadosos en sus procesos y obtención de información y planificación lo que implicara lograr mayores niveles de desempeño. (Gelfred Valeska, Etchebarne Maria, 2011)

La producción de jalea de banana generará una tentativa de adquisición, la demanda del banano ecuatoriano es potencial por eso la decisión de escoger al mercado Holandés, Ámsterdam como destino de exportación, la Unión Europea es el mayor importador de banana del mundo el 70% de las bananas vendidas provienen de Ecuador, Colombia y Costa Rica siendo Rotterdam en algunas veces un punto de ingreso para luego ser re-exportadas a otros países europeos (PRO ECUADOR, 2016b)

## **1.2 Fundamentación teórica del negocio**

**TEMA:** “PLAN DE EXPORTACION PARA JALEA DE BANANA PARA TRABOAR DESDE MACHALA HACIA EL MERCADO DE HOLANDA”.

## **1.3 Marco teórico contextual.**

El banano se cultiva en todas las regiones tropicales y tiene una importancia fundamental para las economías de muchos países en desarrollo, “en términos de valor bruto de producción es el cuarto cultivo alimentario más importante del mundo” (PRO ECUADOR, 2016a)

La actividad del banano en el Ecuador desde hace sesenta años ha tenido y tiene un peso importante en el desarrollo del país, las exportaciones FOB exportado del 2015 de banana al mundo fue de \$ 2.820.053 millones de dólares teniendo un incremento de exportaciones anual desde el 2011 hasta 2015 del 7% (TRADEMAP, 2015)

La exportación del banano ecuatoriano para el 2015 fueron destinadas mayormente a Estados Unidos, Alemania, Turquía, Italia, Países Bajos entre otros, dada la demanda de los mercados internacional se tiene identificado a nivel nacional 162.039 hectáreas de siembra de banano (PRO ECUADOR, 2016a)

El sistema económico del país no es favorable las cifras han decrecido para este año, su balanza de pagos no es la mejor, estamos pasando una crisis donde la naturaleza nos está pasando la factura los desastres naturales el terremoto la corriente del niño la baja del petróleo y la mala administración de los fondos públicos de ahí que los índices económicos del país no son los mejores.

El PIB experimentó una reducción de 1,9% en términos constantes, la tasa de crecimiento anual disminuyó también las exportaciones (-2,7%), la demanda interna (-5,4%) y el consumo gubernamental (-3,2%) por eso es imperioso dinamizar la economía con nuevas propuestas que levanten nuestro país que genere divisas (Banco Central Ecuador, 2016)

El banano ecuatoriano es un producto de gran aceptación en distintos mercados a nivel mundial, representando para el Ecuador uno de los rubros de ingreso más importantes del sector agropecuario, “el primer producto de exportación agrícola, tiene una enorme importancia económica en nuestro país” (PRO ECUADOR, 2015) sin embargo, es una cadena que tiene una serie de problemas coyunturales como políticas fiscales, la ley del

Banano, como los cupos de exportación y el cobros excesivo de patentes, se ha perdido el 14% de las exportaciones en comparación a otros años dando ventajas a Colombia y a Costa Rica, Guatemala y Honduras, por esta razón es importante considerar toda información que sirva para saber cómo enfrentar esta situación, se recabo información de revistas científicas y pagina web del estado que proporcionen datos estadísticos, “que permitan evidenciar las anomalías existentes para la toma de decisiones” (Morejón Yolanda, 2016)

Ecuador atraviesa la mayor crisis económica, tampoco se ha ratificado hasta el presente estudio el ingreso para el año 2017 al tratado comercial Multipartes con la Unión Europea, para gozar de preferencias arancelarias, esta posibilidad de la firma del tratado producirá un gran beneficio para los productores bananeros, ya que es el mercado de mayor aceptación de nuestra fruta.

“Los Países Bajos han importado de nuestro país en fruta fresca de banana \$ 65.956 para el año 2015, avizorando mejores días y alternativas de negociaciones, desde el 2011 hasta el 2015 hay un incremento anual del 5%” (TRADEMAP, 2015) al ingresar nuestro producto permitirá al Ecuador obtener grandes beneficios, “mejorando la economía habitual y de sus productores” (Falcón Fander, 2011) con este acuerdo de negociación se lograra potenciar las oportunidades del país, “permitir el desarrollo del modelo económico e incluir las herramientas para salvaguardar los intereses de los sectores más sensibles” (Gómez Arnulfo R, 2006)

El banano es una fruta tropical muy rica y nutritiva, aportan una buena cantidad de carbohidratos y fibras, especialmente potasio, magnesio y ácido fólico, es de forma oblonga, alargada y algo curva su pulpa blanda y de color amarilla su sabor dulce intenso y perfumada, ayuda a la salud recupera electrolitos tiene antioxidantes naturales y previene algunas enfermedades (PRO ECUADOR, 2016a)

### *1.3.1 Objetivo general*

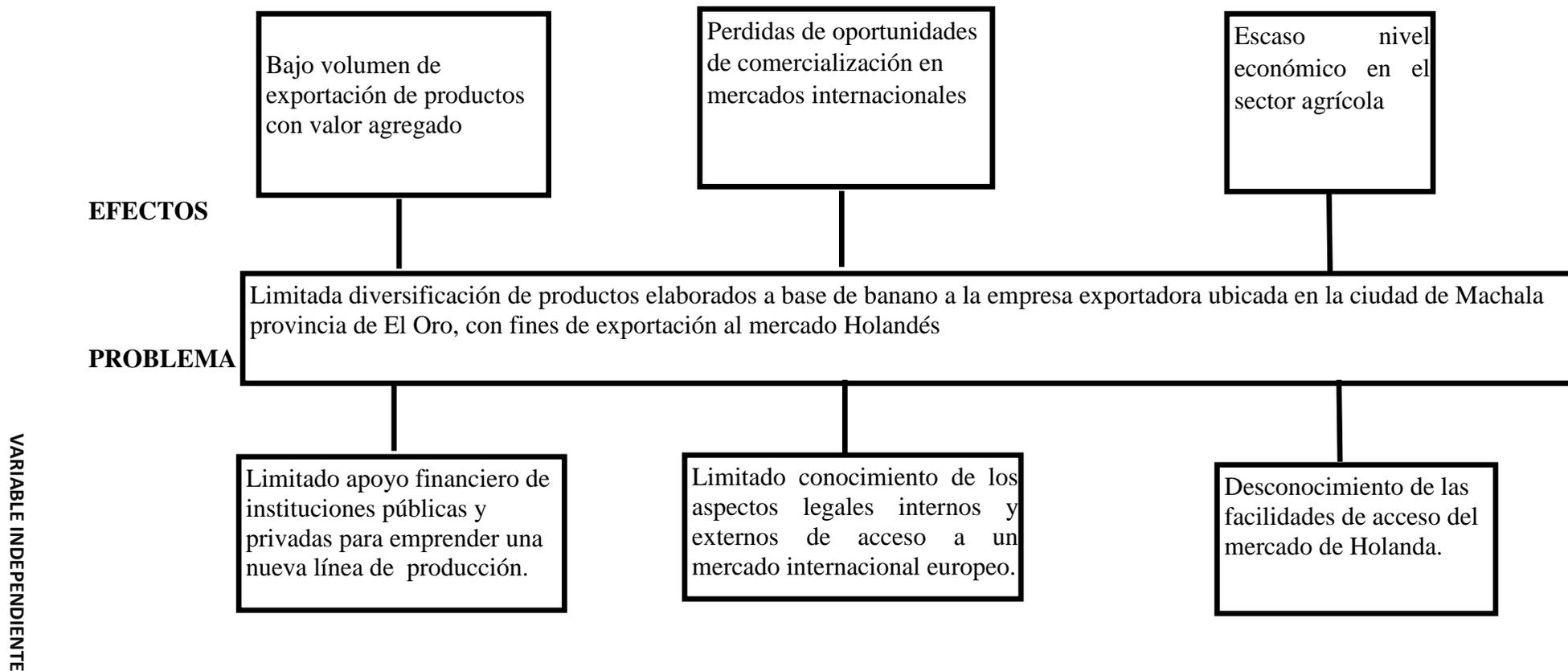
Diseñar un Plan de producción y exportación de jalea de banano para la empresa exportadora con la finalidad de mejorar su nivel socioeconómico.

### *1.3.2 Objetivos específicos.*

- Determinar oportunidades comerciales en mercados Europeos para la exportación de productos elaborados del banano

- Promover innovación tecnológica en la empresa para ser eficiente en su línea de producción
- Determinan la factibilidad financiera del plan de exportación de jalea de banana

**Cuadro No 2 Árbol de problemas**



Elaborado por: La Autora

La falta de información de los beneficios que brinda el régimen de exportación en el sector bananero permite que se pierdan las oportunidades en un mercado internacional, y un escaso nivel económico en el sector agrícola ha efectuado, que en nuestro país sea bajo el volumen de exportación de productos con valor agregado, teniendo como ventaja la sobreproducción de materia prima, que permitiría abastecer con éxito aquel mercado internacional propuesto Holanda.

El desconocimiento de las facilidades de acceso al mercado europeo con respecto a normativas y exigencias técnicas que permiten el fácil acceso de productos a nichos internacionales es causa del limitado conocimiento de los aspectos legales internos y externos de acceso a un mercado internacional, no garantiza el buen desenvolvimiento de la empresa “sirven como trampolín para el crecimiento y desarrollo económico de ahí que se promueva la cultura que fomente la creación y difusión del conocimiento” (Guevara Iris, 2013)

EL limitado apoyo financiero de instituciones públicas y Privadas relacionadas, obstaculizando de manera directa e indirectamente el emprendimiento de ideas innovadoras que les conceda a los exportadores nuevas alternativas de industrialización en el mercado internacional.

## **1.4 Marco Teórico Conceptual**

*1.4.1 Las relaciones internacionales.* “Un flujo de interacciones que rebasa fronteras nacionales y que tiende a formar entidades político-sociales de mayor envergadura, sistemas, sociedades y comunidades internacionales” (Sarquis David, 2012)

*1.4.2 Comercio Justo.* “El comercio justo se autodefine por ser una respuesta a los efectos desestructurantes de una economía cada vez más competitiva e individualista” (Espinosa Betty, 2009)

*1.4.3 Inversión Extranjera.* La Inversión Extranjera Directa tiene implícito la obtención de un interés duradero por parte de una entidad residente en una economía (inversor directo) en una entidad residente en otra economía diferente a aquella del inversor y esta puede ser Green Field o ser una Fusión y/o Adquisición. Planificación. (Ronderos Carlos, 2010)

*1.4.4 Negociación.* La negociación es la forma como las partes inician procesos de discusión o “conversaciones” a través de representantes oficiales de cada bando con el fin de exponer sus demandas y llegar a un acuerdo mutuo y aceptado por las partes (UCDP, 2010). “es una relación de interdependencia, en la que las partes en conflicto acuerdan negociar sus demandas, con o sin ayuda de un tercero, y utilizando técnicas competitivas o cooperativa” (Valencia German, Loaiza Alderid, 2012)

*1.4.5 Exportación.* Es la forma de internacionalización más común de las empresas y requieren una inversión comparativa baja al relacionarla con las otras modalidades de salida al exterior por lo que en este contexto las opciones para una empresa para exportar, ya sean productos y/o servicios van de la experiencia directa a la indirecta (Medina Alex, 2005)

*1.4.6 Demanda.* “Es el volumen total de un producto o servicio que adquiriría un grupo de clientes definido, en un área geográfica definida, dentro de un período definido, en un ambiente de mercado definido, bajo un programa de mercadeo definido” (Coca Andres, 2011)

*1.4.7 Calidad.* “Una frase corta y sencilla, pero aplicable hasta en los procesos más complejos que puedan existir en el mundo entero, están asociados con productos y servicios que satisfacen las expectativas”

*1.4.8 Marca.* “La marca es un signo de pertenencia a una persona física y moral, la cual le permite distinguir sus bienes o servicios ofrecidos los de otra persona” (Trejo, Karina, 2011)

*1.4.9 Marketing Mix.* Según Gallardo (2013) es el conjunto de variables, instrumentos o herramientas, controlables o a disposición del gerente de marketing, que se pueden coordinar, manejar, manipular o combinar en un programa de marketing y que tienen los siguientes objetivos: producir, alcanzar o influir sobre la respuesta deseada en el mercado objetivo, lograr los objetivos de marketing de la empresa o satisfacer al mercado objetivo.

*1.4.10 Incoterms.* Son términos o reglas de negociación nacional e internacional Incoterms 2010 de la Cámara de Comercio Internacional, facilitan el proceso de las negociaciones, los mismos definen obligaciones y derechos del comprador y vendedor, establecido en el contrato de compraventa.

## **1.5 Estudio de Mercado Diagnostico del requerimiento a Satisfacer**

La banana crece en variadas condiciones de suelo o de clima, por lo tanto es relevante que los suelos estén preparados y el clima recomendado (18.5 gr.) existen 100 variedades de banana alrededor del mundo como es Valery, Gran Cavendish, Gran Naine y Lacatan, es una fruta que cultivan en más de 150 países, la variedad que tiene mayor acogida es “CAVENDISH” que es la que se utiliza en las exportaciones, siendo la calidad del producto lo que hace que los clientes se inclinaran por adquirirlo (PRO ECUADOR, 2015)

El mercado mundial de banana es muy amplio, contamos con el 30% de la oferta mundial y la fruta representa el 15% de las exportaciones totales y es el segundo rubro de mayor importancia del país, (PRO ECUADOR, 2016a) la mayoría de la producción es enviada al mercado extranjero, llegando a más de 43 países a nivel mundial, “tomando en consideración su alta producción nacional y la gran demanda mundial siendo importante poner mayor énfasis en su estudio y en consecuencia actuar de manera más efectiva” (Coca Andres, 2011) hemos considerado apropiado elaborar un Plan de Exportación de elaborado de banana como es la jalea a Holanda, el modelo de Porter indica “que la fuerza con que las empresas emprenden acciones, es para fortalecer su posicionamiento en el mercado y proteger así su posición competitiva a costa de sus rivales en el sector” (Baena Ernesto, 2003)

Siendo Holanda nuestro mercado de destino por su posición geográfica, se encuentra en el corazón de Europa occidental, goza de una ubicación favorable, en esta zona están concentradas las principales industrias europeas, adecuado para la implantación de industrias la economía holandesa está ampliamente orientadas hacia los sectores del comercio y transporte algunas empresas internacionales de tienen establecidas sus centros de distribución en Holanda como sede. (PRO ECUADOR, 2016b)

Un análisis de la economía de Holanda podemos indicar que el PIB del 2015 va en incremento que es del 2,00 % en cifras fue de 170.770 millones de euros, situando a Holanda como la 8ava económica en el ranking de los 33 países publicados, tiene un PIB Per cápita de 10.104 € euros, Holanda se encuentra en muy buen lugar en cuanto al nivel de vida de sus habitantes (EXPANSION, 2015)

Holanda tiene dos puertos de embarque los más grandes, Rotterdam es un complejo industrial, está ubicado al suroeste, “es el cuarto puerto del mundo y la mayoría de las mercancías solo están de paso y Ámsterdam es el segundo puerto multipropósito cuenta con manejo de diferentes tipos de carga y presta el servicio de almacenamiento” (PRO ECUADOR, 2016b)

Para realizar negociaciones con Europa es necesario conocer la cultura de negocio el estilo, las formas, los momentos por ejemplo los europeos se caracterizan por planificar, organizar y ejecutar, las reglas se aplican para todos, sin excepción, su capacidad de hablar es pausada en un tono bajo con la menor cantidad de gestos y articulaciones, pero posible van al grano, muy directos al negociar si les interesa y están de acuerdo firman el contrato, el llegar tarde y no hablar del tema el holandés lo interpreta como falta de respeto, su estilo es formal al momento de negociar dependiendo del estilo y personalidad del socio extranjeros. (Paramo Dagoberto, 2011)

Un análisis de la demanda del consumo de Banana, denota que el consumo de Holanda que es más alto del que importa al mundo mientras que Ecuador les exporta menos esto brinda oportunidades para que el Ecuador llegue a ese mercado potencial con su producto de buena calidad y si le damos un plus seríamos más atractivos a este mercado utilizando buenas normas de calidad (TRADEMAP, 2015)

## **2 Diseño organizacional del Emprendimiento**

La fruta que no es seleccionada para la exportación es destinada para el consumo interno o es desechada, esto ocurre por causa de efectos climatológicos y la madurez acelerada de la fruta lo que hace que el producto incurra en parámetros que impidan su exportación los desperdicios pueden ser procesados industrialmente, este proyecto de inversión se centra en utilizar el desecho de banana mediante la instalación de una planta industrial para producir jalea de banana un aspecto fundamental de este proyecto es la fácil obtención de la materia prima y su bajo costo lo cual sería muy atractivo para los inversionistas.

### **2.1 Descripción del emprendimiento**

Nuestro país y su mercado esta reducido a exportaciones básicas primarias, para el Ecuador las exportaciones son de vital importancia por su pequeño mercado y bajo nivel de desarrollo económico, pero no para continuar esperanzados en explotar o vender productos primarios más aún si son no renovables, tiene que industrializarse y avanzar hacia el desarrollo, este proyecto busca contribuir con su producto jalea de banana “al desarrollo económico de la empresa aunque ayudaría mucho el apoyo del gobierno mediante políticas redistributivas en sectores económicos haciéndolo con equidad y reduciendo la desigualdad” (Falconi Fander, 2011)

La producción de conservas y jaleas de banana es producto complementario que satisface las necesidades y deseos de los compradores, es gelatinoso azucarado y transparente, en este proceso se conserva su propiedades vitamínicos de su materia prima y pueden ser consumidas teniendo un efecto generador energético siendo esta una de las razones de la demanda del producto, este producto se lo puede consumir untándolo en pan, en moldes de torta, se lo puede mezclar con cereales entre otros.

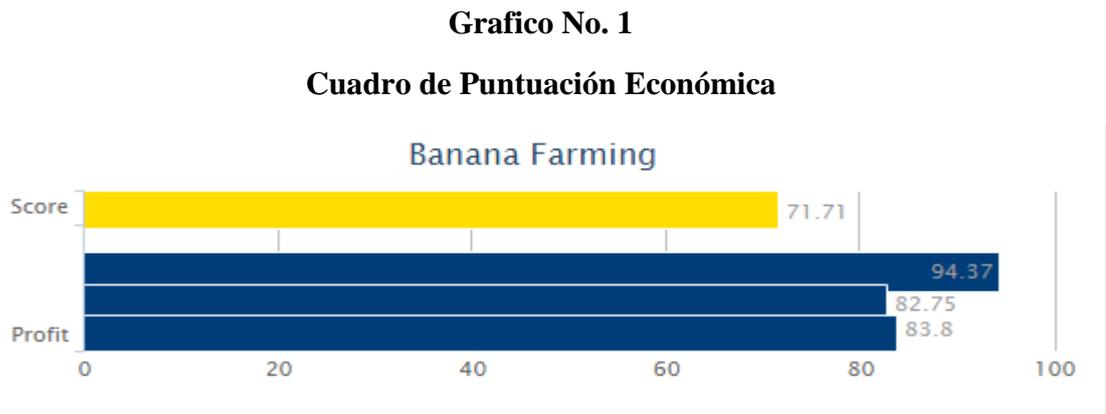
La composición química hablan por sí solas de las ventajas de la jalea de banana con respecto a otros tipos de jalea, los rangos de baja humedad (10%) y de cenizas y un buen margen de carbohidratos (84%) ponen de relieve el poder vitamínico y nutricional de la jalea de banana frente a los producto sustitutivos

### **2.2 Fundamentación gerencial del emprendimiento**

La empresa Exportadora inicia sus actividades el 05 de noviembre de 2003 y tiene como fecha de constitución el mismo 05 de noviembre de 2003, tiene como actividades el

cultivo, comercialización y exportación al por mayor y menor de banano, contribuyente especial mediante Resolución.

A continuación en el grafico presentaremos todos los parámetros de puntuación de referencia, ventas, bienes y lucro de la empresa exportadora grafico No 1



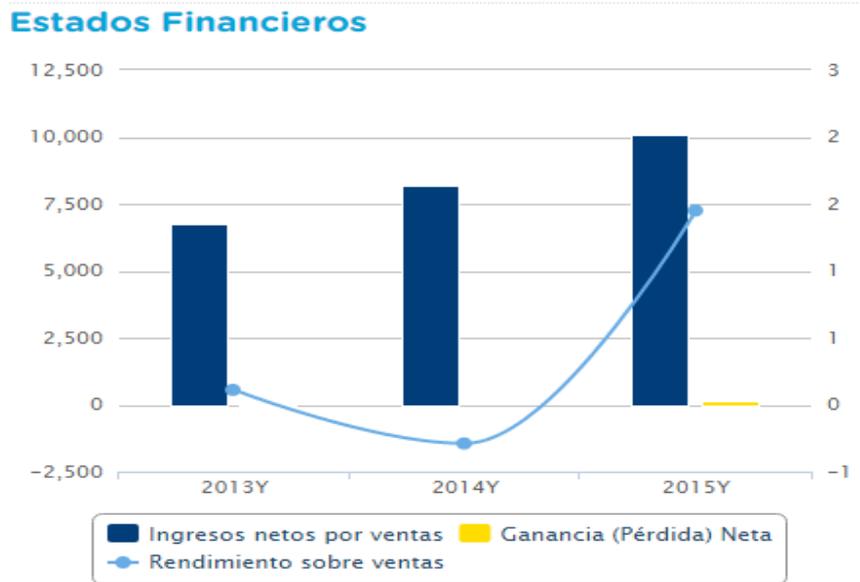
Fuente: EMIS A EUROMONEY INSTITUCIONAL INVERSOR COMPANYY

Elaborado por: La Autora

En el siguiente grafico se presentara una breve visión sobre “los ingresos netos por venta para el 2015 las ventas fueron de \$ 8.179.374 y las pérdidas y ganancias, dando una utilidad de \$118.729 y el rendimiento sobre ventas” (EKOS, 2015)

## Grafico No 2

### Estado Financiero de la Empresa Exportadora



Fuente: EMIS A EUROMONEY INSTITUCIONAL INVERSOR COMPANY

Elaborado por: La Autora

### 2.3 Estructura organizacional y funcional

“Una empresa mal estructurada es sinónimo de caos y falta de eficiencia, la empresa tiene muy claro su misión, visión y objetivos a cumplir, está organizada jerárquicamente de acuerdo a sus necesidades” (Kato Enrique, 2005)

- Accionistas
- Presidente Ejecutivo
- Secretaria
- Asistente administrativo
- Contadora
- Jefe de Producción y Control de Calidad
- Agente de aduana
- Bodeguero

- Guardián

Para la implementación de la Planta Industrial necesitaría incrementar personal para cubrir con las expectativas, “personal cualificados y competentes estableciendo una relación entre capital y trabajo en los centros de producción” (Barrios G. Leticia, 2007)

### **3 Modelo del Negocio**

La empresa exportadora implementara como estrategia empresarial el comercio electrónico como un modelo de negocio para llegar a los clientes. contará con una tienda virtual en la cual se exhibirá sus productos para poder contactar al cliente en el exterior y una vez concretado la negociación se realiza el contacto personal, “un modelo de negocio es algo fundamental puesto que supone comprender como va a operar la empresa, sus fundamentos, sus actividades económica” (Díaz-Espina, 2013).

#### **3.1 Segmento de mercado.**

Este producto es de alta demanda debido a su contenido nutricional es apto para el consumo de todas las edades y clases sociales media, media alta, alta, la jalea de banana se encontrara a disposición debido a su distribución en los centros de autoservicio más reconocido en el mercado Europeo ALBERT HEIJIN que es una de las cadenas más importantes de supermercados. (PRO ECUADOR, 2016b)

“Con la segmentación adecuada, las listas de clientes podrán ser identificadas, los resultados de la publicidad podrán mejorar y la satisfacción del consumidor se incrementara; guiando esto a una mejor reputación y un mejor posicionamiento” (Goyzueta R. Samuel I, 2011).

#### **3.2. Productos y servicios como propuesta de valor.**

El presente proyecto se enfoca a la producción y comercialización de “Jalea de banano” producto muy nutritivo y apetecible por su agradable sabor y consistencia ya que está elaborado a base de una fruta altamente nutricional y muy consumida a nivel mundial como es el banano, la jalea de banana brinda un valor agregado a la actual empresa.

Como materia prima usaremos el banano rechazado fresco que no cumple los requerimientos para ser exportado, se propuso el innovar su actividad comercial aprovechando la materia prima existente en sus centros de acopio, es ahí cuando se plantea la idea emprendedora de expandir con un producto procesado, este producto permitirá generar más ingresos a la empresa, ya que se estaría diversificando su matriz productiva con una idea innovadora con el fin de generar conocimientos traducido en nuevos productos (González Julio, García Luis, Caro Carla, 2014)

Es un producto que cumple con todos los estándares de calidad internacionales, para satisfacer las necesidades de sus consumidores, se propone entonces a la luz de la

experiencia que se dé prioridad a las estrategias de garantía de calidad las cuales, en consecuencia, incrementan la productividad y minimizan los costos (Rincon Haydee, 2001)

Su presentación será en envases de vidrio hermético su etiqueta está diseñada de manera atractiva y de alta calidad constara en la etiqueta toda la información requerida por el consumidor cada envase contendrá 290 gr. los mismos que para su embalaje de exportación utilizaremos cartón corrugado que contendrá 20 frascos c/u.

### **3.3. Canales de comercialización.**

Además se efectuara un modelo adicional que es distribución comercial, actividad que será llevada a cabo por un distribuidor mayorista el que nos llevara a posesionar nuestros productos en las principales cadenas de supermercados como son: ALBERT HEIJN, C100, JUMBO, así se exhibirá el producto y estará al alcance de los consumidores.

Se pretende realizar la comercialización de “Jalea de banano” mediante canales directos existentes a las principales cadenas de supermercados de Ámsterdam entre ellos están: “Albert Heijn, C1000, Jumbo, Dirk van den Broek, Lidl, Spar” (PRO ECUADOR, 2016b)

Además se contactara en lo posterior a un agente distribuidor y para que nos ayude al contacto con clientes potenciales de los principales estados de Holanda para la distribución del producto derivado de la compra en la tienda virtual utilizando como estrategia a la comunicación para obtener comportamientos de compra (Gallardo Luis, 2013)

### **3.4. Relaciones con los clientes.**

La relación empresa – cliente se la mantendrá vía online, además mantendrá total atención para el estudio de potenciales clientes y sus comentarios e inquietudes publicadas en nuestro sitio web y así seguir innovando en nuestra propuesta de valor. Se adecuara sistemas de automatización de correos electrónicos, para así poder brindarles la atención oportuna y darles el debido seguimiento a nuestros clientes potenciales y conservar su fidelidad en las negociaciones llevando de esta manera la delantera a nuestros competidores. Porter (1982) dice: “Aunque el entorno relevante es muy amplio y abarca tanto fuerzas sociales como económicas, el aspecto clave del entorno de la empresa es el sector o sectores industriales en los cuales compiten”. (Baena Ernesto, 2003)

Como propuesta estrategia comercial participar en ferias internacionales en el mercado europeo y así poder contactar directamente potenciales empresarios que se interesen por nuestra nueva línea, ya que mantendremos la oportunidad de darles a conocer sus cualidades y beneficios del producto al consumirlo, en este proceso se usa comunicación formal y no formal, y se deriva una satisfacción de tipo personal y no económica (Gómez Claudia, 2010)

Los canales de comunicación se establecerá como estrategia mediante acciones comunicativas que no solo se refiera a la comunicación de lo que se haga para promover las promociones o la marca sino a todas las acciones de gestión integral que genere confianza en su público (Paladines Fanny, Ya guache Jenny, 2015)

### **3.5. Fuentes de ingresos.**

Los ingresos que espera obtener provendrán de las ventas consolidadas de la jalea de banana, adicional a los ingresos por venta de banano en estado fresco. Se estima concretar ventas trimestrales de 19200 frascos a un valor FOB de euro 2.25 c/u, obteniendo de esta manera un ingreso bruto de euro 51.840 €

### **3.6. Activos para el funcionamiento del negocio.**

La empresa posee activos disponibles para ejecutar el plan de producción y comercialización de “Jalea de banano”, no se necesitaran de mucha inversión debido a que la empresa ya está constituida de algunos años, contamos con los siguientes activos: terreno, edificio, maquinaria, equipos de oficina, muebles y enseres de cómputo, vehículos para facilitar la transportación local del producto desde la empacadora hasta la fábrica.

### **3.7. Actividades del negocio.**

Es una empresa exportadora de banano fresco con un gran posicionamiento en el mercado internacional, debido a su cumplimiento en estándares de calidad ahora pretende incrementar su línea de negocio y lanzar al mercado exterior un producto a base del banano que es rechazado por no cumplir requerimientos para ser exportado fresco, aprovechando de esta manera la materia prima y brinda un producto innovador y apetecible.

La Empresa exportadora ha desarrollado una reputación a nivel internacional por la calidad de su producto una de las actividades que realizara la empresa es el contacto

personalizado con los inversores para la negociación, la presentación del producto detallando sus características que lo hacen distinto que al de la competencia, además de la elaboración del producto para su oportuna distribución en el mercado internacional, teniendo en cuenta las normas que rigen en el mercado meta de etiquetado y envasado de productos procesados.

Mediante un agente de aduanas se cumplirá todos los aspecto legales para la salida de nuestro producto tomando en consideración que la Unión Europea tiene un alto nivel de exigencias y una serie de requisitos a cumplir un punto fuerte es la calidad del producto es necesario como requisito los siguientes permisos:

- Sanitario y Fitosanitario emitido por Agro calidad
- Medioambientales
- Técnicos
- Normas de Comercialización

### **3.8. Red de socios.**

Entre los principales socios están los que nos proveen de la materia prima como son los productores que son los encargados de facilitarnos el banano rechazado ya sea en la empacadora o en puerto al momento de la inspección de calidad, además de ellos se encuentran los que nos proveerán de los demás ingredientes necesarios para la producción y los envases y cajas para su empacado según aconseja García y Alvarado (2013)

Realizar la selección de nuestro socios se debe evaluar atributos siguiendo una metodología de evaluación porque en algunas industrias manufactureras el costo por materias primas y materiales que componen nuestro producto constituye las mayores inversiones y en ocasiones son del costo el 70% de la producción así es que démosle la debida importancia (García Jorge, Alvarado Alejandro, 2013)

### **3.9. Estructura de costos.**

Tomando en consideración los estados financieros realizados para determinar la factibilidad del proyecto se obtiene la estructura de costos, la cual está conformada por los costos fijos, costos variables, gastos operativos y gastos de exportación, dándonos

como resultado la suma de todos estos valores el Costo Total de Producción que es de \$ 610.105,13 para el primer año, como lo revela el cuadro N° 3.

## **4 Estudio organizacional del Emprendimiento**

### **4.1 Factibilidad Técnica.**

De acuerdo a lo planteado por Martinez Carlos, Soto Manuel, Magaña Jose, Licon Lorena, ( 2015) para la elaboración de la jalea de banana se requiere un estudio técnico para determinar la factibilidad de la fabricación de dicho producto como: tamaño de la planta, donde ubicar la planta, donde obtener los materiales y materias primas, que máquinas y procesos debo usar en la elaboración del producto, que personal es necesario, y los tiempos.

Se adquirirá un predio urbano con 600 m<sup>2</sup> en el área rural, revisar el área de la fábrica se construirá 300 m<sup>2</sup> los otros 300 m<sup>2</sup> quedaran para garaje y áreas verdes, con la flexibilidad de ampliar la producción y que la planta crezca, se adquirirá dos vehículos tipo furgón los equipos que se utilizaran serán ollas industriales con tapa hermética ajustada, licuadoras industriales, dosificadoras, refrigeradoras, mesas de acero inoxidable, balanzas industrial y eléctrica, juego de cuchillos, gavetas, estanterías, utensilios y material de laboratorio a continuación detallamos proforma de los costos cuadro No 4

#### Cuadro No 4

#### CUADRO DE MAQUINARIA

<b>Detalle</b>	<b>Cantida d</b>	<b>Especificaciones</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
Marmita <i>MADIPSA</i>	1	( olla industrial con tapa hermética ajustada)	800.00	800.00
Licuadaora industrial	1	Capacidad para 30 lt.	1150.00	1150.00
Mesa de acero inoxidable	3	De 6 x 1.5m de longitud	350.00	1050.00
Balanza industrial	1	Capacidad 300kg	1000.00	1000.00
Balanza eléctrica	2	Capacidad 150kg	500.00	1000.00
Juego de cuchillo	1	Contiene 24 unidades de diferentes tamaños	120.00	120.00
Gavetas	100		5.00	500.00
Refrigeradoras	2	Tipo vitrina	1500.00	3000.00
Estanterías	4		300.00	1200.00
Materiales de laboratorio	40	Para pruebas químicas de la jalea	50.00	2000.00
Vehículo	2	Tipo furgón	30000.00	60000.00
Utensilios	20	Artículos varios	10.00	200.00

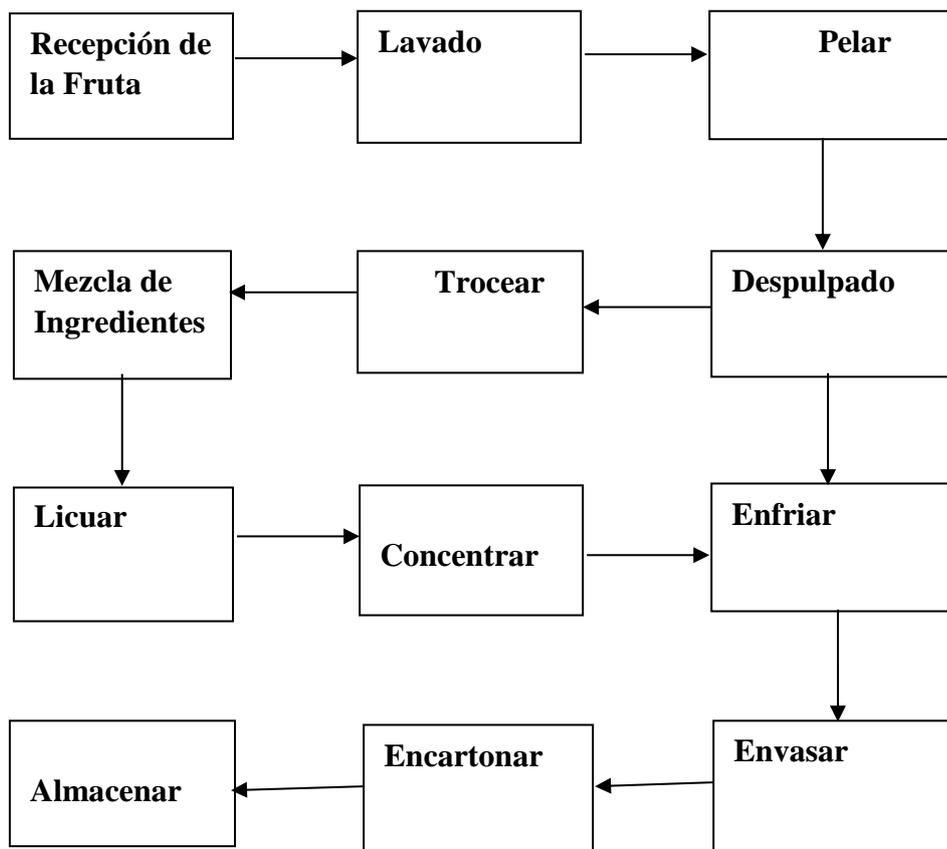
Elaborado por: La Autora

La materia prima la complementaremos con el banano rechazado que no se exporta, es decir, se procede con la selección normal de la fruta se lava cuidadosamente se corta y se le retira cualquier desperfecto que tengan, se procede a rosear con una solución de sulfato de aluminio y un fungicida para protegerla de la mancha y pudrición, una vez limpia la fruta se la embala en fundas y cartón y es transportada a la planta en un camión cerrado para evitar que entre el agua o el polvo trasladando a la fábrica para su respectivo proceso.

Los ingredientes a usar son edulcorante como azúcar refinada, agua potable, pectina en la proporción necesaria, ácido cítrico, la fase de producción está sujeta a procesos continuos las mismas que deben de ser aplicadas con las buenas prácticas de manufactura.

**Grafico No 3**

**Proceso de elaboración de la Jalea de Banana**



Elaborado por: La Autora

La jalea de banana debe de es clara y brillante translúcida tener un buen color y sabor su aroma de ser apetecible y distinguible no debe ser pegajosa no gomosa ni dura ya que esto restaría la calidad del producto, nuestro producto se producirá anualmente la cantidad de 148.965,50 por frasco de 290g, irán embalados 20 frascos en cada cartón que da un total de 7.448,28 cartonones es decir se producirá 12.414,00 frascos mensuales.

La marca del producto estará debidamente patentada en el país de origen y el país extranjero que es Holanda, la etiqueta será en el idioma holandés, y siguiendo las normas

de etiquetado general y nutricional de la Unión Europea, las áreas de almacenamiento será en la temperatura hasta que sea exportado, “el tipo de la marca será la mixta se conforman de palabras, logotipo y figuras tridimensionales y necesitamos hacer un filtro para revisar si el nombre que vamos a usar ya se encuentra registrado por otras personas” (Trejo, Karina, 2011)

#### **4.2. Factibilidad Financiera.**

La financiación del presente proyecto provendrá de dos fuentes: un 48% lo financiaremos con capital propio de la empresa y el 52% restante será adquirido mediante un préstamo bancario realizado a la Corporación Financiera Nacional la misma que nos concederá el préstamo a una tasa de interés del 11% anual tal y como lo indica el cuadro No.5

Mediante el estado de situación inicial podremos establecer los activos, pasivos y patrimonio con los que contaremos al inicio de nuestra expansión como procesadora de productos alimenticios. De acuerdo al siguiente cuadro nuestra inversión será de \$490.121.83 para poner en funcionamiento la planta procesadora según cuadro No 6

Según la determinación del flujo de caja, estado financiero de gran importación que nos indica los ingresos proyectados y traídos a tiempo presente, cuyos valores además nos servirán para establecer la TIR (tasa interna de retorno), que es la tasa de rentabilidad que percibirá el inversionista. A continuación se refleja los valores de nuestro flujo de caja proyectados, representándonos en el primer año un saldo final de \$561.108,77 en el cuadro No 7

En el estado de resultado proyectado nos indica las ganancias o pérdidas que tendremos por la puesta en ejecución del proyecto, reflejándonos como utilidad neta del ejercicio al primer año el valor de \$ 262.491,56 en el cuadro No 8

Según el análisis realizado para determinar el valor actual neto (VAN), con los datos tomados de los flujos de caja, nos da un valor positivo demostrando con este resultado que es un proyecto viable, ya que tenemos un Valor Actual Neto de 520.005,20, además de una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 44%, lo que nos genera una Rentabilidad Beneficio Costo (RBC) de 1.15 lo que quiere decir que por cada dólar que invertimos obtendremos una rentabilidad de \$1.15 en el cuadro No 9

De acuerdo a los datos establecidos en el punto de equilibrio se llega a la determinación que las ventas mínimas que se deben concretar para poder cubrir los costos y gastos son

del 42% del inventario del producto para no tener pérdidas y alcanzando un porcentaje de ventas mayor al estimado en este nivel de operaciones se obtendrá utilidades en el cuadro No 10

### **4.3. Factibilidad Operativa.**

Según el autor Antun Juan (2004) “aseguran que la identificación y la implantación de mejores prácticas logísticas comienza con metas estratégicas esto involucra crear un diseño Benchmarking, según la necesidades de la planta”.

Establecer un plan a seguir no es sencillo y no es algo que las empresas tengan gran experiencia así es que debemos por comenzar a hacernos un test para identificar las variables como que servicio planeamos darle cliente, el canal que vamos a usar, estrategia de la red, diseño y operaciones de almacenes, gestión de transporte, gestión de materiales, sistemas de información, políticas y procedimientos, instalaciones y equipo, gestión de organización y cambio (Antun Juan, 2004)

El cliente será atendido de manera rápida y oportuna, los tiempos de atención serán planificados tomando en consideración el tiempo que demora el proceso desde recibir el pedido hasta que llegué al país de destino con negociación FOB, “la atención al cliente será personalizada implantando puntos de venta para la degustación del producto” (Sánchez Víctor, 2001)

El lugar donde se almacenara el producto terminado será un área cerrada y la temperatura ambiente, debe ser bajo las condiciones donde los alimentos estén protegidos de la contaminación física, química, microbiológica, la construcción de las instalaciones debe ser sólida y mantenerse en buen estado, disponer de suficiente espacio para el manejo de las operaciones y para el almacenamiento utilizando el espacio aéreo manteniendo una cultura organizacional.

La evacuación de desechos deberá contener de un sistema de Gestión Ambiental deberán proyectarse a no permitir la contaminación de la planta, del producto y del agua potable, los autores Díaz María, Rodríguez Iván, Rodríguez Zenaida, (2011) indican “que las producciones más limpias reducen los costos operativos agregan valor y aumentan la competitividad”.

#### **4.4. Factibilidad Ambiental.**

La Empresa al abarcar el negocio de la planta industrial procesadora de “Jalea de banano” tiene presente el procesamiento que llevara a cabo y la incidencia que tendrá en el sector y el medio ambiente, (...)se han implementado diferentes tecnologías para tratar dichos desechos iniciando un plan de acción que llevara a cabo prácticas apegadas a la conservación, tratando a toda costa de no realizar ningún tipo de contaminación; ya sea por desechos de la materia prima o químicos (Díaz María, Rodríguez Iván, Rodríguez Zenaida, 2011)

Procurando de esta manera dar un impacto ambiental muy bajo que no afecte la zona, teniendo como objetivo primordial adquirir una norma internacional apegándonos alguna política como requisito como por ejemplo tenemos la “Norma ISO 14001:2014 que nos proporciona como marco de referencia para establecer objetivos y metas ambientales establecidos para cada uno de los procesos definidos en la Planta de Producción” (Díaz María, Rodríguez Iván, Rodríguez Zenaida, 2011)

Brindando una capacitación constante al personal mediante campañas agroforestales para poder ofrecer un producto con altos estándares de calidad apto para el mercado internacional.

#### **4.5. Factibilidad Social.**

La empresa exportadora al incrementar sus actividades habituales a la de producción y comercialización de “Jalea de banano” está regida por los principios de “la ley Económica Popular y Solidaria donde sus integrantes se organizan y desarrollan procesos de producción y comercialización, entre otros para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, privilegiando al trabajo y al ser humano, en armonía con la naturaleza” (República del Ecuador, 2011)

Siendo este un aporte social como empresa apertura plazas de trabajo generando así fuentes de ingresos ya que brinda un salario digno con sus beneficios aunque indica Hernández Sabino (2005) “que es necesario crear conciencia social que respete los derechos del ser humano, respetando los derechos fundamentales de los trabajadores” , “y con el correspondiente pago de todos los impuestos cumpliendo las leyes fiscales” (Barrios Vio Bruno, 2013) aportando de esta manera al desarrollo de la provincia y del país tal como lo indica “el Plan de Desarrollo y Buen Vivir construye sociedades

solidarias, corresponsables y recíprocas que viven en armonía con la naturaleza, a partir de un cambio en las relaciones de poder” (SENPLADES, 2013)

Actualmente nos encontramos en la problemática donde las relaciones laborales son muy rígidas con los empleados esto hace que el encarecimiento, de los costos de producción y que las empresas y los países no puedan competir en igual de condiciones en el libre mercado, la flexibilidad laboral debe servir a los empresarios para que sus relaciones laborales se desarrollen de acuerdo con las condiciones e intereses de la empresa (Hernández M Sabino, 2005)

## 5 Conclusiones

Después de haber analizado la idea de crear una línea de producción de elaboración de banana la jalea de banana de exportación como resultado se presenta:

- La industrialización es una ventana abierta para todos los ecuatorianos que deseen invertir en nuestro país el tener una visión clara de todos los atributos que goza nuestro país en la agricultura y de las oportunidades que tiene las empresas exportadora de frutas con la experiencia la infraestructura pueden generar el movimiento económico y el crecimiento del PIB.
- La producción de jalea de banana para el exterior tendrá acogida porque es un producto novedoso y conserva sus propiedades nutricionales al procesarlo, la fruta como materia prima es cosechada todo el año esto nos asegura la producción, además es de bajo costo porque se utiliza la banana rechazada de la exportación y el proceso de producción será menor.
- El estudio de mercado que se realizó en el país de Holanda reveló que el consumo de jalea de banana es habitual y que está al alcance de la población de los estratos socioeconómicos.
- La factibilidad Técnica es viable porque no se requieren de procesos complejos para elaborarla.
- La mayor alternativa en términos de rentabilidad de este plan para determinar el valor actual neto (VAN), con los datos tomados de los flujos de caja, nos da un valor positivo demostrando con este resultado que es un proyecto viable, ya que tenemos un Valor Actual Neto de 520.005,20, además de una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 44%, lo que nos genera una Rentabilidad Beneficio Costo (RBC) de 1.15 lo que quiere decir que por cada dólar que invertimos obtendremos una rentabilidad de \$1.15

## **6 Recomendaciones**

Se ha podido determinar en base a los distintos análisis las siguientes recomendaciones:

- Aprovechar las oportunidades de mercado internacionales
- El gobierno nacional deber garantizar el acuerdo Multipartes para el próximo año
- Reducción de impuestos quitar las salvaguardias para que mejore la balanza de pagos que solicitan los inversores extranjeros.
- Apoyar a los agricultores, productores, exportadores con la obtención de créditos para que se dinamice la economía.
- Mejorar la oferta exportable de los productos ecuatorianos

## BIBLIOGRAFIA

- Antun Juan, O. L. (2004). Benchmarking de procesos logísticos. *Ingenieria Investigacion Y Tecnologia*, 1, 59–76.
- Banco Central Ecuador. (2016). Resultados De Las Variables Macroeconomicas. *Boletin No 95*, 95.
- Barrios G. Leticia. (2007). Conflicto y cooperación en el proceso de trabajo. *Espacios Públicos*, (020), 216–227.
- Barrios Vio Bruno. (2013). ¿Por que las personas pagan sus impuestos? *Subjetividad Y Procesos Cognitivos*, 48, 21–38.
- Baena Ernesto. (2003). El entorno empresarial y la teoría de las cinco fuerzas competitivas. *Scientia et Technica*, (23), 61–66.
- Diaz Maria, Rodriguez Ivan, Rodriguez Zenaida, C. M. (2011). PRODUCCIONES MÁS LIMPIAS Y GESTIÓN AMBIENTAL EN LA PRODUCCIÓN DE BIOACTIVOS Y VITROFURAL EN Introducción Fundamentación teórica. *ICIDCA*, XXXI(3), 31–36.
- Diaz Carolina. (2013). Modelos De Negocio Y Medios Online, Aproximacion Teorica a La Cuestion. *Razon Y Palabra*, 18, 83.
- Espinosa Betty. (2009). Comercio Justo- Traducción Y Cooperación En Ecuador. *Pueblos Y Fronteras*, 4, 87–115.
- Falconi Fander, L. M. (2011). Pobreza y desigualdad en América latina. *Cedlas*, 755.ok
- Gallardo Luis. (2013). El Significado De Las Variables Del Marketing-Mix Para Los Públicos Objetivo. *Journal Article*, 18(L SIGNIFICADO DE LAS VARIABLES DEL MARKETING-MIX PARA LOS PÚBLICOS OBJETIVO), 18.
- Garcia Francisco. (2006). El sector agrario del Ecuador: incertidumbres (riesgos) ante la globalización. *Iconos. Revista de Ciencias Sociales*, 24, 71–88.
- Garcia Jorge, Alvarado Alejandro, M. A. (2013). Selección de proveedores basada en análisis dimensional. *Contaduría Y Administración*, 58(3), 249–278. [http://doi.org/10.1016/S0186-1042\(13\)71229-4](http://doi.org/10.1016/S0186-1042(13)71229-4)
- Gelfred Valeska, Etchebarne Maria, B. L. (2011). La distancia psíquica y el desempeño

- exportador: un reto para la pyme en la era de la globalización<sup>1,2</sup>. *Estudios Gerenciales*, 27(118), 85–96. [http://doi.org/10.1016/S0123-5923\(11\)70147-4](http://doi.org/10.1016/S0123-5923(11)70147-4)
- Gomez Arnulfo R. (2006). Globalización, competitividad y comercio exterior. *Análisis Económico*, XXI(47), 131–178. Retrieved from <http://www.analysiseconomico.com.mx/pdf/4708.pdf>
- Gomez Claudia. (2010). La relación cliente-agencia : visión de los clientes. *Revista*, 28, 25–53.
- Gonzalez Julio, Garcia Luis, Caro Carla, R. N. (2014). Estrategia y cultura de innovación , gestión de los recursos y generación de ideas : prácticas para gestionar la innovación en empresas Strategy and culture of innovation , resources. *Pensamiento Y Gestion*, 36, 109–135.
- Goyzueta R. Samuel I. (2011). Segmentación de la red social facebook : una oportunidad para la empresa Segmentation of facebook social network : an opportunity for the company. *PERPECTIVAS*, 28, 33–61.
- Guevara Iris. (2013). Educación superior e investigación para la competitividad productiva internacional. *Problemas Del Desarrollo*, 44(172), 145–156.
- Hernández M Sabino. (2005). LA SINDICALIZACIÓN OBRERA EN EL ECUADOR. *Revista Latinoamericana Del Derecho Social*, 1, 141–144.
- Kato Enrique. (2005). Kato Vidal Enrique Leonardo \*\* Resumen Entre las actividades centrales en las empresas está la de generar eficiencia , que permita usufructuar ( explotar ) el conjunto de conocimientos y capacidades de sus organizaciones , y también la de explotar oportun. *Economía Y Social*, 16, 85–98.
- Martinez Carlos, Soto Manuel, Magaña Jose, Licon Lorena, K. C. (2015). Estudio Tecnico del proyecto tomato-mix, *Revista Mexicana de Agronegocios*, 36, 1275–1285.
- Medina Alex. (2005). Causas de la internacionalización de la empresa. *Análisis Económico*, 45, 49–62.
- Morejon Yolanda. (2016). Los Estudios De Mercado Y Perfiles De Sector Como. *Relatos de Pesquisa*, 9, 143–151.

- Paladines Fanny, Yaguache Jenny, A. V. (2015). Gestión de la comunicación estratégica en las organizaciones: enfoque ecuatoriano e internacional. *Razon Y Palabra*, 19, 1–32.
- Paramo Dagoberto. (2011). *Cultura de Negocios*. Pensamiento Y Gestion, 30, vii–xiv.
- PRO ECUADOR. (2015a). *Cadenas de Distribucion de Banana en Rotterdam*. Instituto For Export and Investment Promotion, (octubre 2015), 1–5.
- PRO ECUADOR. (2015b). *PLATANO ANALISIS SECTORIAL*. Instituto For Export and Investment Promotion.
- PRO ECUADOR. (2016a). *Banana 2016. Analisis Sectorial Banana*.
- PRO ECUADOR. (2016b). *Cadenas de Distribucion de Banana en Rotterdam*. Instituto For Export and Investment Promotion, (Marzo 2016), 1–5.
- República del Ecuador. (2011). *Ley Organica De Economia Popular Y Solidaria Del Sistema Financiero*. República Del Ecuador, 1–39.
- Rincon Haydee. (2001). *Calidad , Productividad y Costos : Análisis de Relaciones entre estos Tres Conceptos \* Quality , Productivity and Costs : Relationship Analysis among these Three Concepts*. *Actualidad Contable Faces*, 4(4), 49–61.
- Ronderos Carlos. (2010). *INVERSION EXTRANJERA Y COMPETITIVIDAD . Globalización, Competitividad Y Gobernabilidad de Georgetown/Universia*, 4(2). <http://doi.org/10.3232/GCG.2010.V4.N2.05>
- Sarquis David. (2012). *LAS RELACIONES INTERNACIONALES EN LA HISTORIA: ¿DESDE CUÁNDO EXISTE EL FENÓMENO INTERNACIONAL?* *Razon Y Palabra*, 17, 79.
- SENPLADES. (2013). *Plan Nacional Buen Vivir 2013-2017*. Secretaría Nacional de Planificación Y Desarrollo.
- Trejo, Karina, S. C. (2011). *El registro de marcas como plataforma para el crecimiento de una empresa*. *El Cotidiano*, (165), 107–114.
- Baena Ernesto. (2003). *El entorno empresarial y la teoría de las cinco fuerzas competitivas*. *Scientia et Technica*, (23), 61–66.
- Valencia German, Loaiza Alderid, J. S. (2012). *Negociar la paz: una síntesis de los*

estudios sobre la resolución negociada de conflictos armados internos. *Estudios Políticos*, 40, 149–174.

### Cuadro No 1

#### COMPOSICION QUIMICA

Componente	Porcentaje
Humedad	10%
Proteínas	3%
Grasas	0.7 %
Cenizas	2.30%
Carbohidratos	84,0 %

Elaborado por: La Autora

**Cuadro N°3**  
**Estructura de Costos**

<b>Materia Prima</b>	211.013,81
<b>Mano de Obra</b>	113.440,50
<b>Costos Indirectos</b>	120.852,50
<b>Costos de Producción</b>	445.306,81
<b>Gastos Operativos(GV+GA+GF)</b>	153.574,24
<b>Gastos de Exportación</b>	11.224,08
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>	610.105,13

Elaborado por: La Autora

**Cuadro No 5**  
**Préstamo Bancario**

Tasa de Interés anual	11%
Plazo del préstamo	5 años
Préstamo Solicitado	250.000, 00
Valor de Cuota Anual	65.227,27
Valor de cuota mensual	5.435,61
Total a pagar del préstamo	326.136,35

Elaborado por: La Autora

**Cuadro N° 6**  
**Estado de Situación Inicial**  
**En dólares**

<b>ACTIVO</b>	
Caja	319.520,13
Terreno	36.000,00
Edificio	30.000,00
Maquinaria y Equipos	15.447,00
Muebles y Enseres	5.960,72
Equipo de Oficina	6.270,00
Equipo de Computo	2.475,00
Vehículo	60.000,00
Laboratorios	2.000,00
Diferidos	12.418,98
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>490.121,83</b>
<b>PASIVOS</b>	
Prestamos de la CFN	250.000,00
<b>TOTAL DE PASIVOS</b>	<b>250.000,00</b>
<b>PATRIMONIO</b>	
Capital Social	240.121,83
<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>	<b>240.121,83</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>490.121,83</b>

Elaborado por: La Autora.

### Cuadro N°7

<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>					
En dólares					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>					
<b>VENTA</b>	1.006.020,00	1.036.200,60	1.067.286,62	1.067.286,62	1.067.286,62
<b>TOTAL INGRESOS</b>	1.325.540,13	1.597.309,37	1.885.647,98	2.158.929,74	2.427.095,71
<b>EGRESOS</b>					
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	445.306,81	449.527,08	453.831,77	457.947,54	462.426,13
<b>Materia Prima Directa</b>	211.013,81	215.234,09	219.538,77	223.929,55	228.408,14
<b>Mano de Obra Directa</b>	113.440,50	113.440,50	113.440,50	113.440,50	113.440,50
<b>Costos Indirectos de Producción</b>	120.852,50	120.852,50	120.852,50	120.577,50	120.577,50
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTA</b>	560.713,19	586.673,52	613.454,85	609.339,08	604.860,49
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	164.798,32	160.205,59	155.081,40	148.814,24	142.435,49
<b>Gastos Administrativos</b>	86.157,34	86.157,34	86.157,34	85.882,34	85.882,34
<b>Gastos de Venta</b>	41.878,32	41.878,32	41.878,32	41.603,32	41.603,32
<b>Gastos de Exportación</b>	11.224,08	11.224,08	11.224,08	11.224,08	11.224,08
<b>GASTOS NO OPERACIONALES</b>					
<b>Intereses CFN</b>	25.538,58	20.945,85	15.821,66	10.104,50	3.725,76
<b>UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN TRABAJADORES</b>	395.914,87	426.467,93	458.373,46	460.524,84	462.424,99
<b>- 15% Participación de Trabajadores</b>	59.387,23	63.970,19	68.756,02	69.078,73	69.363,75
<b>UTILIDAD ANTES IMPUESTO A LA RENTA</b>	336.527,64	362.497,74	389.617,44	391.446,11	393.061,24
<b>- 25% Impuesto a la Renta</b>	74.036,08	79.749,50	85.715,84	86.118,15	86.473,47
<b>TOTAL EGRESOS</b>	743.528,44	753.452,37	763.385,02	761.958,65	760.698,85
<b>UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO</b>	262.491,56	282.748,23	303.901,60	305.327,97	306.587,77
<b>Saldo Inicial</b>	319.520,13	561.108,77	818.361,36	1.091.643,12	1.359.809,09
<b>+ DEPRECIACIONES</b>	17.295,77	17.295,77	17.295,77	16.470,77	16.470,77
<b>+ AMORTIZACIONES</b>	1.490,00	1.490,00	1.490,00	1.490,00	1.490,00
<b>- ABONO A PRESTAMO CFN</b>	39.688,69	44.281,42	49.405,61	55.122,77	61.501,51
<b>SALDO FINAL</b>	561.108,77	818.361,36	1.091.643,12	1.359.809,09	1.622.856,12

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 8

<b>ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO</b>					
<b>En dólares</b>					
		215234,089 1	219538,770 8		
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>VENTA</b>	1.006.020,0 0	1.036.200,6 0	1.067.286,6 2	1.067.286,6 2	1.067.286,6 2
<b>COSTOS E PRODUCCIÓN</b>	445.306,81	449.527,08	453.831,77	457.947,54	462.426,13
<b>Materia Prima Directa</b>	211.013,81	215.234,09	219.538,77	223.929,55	228.408,14
<b>Mano de Obra Directa</b>	113.440,50	113.440,50	113.440,50	113.440,50	113.440,50
<b>Costos Indirectos de Producción</b>	120.852,50	120.852,50	120.852,50	120.577,50	120.577,50
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTA</b>	560.713,19	586.673,52	613.454,85	609.339,08	604.860,49
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	164.798,32	160.205,59	155.081,40	148.814,24	142.435,49
<b>Gastos Administrativos</b>	86.157,34	86.157,34	86.157,34	85.882,34	85.882,34
<b>Gastos de Venta</b>	41.878,32	41.878,32	41.878,32	41.603,32	41.603,32
<b>Gastos de Exportación</b>	11.224,08	11.224,08	11.224,08	11.224,08	11.224,08
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
<b>Intereses CFN</b>	25.538,58	20.945,85	15.821,66	10.104,50	3.725,76
<b>UTILIDAD ANTES 15% P. T.</b>	395.914,87	426.467,93	458.373,46	460.524,84	462.424,99
<b>- 15% Participación de Trabajadores</b>	59.387,23	63.970,19	68.756,02	69.078,73	69.363,75
<b>UTILIDAD ANTES IMPUESTO A LA RENTA</b>	336.527,64	362.497,74	389.617,44	391.446,11	393.061,24
<b>- 22% Impuesto a la Renta</b>	74.036,08	79.749,50	85.715,84	86.118,15	86.473,47
<b>UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO</b>	262.491,56	282.748,23	303.901,60	305.327,97	306.587,77
<b>EGRESOS</b>	743.528,44	753.452,37	763.385,02	761.958,65	760.698,85

Elaborado por: La Autora

**Cuadro No 9- VALOR ACTUAL NETO (VAN), TASA INTERNA DE RETORNO (TIR), RELACIÓN BENEFICIO COSTO (R B/C)**  
**En Dólares**

AÑOS	INGRESO	EGRESO	BENEFICIOS	DEPRECIACIONES	AMORTIZACIONES	FINANCIAMIENTOS	FLUJO DE FONDOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS	FLUJO DE FONDOS ACTUALIZADOS
0		490.121,83	-490.121,83				-490.121,83	0,00	490.121,83	-490.121,83
1	1.006.020,00	743.528,44	262.491,56	17.295,77	1.490,00	39.688,69	241.588,64	922.954,13	701.313,17	221.640,96
2	1.036.200,60	753.452,37	282.748,23	17.295,77	1.490,00	44.281,42	257.252,59	872.149,31	655.624,96	216.524,36
3	1.067.286,62	763.385,02	303.901,60	17.295,77	1.490,00	49.405,61	273.281,76	824.141,09	613.117,43	211.023,66
4	1.067.286,62	761.958,65	305.327,97	16.470,77	1.490,00	55.122,77	268.165,97	756.092,75	566.117,21	189.975,53
5	1.067.286,62	760.698,85	306.587,77	16.470,77	1.490,00	61.501,51	263.047,03	693.663,07	522.700,55	170.962,52
							<b>813.214,17</b>	<b>4.069.000,36</b>	<b>3.548.995,15</b>	<b>520.005,20</b>
<b>9%</b>										

43,7609857497  
%

$$VAN = \sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS} - \sum \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}$$

4.069.000,3

$$VAN = 6$$

$$VAN = 520.005,20$$

$$RB/C = \frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\sum \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

4.069.000,3

6

$$RB/C =$$

3.548.995,1

5

$$RB/C = 1,15$$

**TIR = 43,7609857496518%**

**Cuadro No 10.-**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO**  
**En dólares**

RUBROS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES
Materia Prima Directa		211.013,81	211.013,81
Mano de Obra Directa	113.440,50		113.440,50
Costos Indirectos de Producción	57.774,19	63.078,31	120.852,50
Gastos Administrativos	86.157,34		86.157,34
Gastos de Venta	34.824,09	7.054,23	41.878,32
Gastos de Exportación		11.224,08	11.224,08
Gastos Financieros		25.538,58	25.538,58
	292.196,12	317.909,01	610.105,13

610.105,13

**CÁLCULO PUNTO DE EQUILIBRIO**

$$Pe(y) = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{y}}$$

CF= COSTOS FIJOS  
CV= COSTOS VARIABLES  
Y= VENTA

$$Pe(x) = \frac{Pe(y)}{y}$$

$$Pe(y) = \frac{292.196,12}{1 - \frac{317.909,01}{1.006.020,00}} =$$

$$Pe(y) = 427.191,46$$

$$Pe(x) = \frac{427.191,46}{1.006.020,00} =$$

$$Pe(x) = 42,4635158500402\%$$

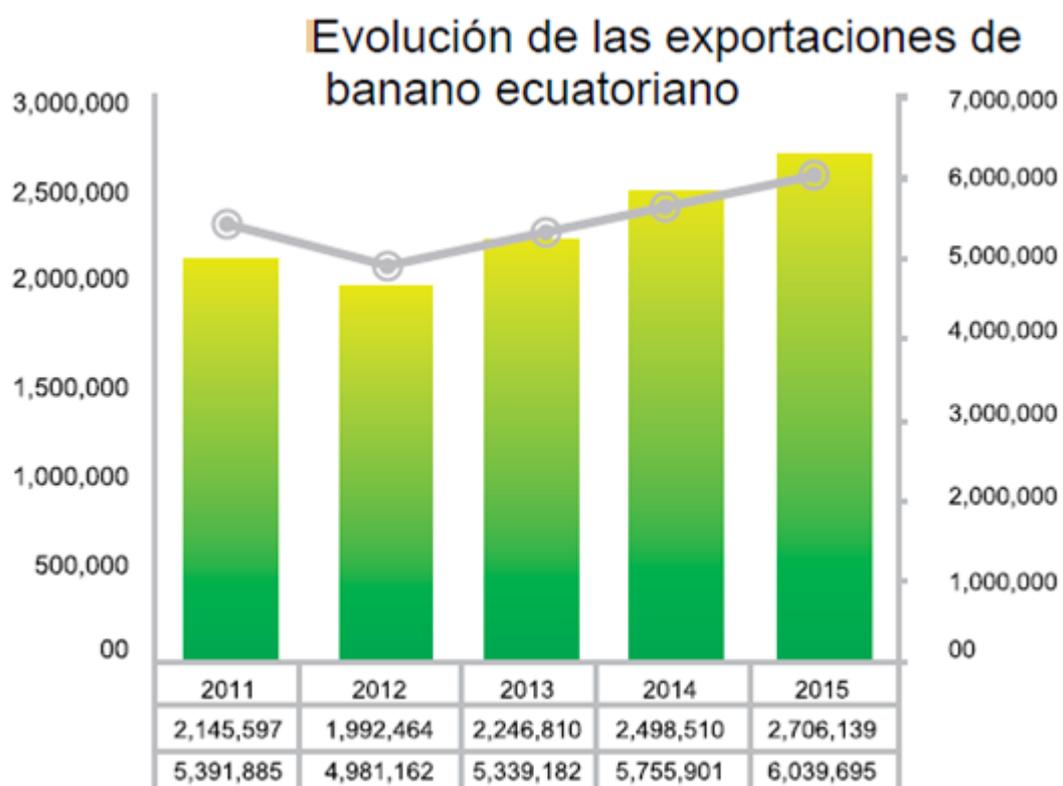
## Cuadro No 11

## Rol de Pagos

Nº	CARGO	CANT.	BENEFICIOS SOCIALES						TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
			S.B.S.	XIII	XIV	VACAC.	FONDO DE	APORTE			
							RESERVA	PATRONAL, IECE, SECAP			
	<b>DPTO. DE ADMINISTRACIÓN</b>										
1	Gerente	1	2.000,00	166,67	26,50	83,33	166,67	243,00	686,17	2.686,17	32.234,00
2	Contador	1	900,00	75,00	26,50	37,50	75,00	109,35	323,35	1.223,35	14.680,20
3	Auxiliar Contable	1	500,00	41,67	26,50	20,83	41,67	60,75	191,42	691,42	8.297,00
4	Secretaria	1	480,00	40,00	26,50	20,00	40,00	58,32	184,82	664,82	7.977,84
5	Chofer	1	500,00	41,67	26,50	20,83	41,67	60,75	191,42	691,42	8.297,00
	<b>Subtotal Administración</b>	5									<b>71.486,04</b>
	<b>DPTO. DE PRODUCCIÓN</b>										
	<i>Mano de Obra Directa</i>										
6	Peladores	3	400,00	33,33	26,50	16,67	33,33	48,60	158,43	558,43	20.103,60
7	Picadores	3	400,00	33,33	26,50	16,67	33,33	48,60	158,43	558,43	20.103,60
8	Pesaje	3	400,00	33,33	26,50	16,67	33,33	48,60	158,43	558,43	20.103,60
9	Maquina de licuado	3	450,00	37,50	26,50	18,75	37,50	54,68	174,93	624,93	22.497,30
11	Control de coccion	3	450,00	37,50	26,50	18,75	37,50	54,68	174,93	624,93	22.497,30
12	envasado empacado	3	450,00	37,50	26,50	18,75	37,50	54,68	174,93	624,93	22.497,30
	<b>Subtotal M.O.D.</b>	18		<b>212,50</b>						3.178,58	<b>127.802,70</b>
	<i>Mano de Obra Indirecta</i>										
13	Jefe de Producción	1	800,00	66,67	26,50	33,33	66,67	97,20	290,37	1.090,37	13.084,40
14	Auxiliar de Costos	1	400,00	33,33	26,50	16,67	33,33	48,60	158,43	558,43	6.701,20
15	Bodeguero	1	400,00	33,33	26,50	16,67	33,33	48,60	158,43	558,43	6.701,20
16	Chofer	1	500,00	41,67	26,50	20,83	41,67	60,75	191,42	691,42	8.297,00
	<b>Subtotal M.O.I.</b>	4							2.898,65		<b>34.783,80</b>
	<b>DPTO. DE VENTAS</b>										
17	Jefe de Com. Ext	1	700,00	58,33	26,50	29,17	58,33	85,05	257,38	957,38	11.488,60
18	Secretaria	1	500,00	41,67	26,50	20,83	41,67	60,75	191,42	691,42	8.297,00
19	Asistente de Com. Ext	1	500,00	41,67	26,50	20,83	41,67	60,75	191,42	691,42	8.297,00
	<b>Subtotal Ventas</b>	3							2.340,22		<b>28.082,60</b>
	<b>TOTAL</b>	30									<b>262.155,14</b>

Elaborado por: La Autora

**Grafico 4.**

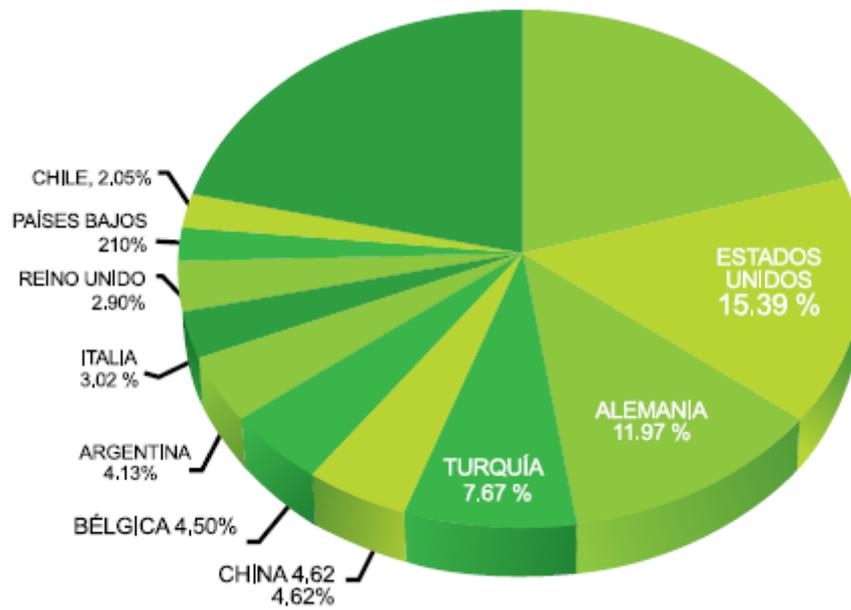


Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

Elaborado por: La Autora

## Grafico No 5

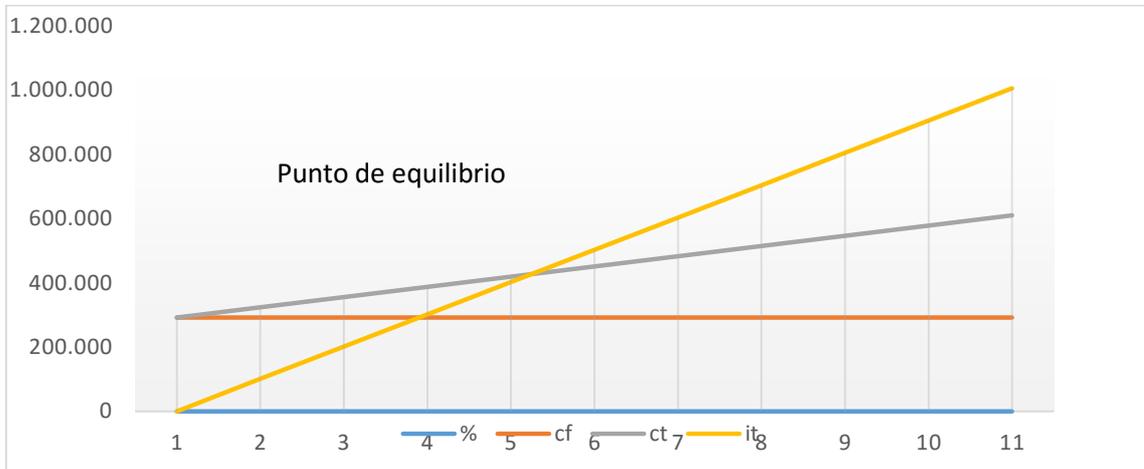
### Principales destinos de las exportaciones de banano ecuatoriano



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

Elaborado por: La Autora

**Grafico N°6**  
**Punto de Equilibrio**



Elaborado por: La Autora

## Grafico No 7

### Exportacion de Banano fresco a Holanda 2015

Existing and potential trade between Ecuador and Netherlands in 2015

Product: 0803 Bananas, incl. plantains, fresh or dried

Sources: ITC calculations based on [UN COMTRADE](#) statistics.

Ecuador's exports have been reported by Ecuador

Netherlands's imports have been reported by Netherlands

Product Code	Product Label	Ecuador's exports to Netherlands				Netherlands's imports from world			Ecuador's exports to world			Indicative potential trade, USD thousand
		Value in 2015, USD thousand	Annual growth in value between 2011-2015, %, p.a.	Share in Ecuador's exports, %	Equivalent ad valorem tariff applied by Netherlands to Ecuador	Value in 2015, USD thousand	Annual growth in value between 2011-2015, %, p.a.	Share in world imports, %	Value in 2015, USD thousand	Annual growth in value between 2011-2015, %, p.a.	Share in world exports, %	
080390	Fresh or dried bananas (excluding plantains)	59,345	5	2.2	7.9	259,597	11	2	2,731,333	7	27.3	200,252
080310	Fresh or dried plantains	6,611	38	7.5	0	64,358	-7	8.1	88,720	5	14.7	57,747

FUENTE: TRADEMAP

Elaborado por: La Autora

## Grafico No 8

### Exportacion de Banano a Holanda 2013-2014-2015

#### Bilateral trade between Ecuador and Netherlands

Product: 080390 Fresh or dried bananas (excluding plantains)

Sources: ITC calculations based on [Central Bank of Ecuador](#) statistics since January, 2005.

ITC calculations based on [Latin American Integration Association \(LAIA\)](#) statistics until January, 2005.

Unit : US Dollar thousand

Product code	Product label	Ecuador's exports to Netherlands			Netherlands's imports from world			Ecuador's exports to world		
		Value in 2013	Value in 2014	Value in 2015	Value in 2013	Value in 2014	Value in 2015	Value in 2013	Value in 2014	Value in 2015
080390	Fresh or dried bananas (excluding plantains)	67,272	61,104	59,345	208,205	250,487	259,597	2,248,951	2,523,365	2,731,333

Fuente: TRADEMAP

Elaborado por: La Autora