



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN
COMERCIO EXTERIOR

TEMA

DISEÑO DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE HARINA DE PLÁTANO
DIRIGIDO AL CENTRO DE TRANSFORMACIÓN DE ALIMENTOS
“NATUPAL” DE LA COMUNIDAD SAN MIGUEL DE PALO LARGO -
MANABÍ

Tutor

MSC. Armando Alfredo Medina González

Autora

Pazmiño Tenecela Marielena de los Ángeles

Guayaquil, 2016



REPOSITORIO



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO Y SUBTÍTULO: DISEÑO DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE HARINA DE PLÁTANO DIRIGIDO AL CENTRO DE TRANSFORMACIÓN DE ALIMENTOS "NATUPAL" DE LA COMUNIDAD SAN MIGUEL DE PALO LARGO – MANABÍ		
AUTOR/ES: PAZMIÑO TENECELA MARIELENA DE LOS ÁNGELES	REVISORES: MSC. ARMANDO ALFREDO MEDINA GONZÁLEZ	
INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL	FACULTAD: ADMINISTRACIÓN	
CARRERA: COMERCIO EXTERIOR		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	N. DE PAGS: 106	
ÁREAS TEMÁTICAS:		
PALABRAS CLAVE: Harina de plátano, sustituto, saludable, exportación, comunidad		
<p>RESUMEN: El presente trabajo de Titulación, es un proyecto que nace de la necesidad que tienen los productores de la comunidad San Miguel de Palo Largo, para el desarrollo económico y social de sus habitantes, la propuesta del plan de exportación es por la calidad de su producto y las bondades en el consumo del ser humano en cualquier edad, especialmente las personas mayores y niños, además que es un producto sustituto de harinas tradicionales, sus usos son múltiples y esta a su vez no tiene gluten, siendo una excelente alternativa para las personas celíacas.</p> <p>Manabí, la provincia donde está enfocada la investigación, posee una tierra fértil de abundante producción, obteniendo muy buenas cosechas, y dada la tendencia exterior por el consumo de productos naturales y saludables, da la pauta para iniciar una exportación, con la intención de tener acogida y aprobación.</p>		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTORES/ES: Marielena de los Ángeles Pazmiño Tenecela	Teléfono: 0994962452	E-mail: mpazminot@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	MSC. ROSA HINOJOSA DE LEIMBERG, DECANA Teléfono: 2596500 EXT. 201 DECANATO E-mail: rhinojosal@ulvr.edu.ec ING. JÉSSICA AROCA CLAVIJO MAE Teléfono: 2596500 EXT. 264 DIRECTORA E-mail: jarocac@ulvr.edu.ec	

Quito: Av. Whymper E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/ 1; y en la Av. 9 de octubre 624 y carrión, Edificio Prometeo, teléfonos 2569898/ 9. Fax: (593 2) 2509054

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

La estudiante egresada **MARIELENA DE LOS ÁNGELES PAZMIÑO TENECELA**, declara bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a la suscrita y se responsabiliza con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cede sus derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica **VICENTE ROCAFUERTE** de Guayaquil, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de elaborar el **DISEÑO DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE HARINA DE PLÁTANO DIRIGIDO AL CENTRO DE TRANSFORMACIÓN DE ALIMENTOS “NATUPAL” DE LA COMUNIDAD SAN MIGUEL DE PALO LARGO - MANABÍ**

Autora:

MARIELENA DE LOS ÁNGELES PAZMIÑO TENECELA

C.I. 0929252294

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor(a) del Proyecto de **DISEÑO DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE HARINA DE PLÁTANO DIRIGIDO AL CENTRO DE TRANSFORMACIÓN DE ALIMENTOS “NATUPAL” DE LA COMUNIDAD SAN MIGUEL DE PALO LARGO - MANABÍ**, nombrado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica **VICENTE ROCAFUERTE** de Guayaquil.

CERTIFICO:

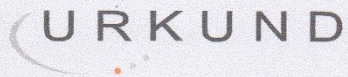
Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: ***“DISEÑO DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE HARINA DE PLÁTANO DIRIGIDO AL CENTRO DE TRANSFORMACIÓN DE ALIMENTOS “NATUPAL” DE LA COMUNIDAD SAN MIGUEL DE PALO LARGO – MANABÍ”***, presentado por los estudiantes **MARIELENA DE LOS ÁNGELES PAZMIÑO TENECELA** como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de **INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR**, encontrándose apto para su sustentación.

Firma: _____

MSC. ARMANDO ALFREDO MEDINA GONZÁLEZ

C.I. 0903609840

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: Titulación revisión 2.docx (D23180511)
Submitted: 2016-11-10 01:04:00
Submitted By: amedinag@ulvr.edu.ec
Significance: 5 %

Sources included in the report:

MARCO TEORICO DE TESIS.docx (D13019698)
TRABAJO DE GRADO.docx (D21442080)
2 encabezado.docx (D22384183)
POLITICA DE SOBERANIA ALIMENTARIA fin.docx (D15059292)
TESIS 14-07-16.docx (D21106491)
CARTAS DE CREDITO STAND BY 22-07-16.docx (D21194352)
capitulo 1-2-3 tesis ovr.odt (D14964794)
Tesis Proaño.docx (D17075781)
http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5299465&fecha=20/05/2013&print=true
<http://www.manubordera.com/david-ricardo-y-la-ventaja-comparativa/>
<http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-arancelarias/>

Instances where selected sources appear:

27

Agradecimiento

Agradezco a Dios por darme fuerzas y permitirme alcanzar este logro, a mis padres por darme vida y estar conmigo siempre apoyándome incondicionalmente en todo lo que hago, a mis hermanos por poder contar siempre con su ayuda.

A la amable gente del cantón San Miguel de Palo Largo por su gentil colaboración, a mis amigos, y a todas aquellas personas que de una manera u otra colaboraron a la realización de este trabajo, quiero hacer extensivo mi profundo agradecimiento.

Dedicatoria

Este trabajo se lo dedico a Dios por darme a mi amada familia que me da su ayuda siempre, mis padres y hermanos que cada día me dan el aliento para avanzar.

A mis queridos amigos, que gracias a su apoyo incondicional fue posible la culminación de este trabajo.

Índice General

PORTADA	i
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	I
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES	II
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	III
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO	IV
Agradecimiento	V
Dedicatoria.....	VI
Índice General	VII
Índice de Tablas	X
Índice de Figuras	XI
Índice de Anexos.....	XI
Resumen.....	XII
Introducción	1
Capítulo I Diseño de la Investigación.....	2
1. Tema	2
1.1 Planteamiento del Problema.....	2
1.1.1 Formulación del Problema	3
1.1.2 Sistematización del Problema	3
1.2 Objetivos de la investigación	3
1.2.1 Objetivo general.....	3
1.2.2 Objetivos específicos	3
1.3 Justificación de la Investigación	4
1.4 Delimitación o alcance de la Investigación.....	5
1.4.1 Delimitación.....	5
1.4.2 Alcance	5
1.4.3 Limitación.....	6
1.5 Hipótesis de la Investigación.....	6
1.5.1 Hipótesis General.....	6
1.5.2 Variable Dependiente.....	6
1.5.3 Variable Independiente	6
Capítulo II Marco Teórico.....	7
2.1. Marco referencial	7

2.1.1	Antecedentes.....	7
2.1.2	Estadísticas de productos de Musáceas en el Ecuador	8
2.1.3	Mercados potenciales para Ecuador	9
2.2.	Bases Teóricas	10
2.2.1	Situación actual del Comercio Internacional en el Mundo.....	10
2.2.1.1	Importancia del comercio internacional.....	11
2.2.1.2	Principales países importadores de procesados de musáceas.	12
2.2.1.3	Principales países exportadores de procesados de musáceas.....	12
2.2.2	Situación actual del comercio en el Ecuador	13
2.2.2.1	Situación de los productos Petroleros y no Petroleros del Ecuador.....	14
2.2.2.2	Situación de los Productos Tradicionales y no Tradicionales del Ecuador	14
2.2.2.4	Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones	14
2.2.3	Plan estratégico de exportación.	15
2.2.3.1	Barreras arancelarias y no arancelarias.....	16
2.2.3.2	Incoterms.....	16
2.2.3.3	Documentos de exportación.....	20
2.2.3.4	Mercado de destino	20
2.2.4	Logística	21
2.2.4.1	Importancia de la cadena logística internacional	21
2.2.4.2	Logística de distribución.....	22
2.2.4.3	Logística de aprovisionamiento	22
2.2.4.4	Envase, Empaque y Embalaje.....	23
2.2.5	Transporte Internacional.....	25
2.2.6	Medios de Pago	26
2.2.7	Teorías del Comercio Internacional	28
2.2.7.1	Adam Smith La Ventaja Absoluta	28
2.2.7.2	El liberalismo económico Heckscher-Ohlin	28
2.2.7.3	La Ventaja Comparativa David Ricardo.....	29
2.3.	Marco Conceptual.....	29
2.4.	Marco Legal.....	31
Capítulo III Metodología de la Investigación.....		34
3.1.	Tipos de Investigación	34
3.1.1	Investigación Exploratoria.....	34

3.1.2	Investigación Descriptiva	34
3.2.	Enfoque de la Investigación.....	34
3.3.	Técnicas de Investigación	34
3.3.1	Población	35
3.4.	Procesamiento de datos.....	36
3.4.1	Encuesta a personal	36
3.4.2	Entrevistas a directivos.....	47
Capítulo IV	La Propuesta	54
4.	La Propuesta	54
4.1	Justificación.....	54
4.2	Objetivos	55
4.2.1	Objetivo de la Propuesta	55
4.2.2	Objetivos específicos de la Propuesta.....	55
4.3	Desarrollo de la Propuesta.....	55
4.3.1	La Comunidad.....	55
4.3.1.1	Localización de la Comunidad.....	56
4.3.2	Viabilidad del proyecto.....	57
4.3.2.1	Análisis FODA NATUPAL	57
4.3.2.2	Producto Sustituto	58
4.3.3	Descripción del Producto.....	58
4.3.3.1	Aportes nutricionales y Beneficios en el ser humano	59
4.3.3.2.	Partida Arancelaria.....	60
4.3.4	Proceso productivo.....	61
4.3.4.1	Descripción del proceso productivo.....	62
4.3.5	Mercado potencial de destino	64
4.3.6	Proceso de exportación	68
4.3.6.1	Requerimientos para la exportación.....	69
4.3.6.2	Requerimientos del país de destino.....	70
4.3.7	Análisis Financiero de la Exportación	74
Conclusiones.....		81
Recomendaciones		82
Bibliografía.....		83

Índice de Tablas

Tabla 1	Exportación de harina año 2011 al 2015, millones de dólares - FOB	8
Tabla 2	Principales destinos de exportaciones no Petroleras – miles USD FOB 2015	10
Tabla 3	Principales importadores de procesados de musácea - miles USD FOB-2015.....	12
Tabla 4	Principales países exportadores - miles USD FOB-2015.....	13
Tabla 5	Resultado condición de los suelos en San Miguel de Palo Largo	36
Tabla 6	Resultado conocimiento de procesos	37
Tabla 7	Resultado Organizaciones que fomentan la comercialización	38
Tabla 8	Resultado Obstáculos para la exportación	39
Tabla 9	Resultado Conocimiento sobre empresas locales	40
Tabla 10	Resultado Conocimiento de la forma adecuada de exportación	41
Tabla 11	Resultado Conocimiento de los principales países que importan.....	42
Tabla 12	Resultado Aceptación en el mercado internacional	43
Tabla 13	Resultado Aspectos que debería conocer el mercado internacional del producto	44
Tabla 14	Resultado Disposición al cambio.....	45
Tabla 15	FODA NATUPAL	57
Tabla 16	Información Nutricional - Harina de plátano	60
Tabla 17	Partida Arancelaria Harina de plátano	60
Tabla 18	Principales mercados potenciales	65
Tabla 19	Proveedores de Harina de Plátano en USA.....	67
Tabla 20	Arancel en Estados Unidos.....	70
Tabla 21	Costos Fijos	74
Tabla 22	Presupuesto Proyectado de Costos Fijos.....	74
Tabla 23	Costos Variables	75
Tabla 24	Presupuesto proyectado de Costos Variables.....	75
Tabla 25	Presupuesto Proyectado por Gastos Comerciales.	75
Tabla 26	Gastos Administrativos	76
Tabla 27	Gastos Administrativos Proyectados	76
Tabla 28	Unidades Presupuestadas.....	76
Tabla 29	Ingresos por Ventas Proyectados.....	76
Tabla 30	Cálculo del Punto de Equilibrio.....	77
Tabla 31	Estado de Resultado Integral	78
Tabla 32	Flujo de Caja Proyectado.....	79
Tabla 33	TIR, VAN y Payback	80

Índice de Figuras

Figura 1 Aumento de exportación año 2011 al 2015, millones de dólares - FOB.	9
Figura 2 INCOTERMS 2010	19
Figura 3 Condición de los suelos de San Miguel de Palo Largo.....	37
Figura 4 Conocimiento de Procesos	38
Figura 5 Organizaciones que fomentan la exportación.....	39
Figura 6 Obstáculos para la exportación	40
Figura 7 Conocimiento sobre empresas locales.....	41
Figura 8 Conocimiento de la forma adecuada de exportación	42
Figura 9 Conocimiento de los principales países que importan la harina de plátano	43
Figura 10 Aceptación en el mercado internacional.....	44
Figura 11 Aspectos que debería conocer el mercado internacional del producto	45
Figura 12 Disposición al cambio	46
Figura 13 NATUPAL San Miguel de Palo Largo	56
Figura 14 Flujograma de Producción	61
Figura 15 Máquina de deshidratación	63
Figura 16 Máquina de molienda.....	63
Figura 17 Máquina Tamizadora	64
Figura 18 Codificación para reciclar	71
Figura 19 Incoterm FOB	72
Figura 20 Punto de Equilibrio	77

Índice de Anexos

Anexo 1 Formato de Encuesta	84
Anexo 2 Formato de Entrevista.....	84
Anexo 3 Permiso PPQ 587.....	84
Anexo 4 Permiso PPQ 586.....	84

Resumen

El presente trabajo de Titulación “**Diseño de un plan de exportación de harina de plátano dirigido al Centro de Transformación de Alimentos “NATUPAL” de la comunidad San Miguel de Palo Largo – Manabí**”, es un proyecto que nace de la necesidad que tienen los productores de la comunidad para el desarrollo económico y social de sus habitantes, la propuesta del plan de exportación es por la calidad de su producto y las bondades en el consumo del ser humano en cualquier edad, especialmente las personas mayores y niños, además que es un producto sustituto de harinas tradicionales, sus usos son múltiples y esta a su vez no tiene gluten, siendo una excelente alternativa para las personas celíacas.

Manabí, la provincia donde está enfocada la investigación, posee una tierra fértil de abundante producción, obteniendo muy buenas cosechas, y dada la tendencia exterior por el consumo de productos naturales y saludables, da la pauta para iniciar una exportación, con la intención de tener acogida y aprobación.

Palabras clave

Harina de plátano, sustituto, saludable, exportación, tendencia

Introducción

Ecuador es uno de los principales exportadores de plátano a nivel mundial con experiencia de más de 50 años, dando a Ecuador un reconocimiento de calidad internacional, la provincia de Manabí es una de las que mejor calidad de plátano produce, con la demanda internacional en crecimiento que existe de productos saludables y de fácil consumo, se pretende la internacionalización de la harina de plátano mediante un plan de exportación para los productores de San Miguel de Palo Largo.

La comunidad la comercializa localmente, hay interés de llevar su producto al exterior, pero la poca información acerca del proceso de exportación ha impedido realizar este proceso, por esta razón se ha realizado este proyecto, aportando la información de los principales lineamientos de la exportación.

El objetivo de este proyecto es que los productores en esta comunidad puedan dar el paso a una exportación de su producto, ya que tienen la experiencia en el cultivo y la producción, pero el miedo al riesgo y otros factores no les ha permitido avanzar, y si deciden dar el paso, pueden mejorar el desarrollo ansiado de la comunidad.

Capítulo I Diseño de la Investigación

1. Tema

Diseño de un plan de exportación de harina de plátano dirigido al Centro de Transformación de Alimentos “NATUPAL” de la comunidad San Miguel de Palo Largo - Manabí

1.1 Planteamiento del Problema

En la comunidad de San Miguel de Palo Largo de la Parroquia Ayacucho cantón Santa Ana en la que se realizará el proyecto, se encuentra ubicada en la provincia de Manabí, cuenta con una población aproximada de 140 familias con un total de 700 habitantes, todos los hogares tienen una finca la cual la dedican a la agricultura, su gente vive en una tierra generosa y fértil apta para el desarrollo de plantas y cultivos brindando calidad de productos.

Los habitantes de esta comunidad deben aprovechar las ventajas geográficas que tiene la provincia de Manabí, las innegables condiciones climáticas con las que cuentan, razones por las que la actividad económica más desarrollada es la agricultura y la demanda de aceptación por los productos ecuatorianos en varios países, razones para la designación de este trabajo de titulación, aportando de esta manera al comercio comunitario.

Los habitantes de la comunidad que se dedican a la producción, son principalmente mujeres y han tomado iniciativas de autodesarrollo, comenzando por competir en calidad, con la que innegablemente cuentan, precios, las certificaciones necesarias, según las exigencias del mercado asociándose creando una empresa comunitaria. El Centro de Transformación de Alimentos “NATUPAL” en la cual trabajan 24 personas les ha ayudado comercializar su producto, la harina de plátano, solo en el mercado local pero no en el exterior.

Ante estos indicadores se pretende implementar en la comunidad de San Miguel de Palo Largo el diseño de un plan de exportación directa de este producto aprovechando la demanda creciente por productos industrializados y la calidad innegable del país.

Los productores que den inicio a la actividad de exportación deberán demostrar que el producto es uno de los más atractivos del mercado ya que cuentan con la experiencia necesaria, desde el cultivo de la misma hasta que es transformado en producto terminado, esta actividad la realizan orgánicamente y no necesitan químicos para su

elaboración, además constituye un aporte nutricional al consumidor ya que proporciona los nutrientes necesarios para una alimentación sana, natural y orgánica sin tener que recurrir a alimentos de calorías elevadas.

Por lo tanto, se deben determinar las tácticas y estrategias comerciales adecuadas para que el producto sea introducido en mercados exteriores, examinando tanto las falencias y fortalezas del sector productivo como las diversas oportunidades de mercados existentes.

1.1.1 Formulación del Problema

¿Con el diseño de un plan de exportación de harina de plátano dirigido al Centro de Transformación de Alimentos “NATUPAL” de la comunidad San Miguel de Palo Largo se puede obtener la internacionalización del producto?

1.1.2 Sistematización del Problema

- ¿Cuáles son los mercados internacionales que en la actualidad demandan harina de plátano?
- ¿Qué procesos productivos y reglamentarios deben cumplir las iniciativas locales para tener acceso a mercados internacionales?
- ¿Qué estrategia para la exportación de harina de plátano elaborada en Ecuador resultaría más adecuada para el mercado objetivo?

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general

Diseñar un plan de exportación de harina de plátano, mediante la estructuración del proceso productivo y acorde con los requisitos reglamentarios; fomentando el comercio de productos en el Centro de Transformación de Alimentos “NATUPAL”

1.2.2 Objetivos específicos

- Recopilar información suficiente acerca de los mercados internacionales, que demandan harina de plátano en la actualidad.

- ❑ Analizar los procesos productivos y reglamentarios deben cumplir las iniciativas locales, para tener acceso a mercados internacionales.
- ❑ Elaborar una estrategia para la exportación de harina de plátano producida en Ecuador, que resulte adecuada al mercado objetivo.

1.3 Justificación de la Investigación

Según la OMS por mucho tiempo una gran parte del aumento en calorías proviene de los malos hábitos alimenticios a nivel mundial con los productos que son económicamente más accesibles, prácticos y mucho más apetecibles y a la vez altamente procesados, lo que hace que las personas los consuman de una forma excesiva y no se estén alimentando correctamente, esto ha llevado a un aumento de enfermedades como la obesidad, diabetes, problemas de corazón y algunos tipos de cáncer, que podrían evitarse incluyendo en su dieta alimentos adecuados para la nutrición. Es por esto que los estados miembros de la OMS han tomado medidas para detener el crecimiento de estas enfermedades trabajando con sectores que incluyen la agricultura y la producción de alimentos fomentando una mejora en la calidad nutricional alimenticia de las personas, promoviendo el consumo de alimentos naturales. (OMS, 2015)

El inicio de la internacionalización de productos es una condición necesaria en países en vías de desarrollo, y en economías pequeñas se debe competir con las ventajas que se cuenta, y en el país se debe aprovechar la ventaja que tiene los productos ecuatorianos con respecto a productos de países industrializados, algunos han puesto el ejemplo del inicio de competencia en mercados exteriores, como es el caso de Chocolates Pacari, que presenta una producción de exportación dando paso a incentivar la el comercio con productos hechos mediante métodos orgánicos libres de químicos, pesticidas y fertilizantes conservando la alta calidad de fabricarse 100% en Ecuador. (Pacari, 2015)

Actualmente en el Ecuador la demanda de la harina de plátano ha aumentado por ser considerada un sustituto a la harina tradicional y en la comunidad de San Miguel de Palo Largo solo se la comercializa localmente, a los propios productores les interesa llevar su producto a mercados extranjeros haciéndolo de forma adecuada. Por lo tanto, esta es una de las razones por las cuales se realizará este proyecto.

La poca información que tienen los productores sobre las exportaciones que existen si quieren llevar su producto al mercado exterior, no les ha permitido que avancen en su meta de llevar el producto hacia otros mercados, además de los precios injustos con los que quieren comprar su producto.

Mediante este proyecto se busca apoyar uno de los ejes de la matriz productiva que es la diversificación de productos y obtener como resultado una mayor oferta exportable de productos con un valor agregado.

El diseño de este plan tiene la intención de poner en conocimiento para los productores de la comunidad de San Miguel de Palo Largo el proceso que se lleva a cabo para la exportación de una forma adecuada, ayudando al desarrollo que busca el Centro de Transformación de Alimentos “NATUPAL”, y de esta forma la presente investigación contribuya a nueva información para que los productores ecuatorianos interesados en realizar exportaciones similares lo puedan tomar de referencia y aplicarlo.

Se buscará información sobre el diseño de exportación más factible para la comercialización del producto, se realizará una investigación de la región donde se produce el producto, tomando como base datos estadísticos, a través de fuentes confiables que brindan información real.

1.4 Delimitación o alcance de la Investigación

1.4.1 Delimitación

Campo: Comercio Exterior

Área: Sector Agrícola

Período: año 2015 – primer semestre 2016

Marco Espacial: San Miguel de Palo Largo – Manabí

1.4.2 Alcance

La presente investigación será desarrollada para el Centro de Transformación de Alimentos “NATUPAL” en la Comunidad de San Miguel de Palo Largo.

1.4.3 Limitación

La disposición de llevar a cabo el plan de exportación dependerá de la decisión de los interesados. Se propone el mercado de Estados Unidos como sugerencia de exportación.

1.5 Hipótesis de la Investigación

1.5.1 Hipótesis General

Si se diseña un plan de exportación de harina de plátano en la comunidad de San Miguel de Palo Largo se podrá introducir el producto en el mercado exterior.

1.5.2 Variable Dependiente

Introducción del producto, harina de plátano al mercado exterior.

1.5.3 Variable Independiente

Elaboración de un diseño de plan de exportación dirigido a los productores de la comunidad de San Miguel de Palo Largo.

Capítulo II Marco Teórico

2.1. Marco referencial

2.1.1 Antecedentes

El Ecuador ha sido uno de los países en América del Sur que tiene una vasta diversificación en productos alimenticios debido a la fertilidad de la tierra y los diferentes climas que existe, por mucho tiempo las exportaciones de los productos agrícolas procesados han sido una de las fuentes de ingresos para el desarrollo económico una condición necesaria para reducir la pobreza en un país en vías de desarrollo.

Dentro de la nación de Ecuador, existe una variedad de productos de gran representación a escala nacional y también internacional, los cuales crean fuentes para el desarrollo y crecimiento de los habitantes, tales como del sector agrícola y pesquero, los que provienen del sector minero como los metales preciosos o el petróleo; y otros que son usados para la energía, como la solar, la hidráulica o eólica.

Las exportaciones de materia prima se perciben de manera regular, porque ningún país puede ser autosuficiente para no requerir recursos de otras naciones, que ayuden al abastecimiento de los habitantes o faciliten la fabricación de productos terminados. En el territorio ecuatoriano los productos del sector agrícola que se exportan tienen buena aceptación por su sabor y el reconocimiento de su calidad.

En la provincia de Manabí existe mucha variedad de productos agrícolas, entre estas se destaca el producto de la presente investigación, la harina de plátano, producida por los agricultores de la comunidad San Miguel de Palo Largo siendo una iniciativa para emprender permitiéndoles competir en el mercado con un producto de calidad que busca mejorar las condiciones económicas de su comunidad, y que a su vez pretenden internacionalizar aumentando la producción e incentivando el cambio de la matriz productiva. (MAGAP, 2012)

Los habitantes de la comunidad San Miguel de Palo Largo han producido la harina de plátano y la han comercializado en el mercado local en donde ha tenido una buena acogida que incluso han participado en muchas ferias que promueven su comercio, debido a esto en la presente investigación se pretende diseñar un plan de exportación de este

producto teniendo en cuenta los principales factores que influyen a la hora de internacionalizarse, con el fin de contribuir al desarrollo económico de la comunidad.

2.1.2 Estadísticas de productos de Musáceas en el Ecuador

El Ecuador al estar ubicado en la mitad del mundo posee una tierra tropical húmeda que permite producir el plátano de manera constante todo el año, y de este producto al procesarse existen muchos derivados, que están en constante producción intentando darse a conocer en mercados exteriores, por la calidad que Ecuador representa y posee en sus suelos.

La actividad de cultivo de plátano en la provincia de Manabí tiene el 38% de la producción nacional siendo la mayor área para su producción, además las exportaciones totales de este producto son el segundo rubro de mayor exportación en el Ecuador, porque al ser muy apetecible es parte del consumo de muchas personas en los mercados más exigentes. (PROECUADOR, 2015)

La tendencia para la internacionalización de los productos procesados en harina ha reflejado un crecimiento desde el año 2011 al 2015, de acuerdo a los datos que proporciona TradeMap de las exportaciones que se han realizado en el país.

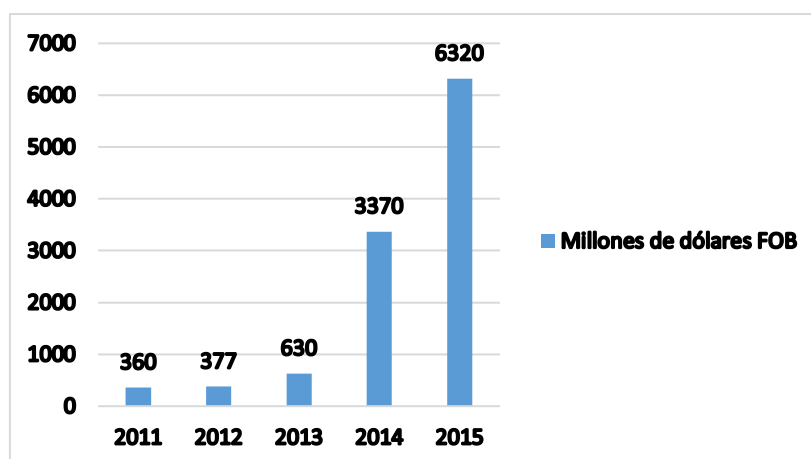
Tabla 1 Exportación de harina año 2011 al 2015, millones de dólares - FOB

Años	Valor	Cantidad(TON)
2011	\$ 360	192
2012	\$ 377	243
2013	\$ 630	302
2014	\$ 3.370	5.174
2015	\$ 6.320	12.735

Fuente: TradeMap
Elaborado por Pazmiño, Marielena

En la tabla se muestran que desde el año 2011 al 2015, Ecuador ha experimentado un crecimiento de sus exportaciones de los productos procesados de musáceas en valor y cantidades.

Figura 1 Aumento de exportación año 2011 al 2015, millones de dólares - FOB.



Fuente: TradeMap
Elaborado por Pazmiño, Marielena

En la figura se muestra el aumento de las exportaciones en Ecuador desde el año 2011 al 2015 de productos procesados de musáceas en millones de dólares.

2.1.3 Mercados potenciales para Ecuador

Los productos procesados de musáceas en Ecuador, tienen un abanico de mercados a los que se pueden destinar, según notificaciones de la página oficial del Banco Central del Ecuador entre los destinos a los que principalmente el país exporta productos no Petroleros en los 3 primeros lugares se encuentran Estados Unidos, Colombia y Vietnam, con una relevante participación de Estados Unidos.

En la presente tabla se aprecia rubros de las exportaciones no petroleras en al año 2015 estimadas en valor FOB, los países de principal destino y su participación.

Tabla 2 Principales destinos de exportaciones no Petroleras – miles USD FOB 2015

PRINCIPALES MERCADOS DE ECUADOR DE LAS EXPORTACIONES NO PETROLERAS- Miles USB FOB 2015		
País	Monto	Participación
Estados Unidos	2,582,579	26.58%
Colombia	656,711	6.76%
Vietnam	605,502	6.23%
Rusia	587,679	6.05%
China	476,005	4.90%
Alemania	457,228	4.71%
España	425,704	4.38%
Países Bajos	364,545	3.75%
Italia	276,936	2.85%
Venezuela	249,773	2.57%
Francia	229,513	2.36%
Perú	213,152	2.19%
Chile	209,840	2.16%
Turquía	188,338	1.94%
Bélgica	184,348	1.90%
Argentina	176,562	1.82%
Japón	157,460	1.62%
Reino Unido	143,364	1.48%
México	126,878	1.31%
Brasil	97,564	1.00%
Demás Países	1,307,648	13.46%
Total	9,717,328	100.00%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por Pazmiño, Marielena

2.2. Bases Teóricas

2.2.1 Situación actual del Comercio Internacional en el Mundo

Según un informe que fue presentado por la OMC se espera que el comercio para este 2016 crezca un 4,0%, el crecimiento del comercio en años recientes no ha sido lo que se ha esperado, ha habido un crecimiento mínimo en el PIB mundial. Entre otros factores que negativamente contribuyen al crecimiento mínimo se señalan las fluctuaciones de divisas, y una apreciación del dólar del 14% entre julio 2014 y marzo 2015.

La caída del precio del crudo también contribuyó al bajo crecimiento económico y llevó al aumento de capacidad adquisitiva de países que son netamente importadores, con lo que habrá de esperarse posibles efectos que se esperan sean positivos, con dichos acontecimientos se prevé que le Comercio Internacional tenga una lenta recuperación,

situación que por ahora se encuentra económicamente muy frágil, pero con esperanzas para este 2016 que se expanda en un 4%.

En años anteriores se indica que las exportaciones que los países en desarrollo crecieron más que los países desarrollados mientras que las importaciones presentan un comportamiento opuesto, pero existe un optimismo para el futuro del comercio de las economías en desarrollo esperando un incremento del 3,2% para sus exportaciones e importaciones y para las economías en desarrollo se espera un aumento del 3,6% en exportaciones y un 2,7% en importaciones. (Portafolio, 2015)

2.2.1.1 Importancia del comercio internacional

La importancia del comercio exterior radica en un buen desempeño a nivel de relaciones internacionales, tanto político, comercial y culturalmente para cualquier nación en el mundo, ya que ninguna puede considerarse autosuficiente y pretender que no necesita de los recursos de ninguna otra, aún las más poderosas economías globales recurren a otras para suplirse de recursos de los cuales no tienen o no producen mediante negociaciones comerciales. La condición única de cada nación hace que el comercio sea posible mediante el intercambio de recursos que se necesita para el desarrollo y vivencia de los habitantes de ellas.

La internacionalización de las industrias de cada país, tiene beneficios para todos los que intervienen que logran la posibilidad de maximizar sus ingresos económicos, cooperación, intercambio de recursos, intercambio cultural, tecnologías, y entre otros aspectos. La importancia del comercio internacional aumenta la riqueza de países y pueblos que se mide a través de indicadores que anualmente generan (PIB).

El comercio internacional permite lograr objetivos universales como las mejoras de la calidad de vida de las personas involucradas, generando trabajo que debe proporcionar una adecuada distribución económica para las naciones. Finalmente, la importancia se puede medir por la cantidad de exportaciones de mercancías y la interdependencia que exista de las economías en el mundo. (Castillo, R., 2013)

2.2.1.2 Principales países importadores de procesados de musáceas.

Tabla 3 Principales importadores de procesados de musácea - miles USD FOB-2015

Países	Miles USD FOB	Participación
Estados Unidos	\$ 3.992	62,8%
Países Bajos	\$ 570	9%
República Dominicana	\$ 487	7,7%
Bélgica	\$ 407	6,4%
España	\$ 341	5,4%
Japón	\$ 242	3,8%
Alemania	\$ 115	1,8%
Reino Unido	\$ 84	1,3%
Australia	\$ 49	0,8%
Jamaica	\$ 27	0,4%
Colombia	\$ 23	0,4%

Fuente: Trade Map
Elaborado por Pazmiño, Marielena

Según la página de Trade Map los cinco principales países que registran importaciones en miles USD FOB son, Estados Unidos con \$3,992, Países Bajos \$570, República Dominicana \$487, Bélgica \$407, España \$341, los cuales abarcan aproximadamente el 80% del mercado a nivel mundial.

2.2.1.3 Principales países exportadores de procesados de musáceas

Según la página de Trade Map los cinco principales países a nivel de América Latina que exportan productos procesados de musáceas son, Chile, Ecuador, Perú, Bolivia y Brasil, presentados en Miles de USD FOB.

En la tabla se observa que Chile es el principal exportador con un \$8,232 FOB 2015, con una tasa de crecimiento en valor en los últimos años equivalentes del 2011 al 2015.

Tabla 4 Principales países exportadores - miles USD FOB-2015

Países	Miles USD FOB 2015	Tasa de crecimiento en valor 2011-2015
Chile	\$ 8,232	22%
Ecuador	\$6356	105%
Perú	\$ 3,898	46%
Bolivia	\$ 660	218%
Brasil	\$ 547	-30%
Colombia	\$ 112	-9%
Costa Rica	\$ 50	-22%
México	\$ 38	-4%

Fuente: Trade Map
Elaborado por Pazmiño, Tenecela

2.2.2 Situación actual del comercio en el Ecuador

La situación actual del comercio en el Ecuador es una triste realidad ya que cada vez bajan las ventas en las exportaciones y la economía empeora, organismos como el Fondo Monetario Internacional prevé que el país tendrá una caída del 2% del PIB, sumando a esto la baja del precio del petróleo, el exorbitante gasto público, el endeudamiento y un año electoral por delante que hacen parecer que la situación al final del 2016 no mejorará. (Rosales, 2016)

Entes como el Banco Central del Ecuador se muestra más optimista sobre el comercio actual en el país el cual prevé que al finalizar el 2016 habrá un crecimiento del 1%, pronósticos que otros organismos no están de acuerdo como la Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL) que otorgan tasas casi del 0%, en sí el futuro económico para el país en este año es similar al del 2015.

La economía nacional va a depender mucho de lo que el comercio del sector privado pueda hacer, ya que hay más crisis en el sector público, debe arriesgarse con sus recursos a largo plazo, invirtiendo y atrayendo la extranjera para tener una mejor circulación en dólares que se necesita, poder otorgar seguridad al menos en las cantidades que urgentemente se necesitan y no tener que recurrir, como hasta ahora se ha hecho, al endeudamiento o usar la liquidez que existe internamente para poder suplir las necesidades económicas. (Sosa, 2016)

2.2.2.1 Situación de los productos Petroleros y no Petroleros del Ecuador

Según la página del Banco Central del Ecuador, las exportaciones petroleras y no petroleras del país en estos últimos años han experimentado un notable descenso, afectando a la economía del país.

La situación de las exportaciones petroleras ha experimentado una disminución desde enero hasta octubre del 2015 del 48.96%, contrastando con el año anterior durante el mismo período. Las exportaciones petroleras y productos petroleros alcanzaron \$5,980 millones desde enero hasta octubre con 18,792 toneladas, representando estas un crecimiento de 4.45% contrastando con el año anterior durante el mismo período.

Las exportaciones no petroleras experimentaron una caída del 5.82% desde enero hasta octubre del 2015. Durante ese mismo período Ecuador exportó \$9,717 millones representando 7,889 miles de toneladas. (PROECUADOR, 2016)

2.2.2.2 Situación de los Productos Tradicionales y no Tradicionales del Ecuador

En el Ecuador los productos tradicionales y no tradicionales han experimentado un desfavorable decrecimiento contrastando el año 2015 y 2014, lo que afecta el equilibrio de la balanza comercial y la economía del país.

Las exportaciones en el país de productos tradicionales en el año 2015 de enero hasta octubre declinó un 0.91% en contraste con el año 2014 durante el mismo período, en tanto las exportaciones de productos no tradicionales declinaron un 10.88%.

Las exportaciones de productos no tradicionales primarios hasta octubre del 2015 declinaron un 12,63% contrastando con el 2014 en el mismo período, en tanto que las exportaciones de productos no tradiciones industrializados declinó un 9,75%. (PROECUADOR, 2016)

2.2.2.4 Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones

El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones parte del Ministerio de Comercio Exterior es el gestor para ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con la finalidad de impulsar la oferta de productos

tradicionales y no tradicionales facilitando la inclusión estratégica en el comercio exterior.

Esta institución cuenta con una extensa red de oficinas nacionales encargadas de ver las necesidades del territorio y mantener un persistente contacto con productores y exportadores y oficinas internacionales orientadas a la investigación, negociación y emprendimiento en mercados que bonifican al país. Además, ofrece capacitaciones gratuitas, participación en ferias internacionales, contactos con comparadores internacionales enfocados en organizar pequeñas empresas para que puedan iniciar su comercio en el exterior. (PROECUADOR, 2015)

2.2.3 Plan estratégico de exportación.

El plan estratégico de exportación es un mecanismo de importancia en el comercio internacional, ya que es la forma de internacionalización para que una empresa promueva sus productos y en la cual se facilita el procedimiento necesario al comienzo de aventurarse en el proyecto, tales como la selección del mercado potencial acorde al producto, acuerdos comerciales, logística, entre otros, y una vez definido lo necesario dar inicio al proyecto.

Cuando se elabora un plan estratégico de exportación hay que analizar qué ventajas competitivas se presentan, la situación del mercado, coordinar recursos para el alcance de los objetivos planteados, incorporando también el factor tiempo por lo que se catalogan los objetivos a corto medio y largo plazo. Las tareas en cada fase deben ser evaluadas localizando fallos para aplicar las correcciones necesarias.

Es muy osado aventurarse sin tener la información adecuada para hacerlo, por lo que se debe elaborar una estrategia de mercado para adquirir conocimiento de la nación que se quiera como el mercado objetivo, en el negocio se efectúa el análisis FODA plasmando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas encontrando ventajas para el alcance de los objetivos.

En el momento de la internacionalización se presenta la toma de decisiones optando por la mejor manera de llevarlas a cabo, y no permitir que se presenten nuevos fallos evaluando constantemente, porque el dominio sobre la información y los métodos son el principal elemento para obtener el éxito en el camino de la internacionalización. (B, s.f.)

2.2.3.1 Barreras arancelarias y no arancelarias.

Las barreras arancelarias son tarifas oficiales que se cobran tanto a importadores como exportadores en las aduanas de cualquier país para proteger la economía de una nación. En cuanto las barreras no arancelarias se apuntan a las disposiciones en el ámbito gubernamental poniendo requisitos para el ingreso de productos o servicios que por lo regular son normas sanitarias o técnicas.

Las barreras arancelarias son tarifas que cobran todos los estados para los importadores y exportadores, en la entrada o salida del territorio nacional, que para el caso de Ecuador ningún producto destinado a la exportación tiene que pagar tarifa alguna al salir del territorio nacional. (PROECUADOR, 2015)

Las barreras no arancelarias son las que se refieren a las disposiciones gubernamentales que obstaculizan el libre ingreso de las mercaderías hacia una nación, poniendo requisitos de ingreso, de las cuales existen las barreras sanitarias, que evitan el ingreso a todo producto que pueda dañar la salud por el posible contenido de agentes nocivos y las barreras técnicas, que son los requisitos para cierto producto por su composición y estructura para la autorización del ingreso a un mercado. (PROECUADOR, 2015)

2.2.3.2 Incoterms

Los Términos Internacionales de Comercio (INCOTERMS 2010) son las reglas regidas por la Cámara de Comercio Internacional, las cuales posibilitan el procedimiento en las negociaciones a nivel internacional, concretando las obligaciones y derechos tanto del comprador como del vendedor determinando el alcance en cada una de las cláusulas que vayan a ser incluidas en el contrato comercial, para la entrega óptima y en los plazos indicados de la mercadería por parte el exportador hasta el importador.

El uso de los Incoterms en su desarrollo ha conllevado a importantes cambios en la forma de realizar negocios a nivel internacional, logrando beneficios como simplificar procesos de los términos contractuales del comercio, dar una definición clara de las responsabilidades entre las partes que participan en la negociación, con su constante uso se ahorra el tiempo y dinero que regularmente antes eran malgastados por la forma inadecuada de interpretar los términos contractuales e incluso barreras en comercio. La clara definición de la transferencia de las responsabilidades, es otra gran ventaja dentro del comercio que ofrece la aplicación de los Incoterms, ya que estos son tan específicos

al momento de determinar el lugar y momento en el cual se transfiere la responsabilidad entre las partes participantes evitando severos malentendidos, evitando lagunas legales, que antes ocasionaban diferencias legislativas, teniendo fuertes complicaciones en los procesos comerciales. Todo esto con el único fin de facilitar un buen intercambio comercial rápido y seguro entre todas las partes involucradas

Según el medio de transporte

- Todo medio de transporte

EXW: Ex Works/ Entrega directa a la salida

El vendedor solo tiene, por su parte, la responsabilidad de colocar la mercadería a disposición del comprador en las bodegas del vendedor con el embalaje adecuado según la logística internacional. Mientras que el comprador debe pagar todos los costos que incurren desde la entrega de la mercadería.

FCA: Free Carrier/ Franco Transportista

El vendedor se encarga de los costos y riesgos del embalaje, gastos de aduana de exportación, y el comprador se encarga de los costos y riesgos del transporte principal, seguro, descarga, gastos de aduana de importación, transporte final.

CPT: Carriage Paid to/ Transporte Pagado Hasta

Por parte del vendedor se asumen los costos y riesgos del embalaje, la entrega de la mercadería al transportista, los gastos de exportación en Aduana, transporte principal, mientras que el comprador debe asumir los costos y riesgos del seguro, transporte de descarga, gastos de importación de Aduana, transporte final.

CIP: Carriage and Insurance Paid to/ Transporte y Seguro Pagado Hasta

El vendedor se encarga de los costos y riesgos del embalaje, la entrega de la mercadería al transportista, los gastos de exportación en Aduana, transporte principal, el seguro de transporte, y el comprador, por su parte, asume los costos y riesgo del transporte de descarga, los gastos de importación de aduana, transporte final.

DAT: Delivered at Terminal/ Entregado en Terminal

La responsabilidad del vendedor es encargarse de los costos y riesgos del embalaje, la entrega de la mercadería al transportista, gastos de Aduana de Exportación, transporte principal, seguro de transporte, aunque no es obligatorio, en cuanto que la responsabilidad del comprador es encargarse de los costos y riesgos del transporte de descarga, gastos de Aduana de Importación, transporte final.

DAP: Delivered at Place/ Entregado en Lugar

El vendedor tiene la obligación de ser responsable de los costos y riesgos del embalaje, la entrega de la mercadería al transportista, los gastos de Aduana de Exportación, transporte principal, seguro de transporte, transporte de descarga, transporte final y el comprador tiene la obligación de ser responsable de los gastos de Aduana de Importación.

DDP: Delivered Duty Paid/ Entregada Derechos Pagados

Por parte del vendedor se asumen los costos y riesgos del embalaje la entrega de la mercadería al transportista, los gastos de Aduana de Exportación, transporte principal, seguro de transporte, es el que más obligaciones tiene en la compraventa, el comprador por su parte asume los gastos por descarga.

- Transporte Marítimo

FAS: Free Along Ship/ Franco al Costado del Buque

El vendedor asume los costos y riesgos del embalaje, la entrega de la mercadería al transportista, los gastos de Aduana de Exportación, mientras que el comprador debe asumir los costos y riesgos del transporte principal, el seguro de transporte, gastos de descarga, gastos de Aduana de Importación, transporte final.

FOB: Free on Board/ Franco a Bordo

El vendedor tiene la obligación de asumir los costos y riesgos del embalaje, costos de Aduana de Exportación y todo el proceso hasta que la mercadería esté a bordo del buque, y la obligación del comprador es asumir los costos y riesgos del transporte principal, el seguro del transporte, gastos de descarga, gastos de Aduana de Importación, y el transporte final.

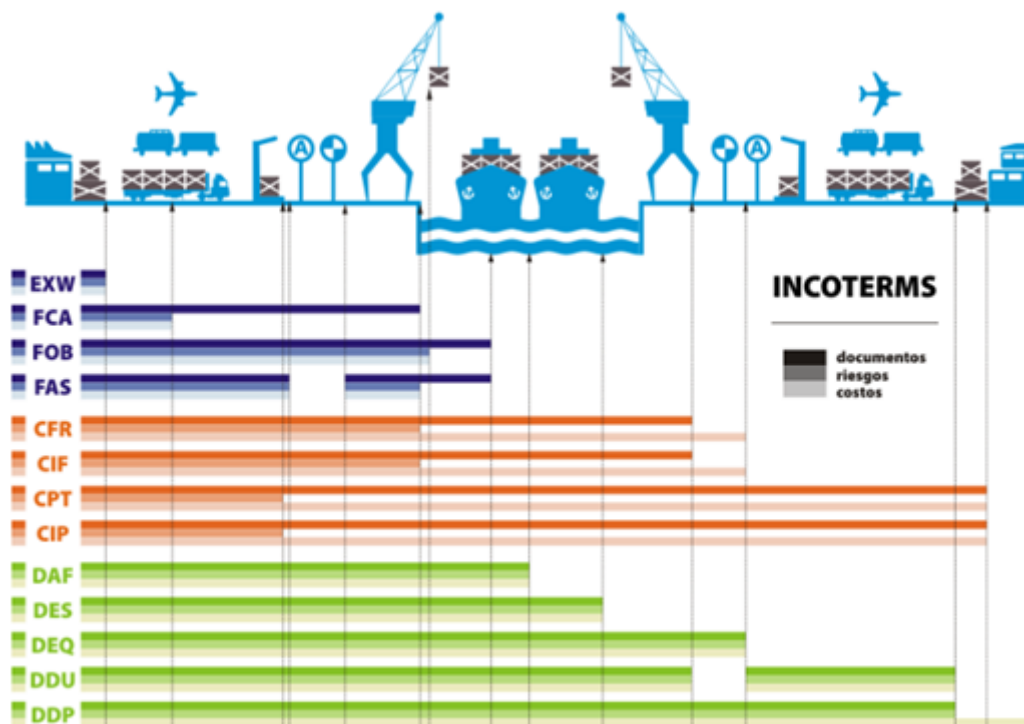
CFR: Cost and Freight/ Costo y Flete

Es la obligación del vendedor asumir los costos y riesgos del embalaje, la entrega de la mercadería al transportista, los gastos de Aduana de Exportación, el transporte principal, y la obligación del comprador es asumir los costos y riesgos del seguro de transporte, gastos de descarga, los de Aduana de Importación y el transporte final.

CIF: Cost, Insurance and Freight/ Costo, Seguro y Flete

El vendedor asume los costos y riesgos del embalaje, la entrega de la mercadería al transportista, los gastos de Aduana de Exportación, el transporte principal, el seguro del transporte, mientras que el comprador asume los costos y riesgos de los gastos de descarga, los de Aduana de Importación y el transporte final. (Santander, s.f.)

Figura 2 INCOTERMS 2010



Fuente: Asiaoriental

2.2.3.3 Documentos de exportación

Los documentos de exportación son una parte importante que no se puede descuidar, y se deben conocer exactamente cuáles son, ya que hay que regirse a todas las disposiciones que establece la normativa ecuatoriana.

Los documentos a presentar en la exportación son:

✓ Factura Comercial Original

La Factura es el documento que da soporte para la exportación, porque es la que representa el contrato de compra-venta internacional realizado por parte del comprador y vendedor y donde se debe establecer las condiciones de pago, el término de negociación acordado, el lugar de entrega, el valor de la mercadería, y demás.

✓ Autorizaciones Previas (cuando el caso lo exija)

Las autorizaciones previas, cuando el país lo exija, según su normativa, son los documentos que respaldan el origen, propiedad, estado, entre otras particularidades de la mercancía exportada y que son requeridas por el comprador en el momento de la compra-venta internacional.

✓ Certificado de Origen (cuando el caso lo exija)

El Certificado de Origen, cuando el país lo exija, según su normativa, es el documento que respalda el lugar de origen donde procede la mercadería, el cual el vendedor debe emitirlo en el país de origen para entregarle al comprador, acogiéndose a beneficios en el país de destino.

✓ Documentos de Transporte: B/L, Guía Aérea o Carta de Porte.

Los documentos de transporte, son los que respaldan la propiedad de la mercadería en la compra-venta internacional que generalmente son emitidos en el lugar de origen por quien es el encargado de transportar la mercadería en el flete internacional.

2.2.3.4 Mercado de destino

El mercado de destino, es el país al cual se va a vender el bien o servicio, realizar la exportación, efectuando un análisis del entorno para detectar las amenazas internas y externas y obtener información acerca de las debilidades de los competidores y al mismo

tiempo convertirlas en oportunidades para alcanzar un comercio eficaz del bien o servicio que se oferta.

El exportador, en el encuentro de nuevos mercados para sus servicios o bienes, tiene que ser cauteloso y a la vez saber cuándo arriesgarse, siempre determinando las desventajas y beneficios que resulten, se debe enfocar en puntos como: establecer el precio de exportación satisfactorio para las dos partes, promocionar el producto con folletos, páginas web, entre otros, participar en ferias, viajes de negocios, mantener siempre el contacto con el cliente, mejorar la distribución en lo posible del producto, la elección del adecuado embalaje para la exportación, rigiéndose a la normativa del país de destino, realizar un correcto análisis de su entorno detectando falencias que estén dispuestos a mejorar y cambiar. (PROECUADOR, 2016)

2.2.4 Logística

La logística es una parte elemental en el comercio internacional, que tiene como función optimizar y agilizar el proceso que conlleva el comercio, es una de las estrategias fundamentales en la organización a escala mundial, en el tiempo que la logística ha sido utilizada en el comercio, ha cumplido objetivos en la organización, como el adecuado uso de los recursos que se posee, ya sean naturales, humanos y los capitales, la óptima utilización del tiempo y costos que requieren los procesos, alcanzando el Just On (Justo a Tiempo) que toda negociación debe lograr.

2.2.4.1 Importancia de la cadena logística internacional

La importancia de la cadena logística internacional viene de la necesidad de poder mejorar cada vez el servicio que se ofrece al cliente, mejorando el mercadeo y el transporte con el mínimo precio posible, entre las actividades que genera la logística en el comercio está el incremento en líneas para la producción, la eficacia para obtener el nivel que se espera.

En la cadena de distribución cada vez se debe tener menos inventarios, en cuanto a los sistemas que existen de información deben ser muy avanzados, y si se cuenta con todo esto es posible que la logística traiga beneficios tales como, un mejor desarrollo en la competitividad, incremento en la rentabilidad, mejoramiento de las gestiones logísticas, mejor toma de decisiones en los aspectos de compra, el precio, empaque, distribución del producto, la logística es el servicio que se da al cliente enfocada de una forma mucho más

técnica para que la mercadería sea entregada con certeza y seguridad al comprador desde la parte productiva y supervisando cada parte de la cadena logística. (ADSI, 2011)

2.2.4.2 Logística de distribución

La logística de distribución se vincula con el traslado del bien o servicio final para la disposición del cliente. Es el que facilita que el cliente final adquiera su bien o servicio en el tiempo, lugar y cantidad apropiada.

La función principal es el correcto traslado del bien o servicio desde la fábrica hasta el cliente final, cumpliendo con la estimación de demanda que es la eficacia de colocación de los productos en el mercado demandante, el procesamiento de pedidos siendo el grupo de actividades relacionadas con el pedido de compra, la gestión de almacén en la que es imprescindible llevar un registro de todo lo que ingresa y sale del almacén, el embalaje que es el procedimiento que se realiza para conservar y proteger el producto, el transporte del producto donde se incluye la carga y descarga, como también la ruta que se dispone para el tránsito hasta su destino, la gestión de cobros es la que define quienes estarán para la atención al cliente y que procedan al cobro. Una logística eficiente es la que deriva los menores costos posibles en todas las etapas. (Barragán, s.f.)

2.2.4.3 Logística de aprovisionamiento

Es una actividad importante en la cadena de suministro que puede influenciar en la forma que funciona y se dirige el negocio, siendo su función el controlar los suministros con la finalidad de cumplir con todos los procesos operativos. Las cantidades que se van a abastecer, la constancia del aprovisionamiento, el impacto que hay en la cadena de suministro, la predicción de la demanda, la calidad en el servicio, el cumplimiento de las fechas de entrega, el tipo de embalaje y carga que son usados, son elementos que se deben tener en cuenta en el aprovisionamiento.

La logística de aprovisionamiento debe tener un nivel alto de desarrollo para gestionar una gran cantidad de productos, manejar una red de logística en la que haya muchos agentes, el aprovisionamiento global que incluya reanudación de períodos, describir el servicio que presta el aprovisionamiento. Analizando las actuales estrategias se observa un mejoramiento en la precisión de la demanda del producto realizada con métodos avanzados, una mejor selección de modelos de inventarios para una optimización del proceso, el análisis de los inventarios y políticas en el proceso de la

cadena de suministro, que suministros usar, cuál es la mejor estrategia de suministros, y la política en la selección del suministro. (ITA, s.f.)

2.2.4.4 Envase, Empaque y Embalaje

En la cadena logística los elementos de gran importancia son el envase, empaque y embalaje y su correcta utilización posibilita el rápido y adecuado acceso a mercados internacionales.

El uso de estos elementos a lo largo del tiempo ha contribuido a la evolución de la logística fomentando el incremento en la productividad a través de la coordinación en la distribución, manufactura y los abastecimientos, promoviendo la descentralización y canje de información, creando una unión con los clientes y la empresa. Ha hecho de la logística una fuerza integradora con ciclos de producción cada vez más cortos, un mejor servicio al cliente, progreso en la tecnología, la globalización de los mercados, con todo esto el balance del poder tiene un cambio del productor al distribuidor, existiendo un aumento en la competitividad en todas las áreas.

Los elementos apropiados son vitales en el momento de guardar, proteger y servir de medio para el manipuleo del producto, el cual debe estar diseñado para proteger el producto desde la parte del ensamble hasta cuando llega al usuario final. Un contraproducente elemento tanto del envase, empaque y embalaje puede resultar en pérdida de una venta de exportación y con esto hasta la pérdida del cliente.

El tipo de material que vaya a usarse depende del producto, el transporte a utilizarse (marítimo, aéreo o terrestre), y hacia dónde será el destino final, así mismo deben ser seleccionadas de acuerdo a las condiciones ambientales como la humedad, temperatura, la atmósfera que se quiera para el producto, la resistencia, los costos, especificaciones del comprador, las tarifas que haya en el flete, el etiquetado y demás regulaciones que sean exigidas; con su aplicación correcta se reduce la mano de obra de obra, la manipulación de la mercancía y la posibilidad que se deteriore la mercancía, todo esto evitando pérdidas para una empresa.

Envase

El envase es la cubierta que tiene el contacto directo con la mercancía, se encarga de brindar una apropiada presentación, favorece el manejo, el transporte, almacenaje, así como la manipulación y distribución, para poder a ser transportada y vendida.

Para una buena planificación logística, hay que tener en cuenta el tipo de producto como objeto en el intercambio comercial, evaluando el lado más práctico que se otorga a la logística, la distancia que recorrerá y la existencia de posibles cambios de transporte, la intensidad con la que se va a manejar la manipulación, la reglamentación aplicable que se puede exigir; como información del producto o traducciones al país comprador; así como también los aspectos comerciales, de marketing y los gustos de los posibles consumidores al que se va a destinar el producto, en base a estos factores se determina el envase adecuado, evitando roturas, pérdidas o deterioros.

Empaque

El empaque es principalmente la presentación comercial para el producto, aunque también coopera para tener un mejor desplazamiento y seguridad en el momento de la venta, siendo un distintivo para la competencia porque está orientado al marketing con la finalidad de incrementar las ventas y posicionar el producto que se comercializa.

Embalaje

El embalaje tiene como principal función proteger y conservar el producto, facilitando el proceso del transporte, y las condiciones exteriores en las que se manipula la mercancía, colocando gráficos de manejo e identificación de su contenido. Es la protección del producto y está enfocado en la logística de exportación.

En los productos procesados de masáceas, el envase, empaque y embalaje deben cumplir como principal función proteger el producto cuando se manipula en el transporte desde la fábrica hasta que es entregado al consumidor final, debe constar las etiquetas y símbolos para la correcta manipulación, aportando con una óptima eficacia en costos mejorando la competitividad.

2.2.5 Transporte Internacional

La competencia de los negocios en la actualidad avanza exponencialmente, en donde juega todo, la forma de entrega, el tiempo de entrega, la calidad de la misma; y la deficiencia de este servicio y el mal manejo puede ocasionar a las grandes compañías con experiencia la pérdida de sus clientes.

Un correcto y seguro manejo del sistema hace que los clientes queden satisfechos y las metas planteadas mejoran, en un ambiente que está globalizado con sectores más exigentes en los temas de precios y agilidad en la entrega hay que considerar el tipo de mercancía que se transporta, las medidas, peso, condición, con el fin de adecuarla en el más conveniente ya sea aéreo, terrestre o marítimo.

- Transporte Marítimo

Es usado para las mercaderías de mayor peso o volumen por su capacidad de carga contrastando con un bajo precio, la empresa encargada del transporte es la que envía la nota de embarque, donde se detalla el puerto de destino, los costos por descarga, manipuleo y otros gastos que pueden presentarse hasta la llegada de la mercadería al destino.

- Transporte Terrestre

El transporte terrestre internacional, es el más recurrido para el traslado de mercaderías puerta a puerta, es muy normal en el comercio de países cercanos, debido a la practicidad y rapidez para los exportadores, puede trasladar mercaderías de cualquier tipo y tamaño, a un menor costo.

- Transporte Aéreo

La principal ventaja sobre los demás es la rapidez del traslado de la mercancía, haciendo de este el más utilizado a la hora de transportar productos perecederos, no obstante, también es el medio de transporte más caro, aunque siendo la logística y el riesgo de este mucho menos compleja que los demás se considera este método como ahorrista.

- **Transporte Multimodal**

En el transporte multimodal se requiere de dos o más medios de transporte, y es manejado por solo un operador en donde se emite un documento único, el contrato de este tipo de transporte es regido por los Operadores de Transporte Multimodal (OTM).

2.2.6 Medios de Pago

Una de las dudas del exportador en el comercio internacional es saber cuál es la forma que más le conviene a la hora del pago, tanto para el importador y exportador existen medios de pago por los cuales regirse y tener un trato a la hora de la transacción económica del bien o servicio. El método que se elige depende mucho ya sea del nivel de confianza que existe entre el vendedor y comprador, el término de negociación, el tamaño de la negociación, entre otros.

- **Pago anticipado**

El pago anticipado es cuando el comprador paga al vendedor por la mercadería antes del embarque, luego del pago se procede al despacho de la misma, este no es recomendado cuando se empiezan relaciones comerciales con un cliente nuevo, ya que conlleva mucho riesgo para el importador.

- **Pago directo**

Este método es el más riesgoso para el vendedor y solo cuando el nivel de confianza es alto entre las dos partes es aconsejable usarlo, solo intervienen el comprador y vendedor pagando al contado por la mercadería mediante cheques, giros o transferencias

- **Carta de Crédito**

Otra de las formas más usadas como medio de pago es la carta de crédito, entre ellas la revocable, donde se permiten modificaciones y hasta la cancelación por parte del comprador sin el permiso expreso del vendedor, no es aconsejable debido a su riesgo, la carta de crédito irrevocable es la que más se utiliza por la seguridad que ofrece al estar respaldada por un banco, además las cláusulas son bilaterales, el pago es seguro con este método de pago.

En términos generales, se define a la carta de crédito como un mandato escrito en virtud del cual una parte ordena a la otra que se entregue por medio de un tercero una cantidad determinada, o hasta cierta suma.

El documento es ofertado por la banca privada y ambas partes, comprador y vendedor deben celebrar un contrato de compraventa y un pedido en forma pactando las condiciones generales de la transacción, y el pago de la misma mediante una carta de crédito. El comprador o importador solicitará al banco de su preferencia en su localidad que emita un crédito a favor del vendedor o exportador. El banco emisor a su vez debe solicitar a otro banco corresponsal en el país del vendedor que notifique o confirme el crédito al vendedor conforme a las condiciones pactadas. El banco notificador confirmador, según sea el caso, deberá informar al vendedor sobre la existencia de un crédito a su favor. El vendedor debe acudir ante el banco, en el cual está disponible el crédito, y presentar toda la documentación que compruebe que el embarque de la mercancía ha sido efectuado conforme a lo estipulado a fin de poder solicitar el pago de acuerdo al vencimiento especificado.

Los documentos generalmente requeridos para que se conceda la carta de crédito son:

- **Factura Pro forma.**

Documento en que el exportador le indica al importador el precio (cotización) y las condiciones en que se realizará la venta de la mercancía (vía de transporte, cantidad de embarques, plazo de entrega y modalidad de pago).

Es un compromiso escrito, no una factura de cobro, y tiene un determinado plazo de vigencia fijado por el exportador.

- **Pólizas de Seguros.**

Póliza correspondiente al contrato que sirve de prueba de lo acordado entre el asegurador o Compañía de Seguros y el asegurado, a cambio del cobro de una prima. El valor de las mercancías se expresa en precio de exportación (CIF) (costo, seguro y flete).

La fecha de éste documento debe ser la misma o anterior a la fecha de embarque

2.2.7 Teorías del Comercio Internacional

2.2.7.1 Adam Smith La Ventaja Absoluta

La teoría de la Ventaja Absoluta fue expresada por Adam Smith (1723-1790), en la cual defendió que cada nación debe especializarse en producir los bienes en los que son más eficientes. Y al especializarse en producir esos bienes tendrán una ventaja absoluta que es medida por el menor costo de producción en períodos de trabajo en contraste a las demás naciones. Al seguir esta teoría todas las naciones tuvieran una ganancia en el comercio alcanzando la eficacia internacional.

Las razones que llevaron a Adam Smith a desarrollar este análisis fueron: El dinero como solo un método para hacer cálculos sin tener en cuenta la productividad sino los intereses para las autoridades. No se determina la riqueza de una nación por sus reservas de oro, sino por la capacidad que tenga en producir en el tiempo y bajo las condiciones establecidas. Es el trabajo la única norma de medida que posee la propiedad en cuanto al tiempo y la distribución y con la que todos los bienes se pueden adquirir y la riqueza se puede medir en términos reales.

Para Adam Smith la idea fundamental de su teoría era que exista comercio entre dos naciones en el cual uno de ellos debe poseer la ventaja absoluta en la producción del bien que se comercia, de esta forma las naciones exportan los bienes que requieren menos trabajo producir e importan los que cueste más trabajo su producción, siendo mutuamente ventajoso y beneficioso para las naciones comerciantes. (Veletanga, s.f.)

2.2.7.2 El liberalismo económico Heckscher-Ohlin

El liberalismo económico en el comercio exterior es el pensamiento estructurado por Eli Filip Heckscher y Ohlin y consecutivamente por Paul Samuelson, en donde se retoman los principios del valor que posee la fuerza de trabajo y habitualmente ambos incorporan el elemento del capital como el preciso para efectuar la producción en las naciones y la comercialización. (Helpman, 2014)

Esta teoría ha desempeñado una influencia en la economía actual mundial, ya que determina que una de las principales fuentes de producción en una nación es contar con los recursos tanto naturales, humanos y financieros que posee, para la comercialización entre dos naciones.

2.2.7.3 La Ventaja Comparativa David Ricardo

Una de las teorías en el comercio internacional es La ventaja Comparativa de David Ricardo (1772-1823) en donde defiende los beneficios que esta teoría aporta a las naciones al producir mayor riqueza cuando se especializan en lo que son más productivos comercializando con ello.

La teoría sostiene incluso, si una nación es más productiva en todos sus bienes que otra, se interese en producir lo que comparativamente es más productivo, aunque no posea ventaja absoluta, basada en el diferente costo de trabajo entre las naciones, que no es el valor de los productos comercializados. David Ricardo indica que es el costo del trabajo en cada nación lo que establece el valor en la comercialización. A partir del costo comparativo se puede precisar una guía de especialización, tomando en referencia dos factores, el costo laboral y la relación de intercambio entre naciones, con simplificadores como la estática, la fijación relativa de factores, y la correcta estructura del mercado. (Bordera, 2012)

2.3.Marco Conceptual

Aduana. - Es el servicio público encargado del control y vigilancia de la entrada y la salida tanto de personas, de mercaderías y medios de transporte que pasen por las zonas aduaneras recaudando obligaciones tributarias que causen tales hechos.

Balanza Comercial. - Es donde se registran el valor de las importaciones y exportaciones de un país, el saldo de esta es el resultado de la resta de las importaciones a las exportaciones.

Barreras de Exportación. - Son las medidas de protección y obstáculos en el comercio exterior que imponen las naciones en las cuotas de importación.

Comercio Internacional. - Es el intercambio internacional entre dos naciones de bienes y servicios, posibilitando la entrada y salida de divisas.

Contribuir. - Ayudar, cooperar voluntariamente con algo para el beneficio o el logro de algún fin.

Estrategias. - Diferentes decisiones tomadas para proceder a aplicarlas en los procesos de los cuales se quieren cumplir los objetivos.

Exportación. - Es el régimen aduanero que faculta la salida legal de las mercancías del territorio nacional para la venta en el extranjero.

FAO. - Por sus siglas en inglés Food and Agriculture Organization (Organización de la Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura), esta organización está a cargo de las actividades que promueven la buena alimentación y erradicar el hambre.

Incoterm. - Del acrónimo inglés International Commercial Terms, son acuerdos Internacionales que delimitan la responsabilidad y obligación en el comercio por parte del comprador y vendedor.

Internacionalización. - Término utilizado en el comercio para la participación de un producto en el exterior, beneficiando al país vendedor.

Matriz Productiva. - Es el desarrollo que existe en las actividades productivas utilizando los recursos a su favor promoviendo progreso.

País de destino. - En el comercio, es el lugar hacia donde serán entregadas las mercancías que van a ser exportadas.

País de origen. - En el comercio, es el lugar de donde provienen las mercancías que serán objeto de exportación.

Productividad. - Es la cantidad de productos alcanzados y los recursos utilizados para generar esta actividad, mientras menos se tomen para alcanzar un buen resultado, mayor productivo será el sistema.

Rentabilidad. - Que produce de manera suficiente mejorando el sistema interno con beneficios económicos.

Sustitutos. - Que hace de otro para reemplazar a un elemento.

Valor Agregado. - Para un producto, el valor agregado es el elemento adicional que obtiene un bien al momento de ser transformado generando ventaja.

2.4.Marco Legal

Constitución de la República del Ecuador

En el ámbito de la producción y exportación la Constitución establece:

Art. 281.- La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente.

Para ello, será responsabilidad del Estado:

1. Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria.
2. Adoptar políticas fiscales, tributarias y arancelarias que protejan al sector agroalimentario y pesquero nacional, para evitar la dependencia de importaciones de alimentos.
3. Prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos.

Título VI

Régimen de Desarrollo

Art. 306.- Dicho artículo establece que el estado es el que promoverá cada una de las exportaciones de forma responsable en consideración del ambiente, dichas preferencias son las que generaran más plazas de trabajo y valores agregados de las exportaciones de los pequeños o medianos productores dentro del sector artesanal. (Constitución de la República del Ecuador, 2015)

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

Art. 158.- Exportación Definitiva. - Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o

a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente.

La salida definitiva del territorio aduanero ecuatoriano de las mercancías declaradas para su exportación, deberá tener lugar dentro de los treinta días siguientes a la aceptación de la Declaración Aduanera de Exportación. La Autoridad Aduanera o la empresa concesionaria del servicio de Depósito Temporal, registrará electrónicamente el ingreso a la Zona Primaria y la salida al exterior de las mercancías a ser exportadas. (COPCI, 2013)

Plan Nacional del Buen Vivir

Si se diseña un plan de exportación se podría impulsar la transformación de la matriz productiva de la comunidad de San Miguel de Palo Largo del Cantón Santa Ana, provincia de Manabí, variando el destino de los mercados.

De esta manera se podrá ir acorde con el objetivo 10. del Plan Nacional del Buen Vivir:

Objetivo 10.- Impulsar la transformación de la matriz productiva.

10.6.- Potenciar procesos comerciales diversificados y sostenibles en el marco de la transformación productiva.

c.- Incrementar, mejorar y diversificar la oferta exportable de bienes y servicios, con la incorporación de nuevos actores, especialmente de las Mipymes y de la EPS. (Senplades, 2013)

Ministerio de Salud Pública

El etiquetado será autorizado a través de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria conforme a lo dispuesto en la legislación sanitaria vigente de los alimentos procesados para el consumo humano, cumpliendo así con los estándares de calidad del producto.

Art.5.- El etiquetado de los alimentos procesados para el consumo humano, se ajustará a su verdadera naturaleza, composición, calidad, origen y calidad del alimento envasado, de modo tal que se evite toda concepción errónea de sus cualidades o beneficios

y estará fundamentada en las características o especificaciones del alimento, aprobadas en su registro sanitario.

Art.6.- El Ministerio de Salud Pública a través de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) autorizará el etiquetado de los alimentos procesados para el consumo humano, conforme a lo dispuesto en la legislación sanitaria vigente. (Ministerio de Salud Pública, 2014)

Ley de Régimen Tributario Interno

Las exportaciones realizadas en Ecuador graban tarifa 0%, lo que facilita la viabilidad y facilidad del proyecto.

Art. 55.- Transferencias e importaciones con tarifa cero. - Tendrán tarifa cero las transferencias e importaciones de los siguientes bienes:

8.- Los que se exporten. (SRI, 2014)

Capítulo III Metodología de la Investigación

3.1. Tipos de Investigación

3.1.1 Investigación Exploratoria

Se analizan los procesos de exportación vigentes y los demás lineamientos a considerar en la exportación, para de esta forma adaptar el producto y que tenga aceptación en el mercado, y se investiga sobre las estadísticas de comercio entre Ecuador y los principales mercados para de esta manera analizar y determinar sus relaciones comerciales.

3.1.2 Investigación Descriptiva

Se obtiene información valiosa de los productores de NATUPAL que brindan sus conocimientos y experiencias adquiridas, realizando encuestas y cuestionarios.

3.2. Enfoque de la Investigación

Enfoque Cuantitativo

A partir de los resultados obtenidos de la investigación y análisis de los encuestados y entrevistados de NATUPAL, se comprende la realidad de la investigación que se lleva a cabo, con procesos deductivos con las personas involucradas midiendo su comportamiento y predisposición.

3.3. Técnicas de Investigación

Las técnicas que se utilizan en la presente investigación están basadas en datos estadísticos tomados por las fuentes reales donde se realizaron las encuestas y entrevistas a los productores de la comunidad de San Miguel de Palo Largo.

Para la presente investigación se va a utilizar las técnicas de:

Observación: Se observa el comportamiento de los productores de NATUPAL en el lugar del desarrollo de la investigación, involucrándose en las actividades de los productores.

Entrevistas: Esta técnica permite obtener respuestas verbales teniendo una comunicación directa con los productores en cuanto al desarrollo de la investigación.

Encuestas: Esta técnica permite obtener información sistemáticamente de los productores de NATUPAL a través de preguntas.

3.3.1 Población

La población pertenece al personal de NATUPAL en la Comunidad de San Miguel de Palo Largo, dedicada a la producción y comercialización de harina de plátano, la cual cuenta con 24 personas, a quienes se les realizarán encuestas y entrevistas.

NATUPAL

Productores 24

3.4. Procesamiento de datos

A continuación, se presentan los resultados obtenidos con la respectiva tabulación, que son mostrados en gráficos de pastel acompañados de la interpretación de cada una de las preguntas.

3.4.1 Encuesta a personal

Encuestas aplicadas al personal operativo en “NATUPAL” de la comunidad de San Miguel de Palo Largo de la provincia de Manabí, esta información es tratada de forma anónima, con el único propósito de usarse en la presente investigación.

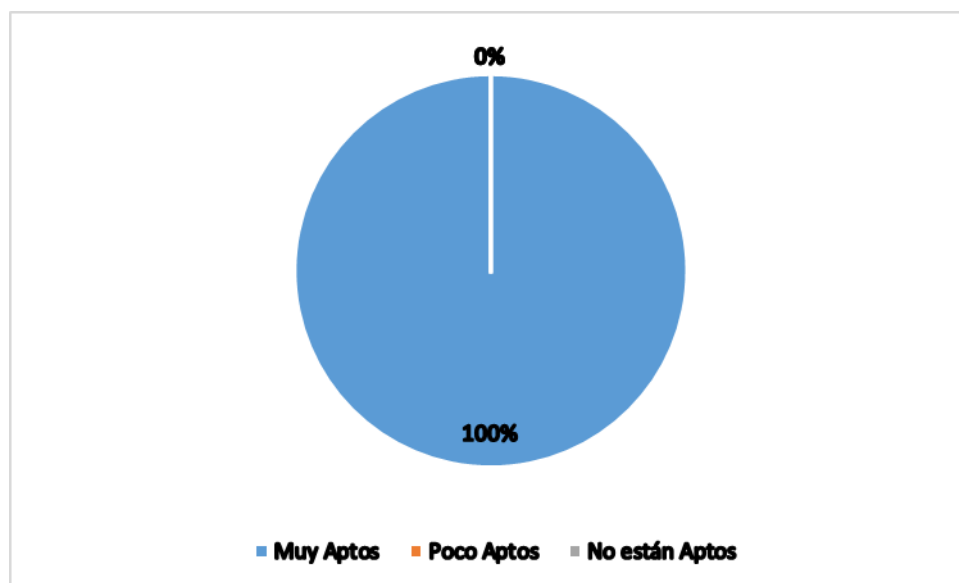
1. ¿Considera usted que los suelos en San Miguel de Palo Largo se encuentran aptos para el cultivo de plátano en una exportación?

Tabla 5 Resultado condición de los suelos en San Miguel de Palo Largo

Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
Muy Aptos	100%	20
Poco Aptos	0%	0
No están Aptos	0%	0
TOTAL	100%	20

Fuente: Resultado de Investigación de Campo
Elaborado por Pazmiño, Marielena

Figura 3 Condición de los suelos de San Miguel de Palo Largo



Fuente: Resultado de Investigación de Campo
Elaborado por Pazmiño, Marielena

El resultado indica que el 100% de los productores encuestados están de acuerdo que las condiciones de los suelos en San Miguel de Palo Largo están muy aptas para el cultivo de plátano, por los excelentes resultados de los cultivos que han tenido en estos años y creen firmemente que pueden aprovechar esta ventaja de sus suelos para cubrir una demanda de su producto en el caso de una exportación.

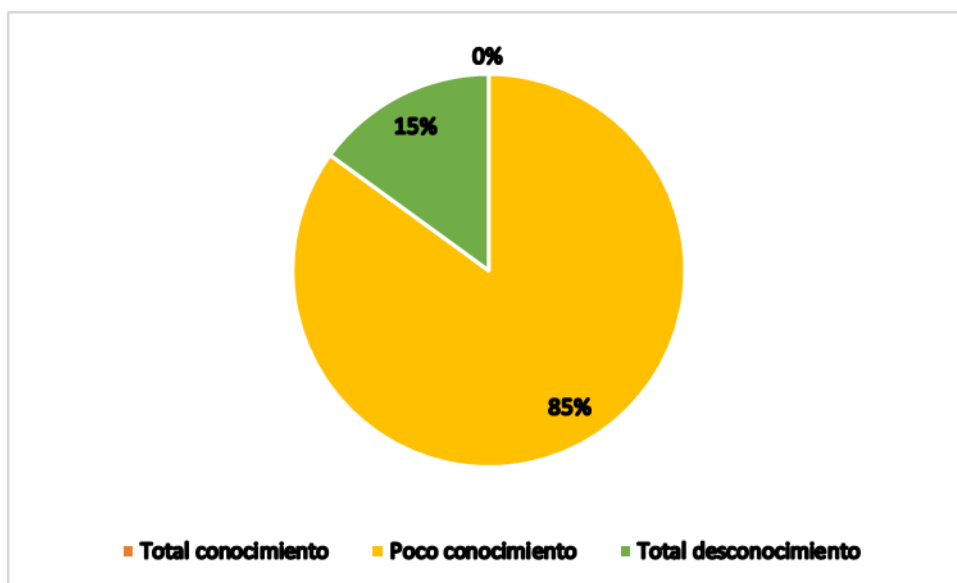
2. ¿Conoce el proceso adecuado para el cultivo, producción y comercialización para que el producto tenga acogida en el exterior?

Tabla 6 Resultado conocimiento de procesos

Opciones	Porcentaje	Frecuencia
Total conocimiento	0%	0
Poco conocimiento	85%	17
Total desconocimiento	15%	3
TOTAL	100%	20

Fuente: Resultado de Investigación de Campo
Elaborado por Pazmiño, Marielena

Figura 4 Conocimiento de Procesos



Fuente: Resultado de Investigación de Campo
Elaborado por Pazmiño, Marielena

En el resultado de la encuesta a los productores se observa que el 85% de los productores tiene poco conocimiento sobre el cultivo, producción y comercialización para que el producto se internacionalice, y un 15% tiene un total desconocimiento en cuanto a este proceso para internacionalizar el producto, lo que señala que necesitan mejorar sus conocimientos sobre este proceso para tener acogida en el exterior.

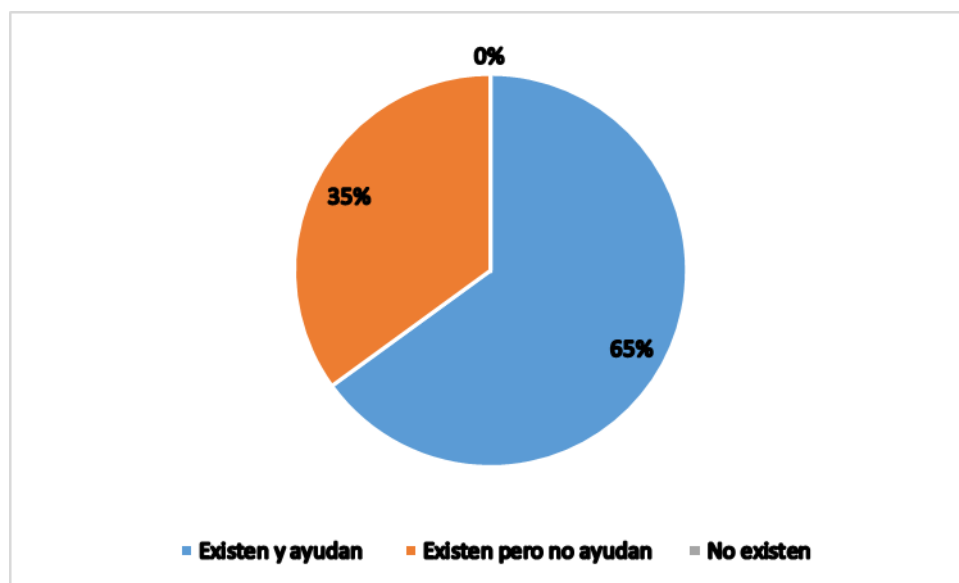
3. ¿En su comunidad existen organizaciones que fomenten la comercialización de la harina de plátano?

Tabla 7 Resultado Organizaciones que fomentan la comercialización

Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
Existen y ayudan	65%	13
Existen pero no ayudan	35%	7
No existen	0%	0
TOTAL	100%	20

Fuente: Resultado de Investigación de Campo
Elaborado por Pazmiño, Marielena

Figura 5 Organizaciones que fomentan la exportación



Fuente: Resultado de Investigación de Campo
Elaborado por Pazmiño, Marielena

Se observa que un 65% de los encuestados respondió que si existen organizaciones que ayuden a fomentar la internacionalización de su producto, y un 35% señala que estas organizaciones existen en su comunidad, pero no reciben ninguna ayuda para que su producto sea comercializado.

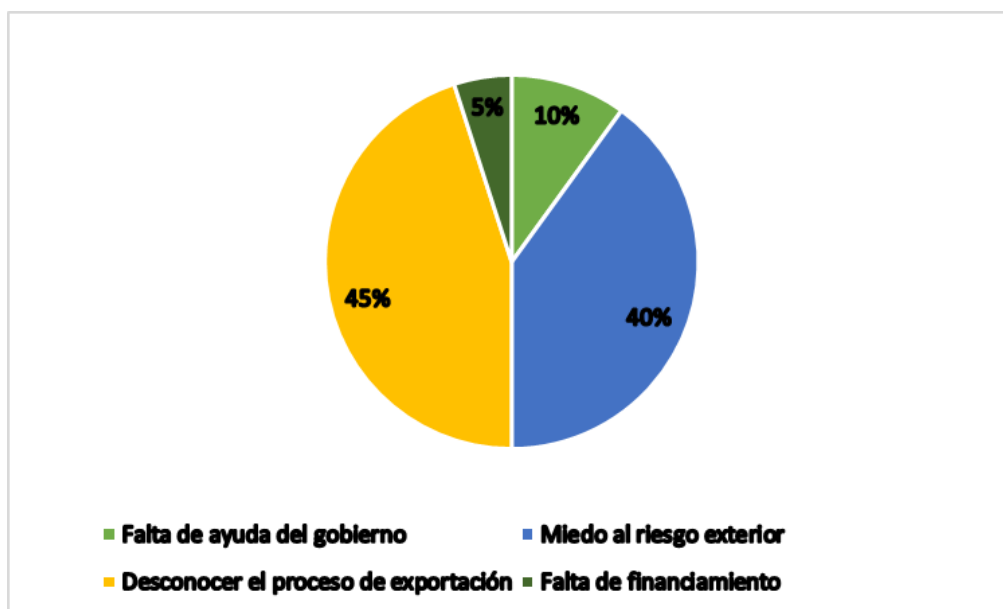
4. ¿Cuál considera usted el mayor obstáculo para la exportación de su producto?

Tabla 8 Resultado Obstáculos para la exportación

Obstáculos	Porcentaje	Frecuencia
Falta de ayuda del gobierno	10%	2
Miedo al riesgo exterior	40%	8
Desconocer el proceso de exportación	45%	9
Falta de financiamiento	5%	1
TOTAL	100%	20

Fuente: Resultado de Investigación de Campo
Elaborado por Pazmiño, Marielena

Figura 6 Obstáculos para la exportación



Fuente: Resultado de Investigación de Campo
Elaborado por Pazmiño, Marielena

Como resultado de la encuesta, el 10% menciona que el mayor obstáculo para la exportación de su producto es la falta de ayuda por parte del gobierno, el 40% menciona que el mayor obstáculo es el miedo que representa el riesgo exterior, el 45% menciona que su principal obstáculo es el desconocimiento que tienen de los procesos de exportación, y un 5% menciona que la falta de financiamiento es el primer obstáculo para exportación de su producto.

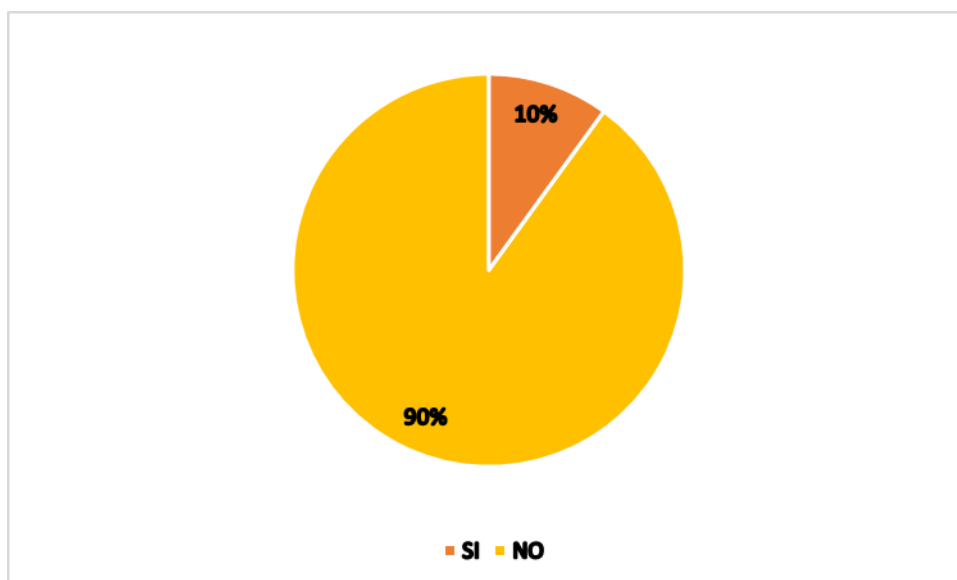
5. ¿Conoce alguna empresa local que se dedique a la producción de la harina de plátano?

Tabla 9 Resultado Conocimiento sobre empresas locales

Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
SI	10%	2
NO	90%	18
TOTAL	100%	20

Fuente: Resultado de Investigación de Campo
Elaborado por Pazmiño, Marielena

Figura 7 Conocimiento sobre empresas locales



Fuente: Resultado de Investigación de Campo
Elaborado por Pazmiño, Marielena

Como resultado en la encuesta se puede observar que un 10% afirma tener conocimiento sobre empresas locales que se dediquen a la producción de harina de plátano, y un 90% menciona que no conocen empresas que se dediquen a esta actividad, apuntando que no hay competencia local relevante.

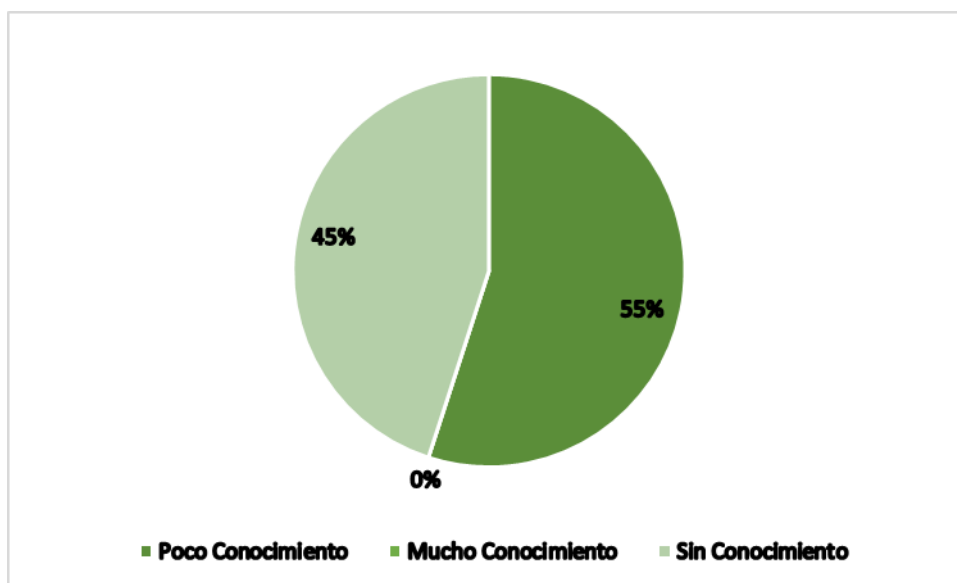
6. ¿Conoce usted la forma adecuada de exportación de la harina de plátano?

Tabla 10 Resultado Conocimiento de la forma adecuada de exportación

Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
Poco Conocimiento	55%	11
Mucho Conocimiento	0%	0
Sin Conocimiento	45%	9
TOTAL	100%	20

Fuente: Resultado de Investigación de Campo
Elaborado por Pazmiño, Marielena

Figura 8 Conocimiento de la forma adecuada de exportación



Fuente: Resultado de Investigación de Campo
Elaborado por Pazmiño, Marielena

La encuesta realizada apunta que el 55% tiene poco conocimiento de la forma adecuada del proceso de exportación, y el 45% menciona no tener conocimiento del proceso de exportación del producto, el resultado denota la insuficiencia de información que tienen los productores sobre el adecuado proceso que se debe realizar en la exportación de la harina de plátano.

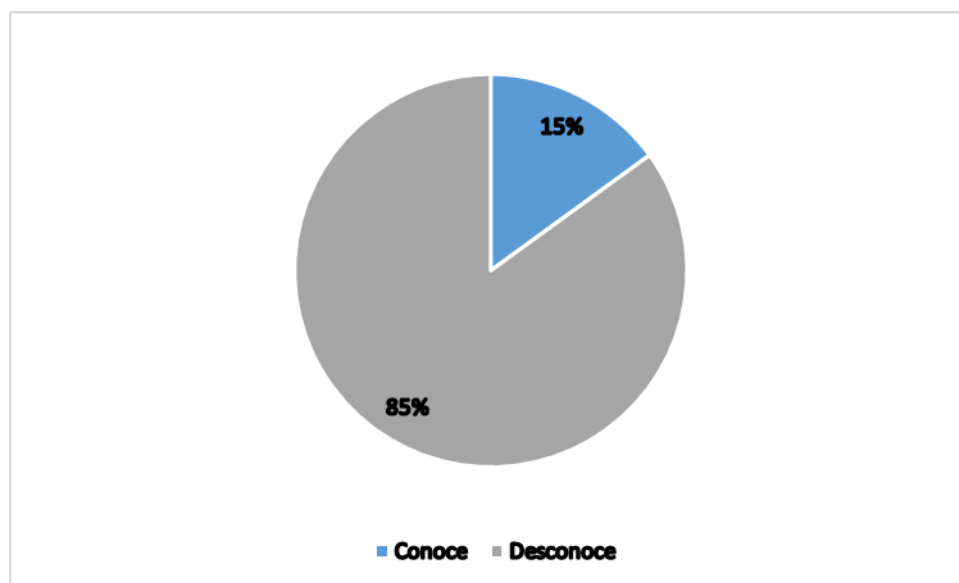
7. ¿Conoce usted los principales países que importan la harina de plátano?

Tabla 11 Resultado Conocimiento de los principales países que importan

Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
Conoce	15%	3
Desconoce	85%	17
TOTAL	100%	20

Fuente: Resultado de Investigación de Campo
Elaborado por Pazmiño, Marielena

Figura 9 Conocimiento de los principales países que importan la harina de plátano



Fuente: Resultado de Investigación de Campo
Elaborado por Pazmiño, Marielena

Se pretende saber si los productores conocen cuáles son los principales países que importan la harina de plátano, para tener un mercado objetivo y el 15% manifiesta que tiene conocimiento de los principales países que la importan, mientras que el 85% menciona que desconoce qué países importan el producto.

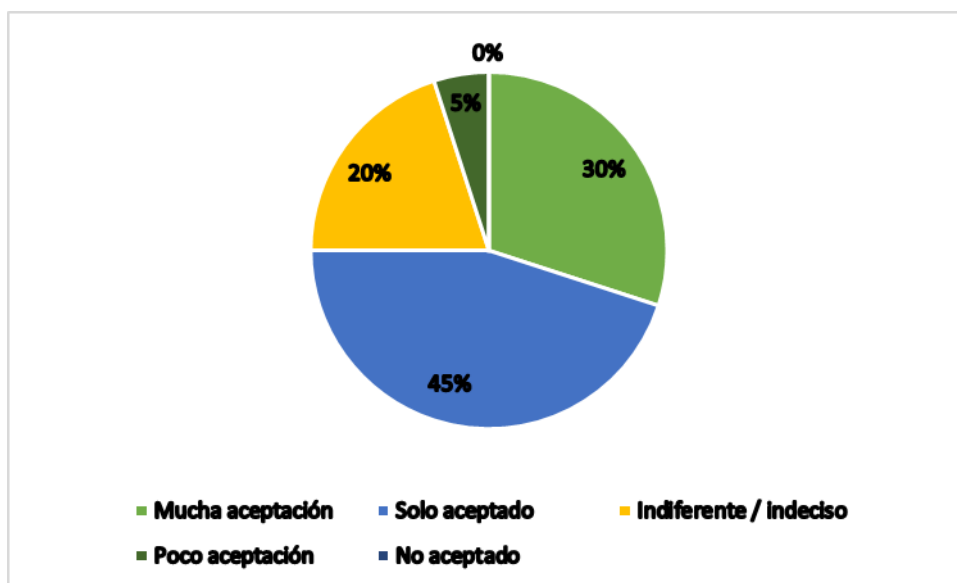
8. ¿Según su experiencia, la harina de plátano tendría aceptación en el mercado internacional?

Tabla 12 Resultado Aceptación en el mercado internacional

Aceptación	Porcentaje	Frecuencia
Mucha aceptación	30%	6
Solo aceptado	45%	9
Indiferente / indeciso	20%	4
Poco aceptación	5%	1
No aceptado	0%	0
TOTAL	100%	20

Fuente: Resultado de Investigación de Campo
Elaborado por Pazmiño, Marielena

Figura 10 Aceptación en el mercado internacional



Fuente: Resultado de Investigación de Campo
Elaborado por Pazmiño, Marielena

En las encuestas realizadas se pregunta a los productores según su experiencia si la harina de plátano tendría aceptación en el mercado internacional y el 30% indica que tendría mucha aceptación, el 45% menciona que el producto sería solo aceptado, el 20% está indeciso o indiferente y un 5% indica que el producto tendría poca aceptación, los resultados manifiestan que los productores si creen que su producto tendría acogida si se internacionaliza.

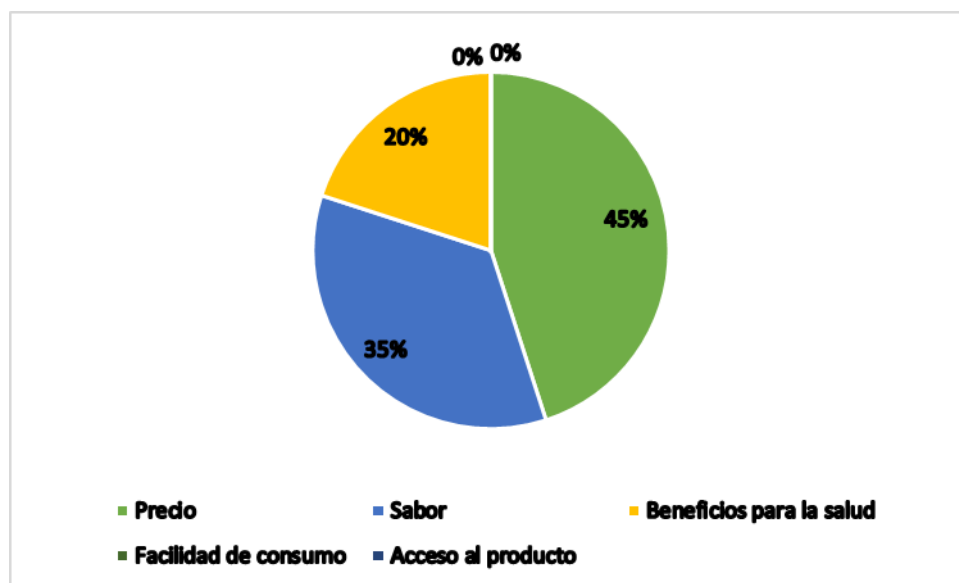
- ¿Qué aspectos considera usted que debería conocer el mercado internacional acerca de la harina de plátano?

Tabla 13 Resultado Aspectos que debería conocer el mercado internacional del producto

Aspectos	Porcentaje	Frecuencia
Precio	45%	9
Sabor	35%	7
Beneficios para la salud	20%	4
Facilidad de consumo	0%	0
Acceso al producto	0%	0
TOTAL	100%	20

Fuente: Resultado de Investigación de Campo
Elaborado por Pazmiño, Marielena

Figura 11 Aspectos que debería conocer el mercado internacional del producto



Fuente: Resultado de Investigación de Campo
Elaborado por Pazmiño, Marielena

En cuanto a los aspectos que debería conocer el mercado internacional sobre la harina de plátano en la encuesta realizada a los productores, el 45% manifiesta que necesitan conocer sobre el precio, el 35% el sabor y un 20% está de acuerdo que el principal aspecto que se debería conocer sobre la harina de plátano son los beneficios que presentan para la salud.

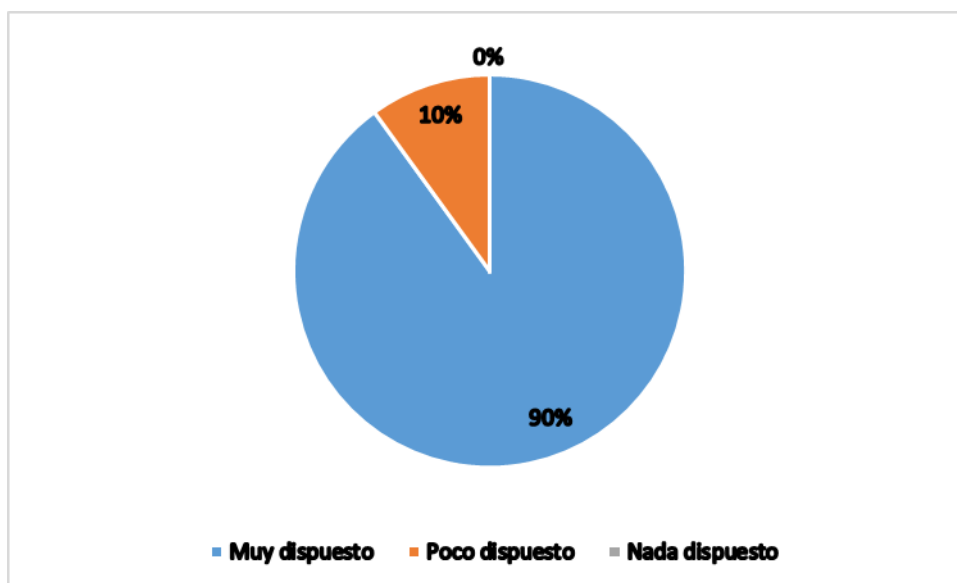
10. ¿Estaría dispuesto a aceptar cambios en la producción y organización en NATUPAL, para tener un producto más rentable en el exterior?

Tabla 14 Resultado Disposición al cambio

Opciones	Porcentaje	Frecuencia
Muy dispuesto	90%	18
Poco dispuesto	10%	2
Nada dispuesto	0%	0
TOTAL	100%	20

Fuente: Resultado de Investigación de Campo
Elaborado por Pazmiño, Marielena

Figura 12 Disposición al cambio



Fuente: Resultado de Investigación de Campo
Elaborado por Pazmiño, Marielena

En relación a la disposición a aceptar cambios en la producción y organización de NATUPAL para mejorar y ser más rentable en el exterior los encuestados respondieron con un 10% de poca disposición y un 90% de mucha disposición.

3.4.2 Entrevistas a directivos

Entrevistas realizadas a los directivos en “NATUPAL” de la comunidad de San Miguel de Palo Largo de la provincia de Manabí, las cuales amablemente aceptaron responder de forma anónima para ser usada en la presente información.

Lugar	NATUPAL- San Miguel de Palo Largo
Entrevistado	1
Tema	Proceso productivo y comercial de la harina de plátano.
Objetivo	Conocer los pasos del proceso productivo, la organización comunitaria y las oportunidades de la comunidad para ejecutar un plan de exportación de su producto “la harina de plátano”

Desarrollo de la entrevista

1	¿Cómo es el proceso que ustedes realizan para la cosecha y cuidado de las plantas de plátano en cuanto a fertilizantes e insumos de la tierra?
El suelo antes de la siembra no tiene ninguna sustancia artificial, la semilla usada para el plátano es orgánica al igual que el abono que se usa al fertilizar la tierra, y luego se cultiva, el proceso es en su mayoría artesanal.	
2	¿Qué aspectos considera usted que ayudará a los productos de NATUPAL para tener éxito en el Ecuador?
El interés por parte de las personas en alimentarse de una forma no solo saludable, sino también económica y con buen sabor, así como la ayuda por parte del gobierno para la comercialización en todo el país.	
3	¿Qué aspectos considera usted que ayudará a los productos de NATUPAL para tener éxito en el Exterior?
Para el éxito en el exterior NATUPAL debe darse a conocer como un productor de alimentos orgánicos y eso en mercados internacionales ayuda a la comercialización.	
4	¿Qué ventajas tiene NATUPAL frente a sus competidores más cercanos?
A diferencia de las demás empresas NATUPAL no utiliza productos químicos alterando los cultivos para acelerar la cosecha, dando resultados más saludables que los demás.	
5	¿Qué considera usted que necesitaría NATUPAL para decidirse a desarrollar un plan de exportación?

Necesita capacitación y ayuda por parte del gobierno ya que no hay mucho conocimiento del proceso de exportación, y es por este motivo que no han desarrollado una exportación.

6 ¿En cuánto a las estrategias de Marketing, cual considera que sería la adecuada para dar a conocer los productos de NATUPAL?

Conocer a quien se le está vendiendo la harina de plátano y como se la va a vender, para que se ir mejorando de acuerdo a lo que diga el cliente según compra.

7 ¿Estarían dispuestos a organizar estructural, societaria y productivamente la compañía para poder tener acceso a mercados internacionales o regionales?

Si es lo que se necesita para hacer que el producto sea vendido en el exterior NATUPAL está dispuesto a cambiar para tener muchas más ventajas en el producto.

Elaborado por: Marielena Pazmiño	Revisado por: Msc. Armando Medina	Fecha: 23-09-2016
---	--	--------------------------

Lugar	NATUPAL- San Miguel de Palo Largo
Entrevistado	2
Tema	Proceso productivo y comercial de la harina de plátano.
Objetivo	Conocer los pasos del proceso productivo, la organización comunitaria y las oportunidades de la comunidad para ejecutar un plan de exportación de su producto “la harina de plátano”

Desarrollo de la entrevista

1 ¿Cómo es el proceso que ustedes realizan para la cosecha y cuidado de las plantas de plátano en cuanto a fertilizantes e insumos de la tierra?

Todo el proceso que se usa en NATUPAL en la cosecha es natural porque se trabaja de forma artesanal sin añadir fertilizantes industriales que dañen el suelo o afecte el cultivo, no se usa herbicidas, para evitar daños se realiza el deshoje manual, todo esto para tener algo natural.

2 ¿Qué aspectos considera usted que ayudará a los productos de NATUPAL para tener éxito en el Ecuador?

<p>Uno de los aspectos que ayudaría sería que se reconociera la calidad del producto como uno de los mejores del país, porque se pone mucho empeño y cuidado para que el producto final sea de excelente calidad.</p>		
3	<p>¿Qué aspectos considera usted que ayudará a los productos de NATUPAL para tener éxito en el Exterior?</p>	
<p>Los productos de NATUPAL requieren de un correcto proceso productivo de acuerdo a los mercados que se quiere llevar para tener una mejor respuesta.</p>		
4	<p>¿Qué ventajas tiene NATUPAL frente a sus competidores más cercanos?</p>	
<p>A NATUPAL le ayuda el GAD de Ayacucho con todos los trámites y procesos de su empresa comunitaria, dando oportunidades de crecimiento.</p>		
5	<p>¿Qué considera usted que necesitaría NATUPAL para decidirse a desarrollar un plan de exportación?</p>	
<p>NATUPAL debe tener asesorías en todo el proceso de exportación, porque existe un miedo al riesgo exterior, y dudas que se deben ayudar a resolver.</p>		
6	<p>¿En cuánto a las estrategias de Marketing, cual considera que sería la adecuada para dar a conocer los productos de NATUPAL?</p>	
<p>Tener una estrategia de venta para promocionar el producto y que puedan conocer como se lo realiza mediante los medios que existen actualmente como por páginas web.</p>		
7	<p>¿Estarían dispuestos a organizar estructural, societaria y productivamente la compañía para poder tener acceso a mercados internacionales o regionales?</p>	
<p>NATUPAL está dispuesto a organizarse mejor, pero que no afecte el suelo con productos que dañan el cultivo, en el resto de aspectos no habrá problema en el cambio.</p>		
<p>Elaborado por: Marielena Pazmiño</p>	<p>Revisado por: Msc. Armando Medina</p>	<p>Fecha:23-09-2016</p>

Lugar	NATUPAL- San Miguel de Palo Largo
Entrevistado	3
Tema	Proceso productivo y comercial de la harina de plátano.
Objetivo	Conocer los pasos del proceso productivo, la organización comunitaria y las oportunidades de la comunidad para ejecutar un plan de exportación de su producto “la harina de plátano”

Desarrollo de la entrevista

1	¿Cómo es el proceso que ustedes realizan para la cosecha y cuidado de las plantas de plátano en cuanto a fertilizantes e insumos de la tierra?
El proceso realizado es orgánico porque no se utiliza ningún químico desde la preparación del suelo, siembra, riego, hasta el cultivo, obteniendo de esta forma un producto natural sin recurrir a pesticidas que dañan las cosechas y no da el resultado esperado en el producto.	
2	¿Qué aspectos considera usted que ayudará a los productos de NATUPAL para tener éxito en el Ecuador?
Para tener el éxito que espera en el país se necesita más fomento de parte del gobierno, actualmente el MIESS lo compra de manera directa y eso facilita la producción y el comercio en NATUPAL, requiriendo más ayuda de ese tipo.	
3	¿Qué aspectos considera usted que ayudará a los productos de NATUPAL para tener éxito en el Exterior?
El aspecto primordial que ayudará para que el producto tenga éxito es la mejora en cuanto a la promoción y producción que se tiene del producto, y así se hará un producto más atractivo para el mercado exterior.	
4	¿Qué ventajas tiene NATUPAL frente a sus competidores más cercanos?
Una de las ventajas es que el producto es reconocido localmente como el de más calidad en comparación con productos similares de otras empresas, dando paso a ser más vendido por este aspecto.	
5	¿Qué considera usted que necesitaría NATUPAL para decidirse a desarrollar un plan de exportación?

NATUPAL necesita tener conocimiento sobre lo que van realizando sin poner en riesgo la empresa y el producto, o que afecten en sus precios o su reputación.		
6	¿En cuánto a las estrategias de Marketing, cual considera que sería la adecuada para dar a conocer los productos de NATUPAL?	
Negociar un buen precio porque no se puede hacer un negocio injusto aceptando un precio más bajo de lo que cuesta, porque no sería rentable tener ese problema		
7	¿Estarían dispuestos a organizar estructural, societaria y productivamente la compañía para poder tener acceso a mercados internacionales o regionales?	
Si se estaría dispuesto a tener un cambio para mejorar el proceso de producción según se requiera en el país en el cual se va a vender el producto.		
Elaborado por: Marielena Pazmiño		Revisado por: Msc. Armando Medina
		Fecha: 23-09-2016

Lugar	NATUPAL- San Miguel de Palo Largo
Entrevistado	4
Tema	Proceso productivo y comercial de la harina de plátano.
Objetivo	Conocer los pasos del proceso productivo, la organización comunitaria y las oportunidades de la comunidad para ejecutar un plan de exportación de su producto “la harina de plátano”

Desarrollo de la entrevista

1	¿Cómo es el proceso que ustedes realizan para la cosecha y cuidado de las plantas de plátano en cuanto a fertilizantes e insumos de la tierra?
En NATUPAL solo se realiza el proceso de cultivo de forma natural y orgánica, y no se invierte en productos que dañen los cultivos, la siembra y el cuidado de las plantas es fundamental para obtener un buen producto y se lo realiza de forma artesanal evitando dañar las plantaciones con insumos artificiales.	
2	¿Qué aspectos considera usted que ayudará a los productos de NATUPAL para tener éxito en el Ecuador?

Actualmente el consumo y comercio lugar está yendo bien pero ayudaría la ayuda de entidades que promuevan el consumo, para que los habitantes del país tengan a su alcance un producto sano, natural y económicamente accesible

3 ¿Qué aspectos considera usted que ayudará a los productos de NATUPAL para tener éxito en el Exterior?

Lo que ayudaría a los productos de NATUPAL para tener éxito en el exterior es dar a conocer la calidad del producto desde el cultivo hasta que está terminado, dando a entender la buena capacidad de producción.

4 ¿Qué ventajas tiene NATUPAL frente a sus competidores más cercanos?

Frente a otras competidores NATUPAL posee la ventaja de tener plantaciones muy aptas para el cultivo y de forma natural obteniendo calidad reconocible del producto.

5 ¿Qué considera usted que necesitaría NATUPAL para decidirse a desarrollar un plan de exportación?

Para desarrollar un plan de exportación la empresa necesitar conocer cómo llevar su producto al exterior porque tiene toda la capacidad de producción, pero no la suficiente información sobre los procesos.

6 ¿En cuánto a las estrategias de Marketing, cual considera que sería la adecuada para dar a conocer los productos de NATUPAL?

Ganar al cliente mediante el producto acomodando según el gusto de ellos para que se pueda ser más solicitado.

7 ¿Estarían dispuestos a organizar estructural, societaria y productivamente la compañía para poder tener acceso a mercados internacionales o regionales?

Si se puede aceptar un cambio porque si se quiere llegar al exterior hay cosas en las que NATUPAL no tiene conocimiento de qué necesita mejorar o cambiar.

Elaborado por: Marielena Pazmiño	Revisado por: Msc. Armando Medina	Fecha: 23-09-2016
---	--	--------------------------

Análisis de la Entrevista

Mediante el resultado de la entrevista realizada, se observa la insuficiencia del conocimiento por parte de los productores al momento de querer internacionalizar su producto, recalando que este desconocimiento ha sido el principal obstáculo para desarrollar una exportación.

Con estos resultados se pretende sugerir el diseño de un plan de exportación de su producto estrella, la harina de plátano, que para la comunidad es un producto que tendrá acogida en los mercados porque tiene muchos beneficios en la salud, un buen sabor y un precio económico.

Con el diseño de un plan de exportación se busca incentivar la producción en NATUPAL, creando una fuente de ingresos con el potencial productivo individual y el trabajo en equipo, para el beneficio y crecimiento de todos ellos.

Capítulo IV La Propuesta

4. La Propuesta

Diseño de un Plan de Exportación dirigido a los productores de “NATUPAL” de la Comunidad de San Miguel de Palo Largo

4.1 Justificación

El plátano que es la materia prima para la elaboración de la harina tiene la especial característica de producirse en las 52 semanas del año y no genera inconvenientes su producción a lo largo del año.

Al procesarse el plátano en harina presenta varios beneficios en el ser humano, y sin extenderse por el campo médico, por tradición su consumo es apropiado en la dieta de las personas de cualquier edad, tiene un alto valor nutritivo, sobre todo en personas que no puedan consumir la harina tradicional de trigo, al no tener gluten es un perfecto sustituto para su alimentación aportándole todas las vitaminas y calorías requeridas.

Uno de los aspectos más relevantes en la producción de la harina de plátano es su sobresaliente calidad y sabor únicos en el mundo, debido a las condiciones geográficas ubicando al Ecuador entre los principales proveedores de plátano a nivel mundial, considerando así a la harina de plátano una de las mejores del mundo. Y en NATUPAL en la comunidad de San Miguel de Palo Largo – Manabí, producen la harina de plátano con el plátano que cultivan en sus suelos, y la comercializan a nivel local y esporádicamente a nivel nacional, la comunidad quiere llevar su producto a mercados exteriores, sin embargo, exportar es un acto que requiere tomar riesgos, hacer tratos, ser paciente, asumir el compromiso de poder evaluar debilidades y fortalezas tanto del productor como del producto para conocer la competencia que se debe vencer.

Los productores de la comunidad no tienen la información básica para realizar una exportación, por este motivo se propone el diseño de un plan de exportación que permita a los productores dar inicio a comercializar su producto en el exterior, destacando los principales puntos de la exportación para permitirles el fortalecimiento de conocimientos y la competencia en los mercados.

4.2 Objetivos

4.2.1 Objetivo de la Propuesta

Facilitar el proceso de la exportación de harina de plátano a los productores de NATUPAL en San Miguel de Palo Largo mediante el diseño de un plan de exportación mejorando sus actividades comerciales.

4.2.2 Objetivos específicos de la Propuesta

- Fortalecer los conocimientos en la exportación de harina de plátano a los productores de NATUPAL en San Miguel de Palo Largo.
- Determinar los principales aspectos técnicos y requerimientos específicos del producto para la exportación.
- Incentivar la exportación de la harina de plátano, generando el crecimiento económico de la Comunidad.

4.3 Desarrollo de la Propuesta

4.3.1 La Comunidad

La Comunidad de San Miguel de Palo Largo se encuentra en la parroquia Ayacucho de la provincia de Manabí, cuenta con un suelo fértil que permite ser cultivado, dando productos de calidad, es por eso sus habitantes decidieron asociarse para crear el Centro de Transformación de Alimentos “NATUPAL”, dirigido por la señora Ramona Campaña Erazo, es una asociación conformada mayormente por mujeres, que transforma la materia prima que cosechan para el desarrollo económico de su comunidad, a lo largo de su funcionamiento ha recibido ayuda para el financiamiento por parte de organismos que apoyan el desarrollo de estos proyectos como el Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS), el emprendimiento de esta comunidad es un ejemplo para las demás del país, ya que desde su pequeño comienzo ha ido tomando importancia para el desarrollo que ha logrado y busca llegar a generar mejores oportunidades para la comercialización de los productos que ofertan.

- **Información NATUPAL**

RUC: 139174121900

Dirección: Comunidad Palo Largo, s/n diagonal al CDI Popeye del INNFA

Constituido el 10 de octubre del 2006

Dirigido por: Sra. Ramona Campaña Erazo CI: 1302640972

Figura 13 NATUPAL San Miguel de Palo Largo



4.3.1.1 Localización de la Comunidad

La Comunidad de San Miguel de Palo Largo se encuentra en la Parroquia Ayacucho del Cantón Santa Ana de la provincia de Manabí en Ecuador, sus límites son:

Norte: Agua Fría

Sur: Faustino

Este: Los Laureles

Oeste: Ayacucho

Altitud: 300 m.s.n.m.

Precipitación: 700 m.m/año

Temperatura promedio: 22°C

4.3.2 Viabilidad del proyecto

4.3.2.1 Análisis FODA NATUPAL

Se hace un análisis de la comunidad de NATUPAL acerca de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que existe para hacer frente a las situaciones que presente en su actividad.

Tabla 15 FODA NATUPAL

Fortalezas	<ul style="list-style-type: none">✓ Suelos aptos para el cultivo de plátano.✓ Materia prima local, infraestructura propia.✓ Costos bajos de Mano de Obra.
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none">✓ Mayor consumo de productos saludables.✓ Apoyo de organismos públicos.✓ Alta calidad del plátano ecuatoriano.
Debilidades	<ul style="list-style-type: none">✓ Poco conocimiento del proceso de exportación.✓ Miedo al riesgo exterior.✓ Acceso a la tecnología e información.
Amenazas	<ul style="list-style-type: none">✓ Políticas de libre comercio.✓ Poder por las grandes compañías, competencia desleal.✓ Disminución en el precio internacional por la moneda.

Elaborado por Pazmiño, Marielena

4.3.2.2 Producto Sustituto

Para este producto los sustitutos son la harina de maíz y de trigo, que en la mente de los consumidores es la primera opción, pero los múltiples beneficios que presenta la harina de plátano es el perfecto producto sustituto para la harina comúnmente comercializada.

En los últimos años los hábitos alimenticios de las personas han cambiado, prefiriendo los productos que brindan nutrición, que son sanos y económicamente más accesibles, aspectos que la harina de plátano tiene una gran ventaja competitiva en comparación con las harinas más comercializadas y posicionadas para el consumidor en el mercado.

El nivel nutricional que posee la harina de plátano es más alto, se puede consumir diariamente porque es muy sana, es más económica, tiene usos más variados en contraste con las tradicionales y es por esto que se propone la idea de internacionalizar a mercados que cada vez buscan opciones sanas para el consumidor.

4.3.3 Descripción del Producto

La harina de plátano es un producto procesado, se necesita que el plátano que va a ser usado para procesarlo tenga una madurez de 3/4 aproximadamente, es decir como unos 80 días luego de que haya pasado su floración ya que es en esta etapa cuando el plátano obtiene su sabor ideal. El proceso de elaboración es por parte de las mujeres de la asociación las cuales procesan el plátano en unas máquinas que adquirieron con la ayuda del gobierno para impulsar su asociación.

La Comunidad actualmente dispone de un centro de procesamiento de 73.5m², uno de los aspectos más importantes es que la harina es elaborada por la materia prima producida orgánicamente. Y esto da la pauta para que sea de fácil acceso al mercado local, y se comercialice cada vez más, incluso el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) les compra directamente.

4.3.3.1 Aportes nutricionales y Beneficios en el ser humano

El plátano es una fruta que además de ser deliciosa tiene muchos beneficios para el consumo del ser humano en cualquier edad.

La harina de plátano tiene un beneficio altamente nutritivo, unos 100 gr. de consumo son aproximadamente 90 calorías, además al no poseer gluten es una alternativa excelente para las personas celíacas, referente a vitaminas es rica en vitaminas del grupo B, C y E, y cuenta con minerales como como el potasio y hierro, aportando beneficios energéticos, laxantes y diuréticos.

El valor nutritivo que tiene la harina de plátano hace que sea consumible en la dieta de personas de cualquier edad, mucho más en niños y personas de la tercera edad por la facilidad de consumo. (Chalbaud, 2013)

Algunos de los principales beneficios al consumir habitualmente la harina son, controlar el nivel de colesterol evitando el colesterol malo y contribuyendo al aumento del colesterol bueno, renueva el estado de ánimo, regula el funcionamiento del intestino.

En la siguiente tabla se valora las especificaciones de la información nutricional de la harina de plátano:

Tabla 16 Información Nutricional - Harina de plátano

INFORMACIÓN NUTRICIONAL	
Tamaño de porción 100 gr.	
Porciones por Envase 4	
Cantidad por porción	
Energía (Calorías) 1516kJ (370cal)	
Energía de Grasa (Cal. Grasa) 37kJ (10 cal)	
%Valor Diario *	
Grasa Total 1g	2%
Grasa Saturada 0g	0%
Colesterol 0 mg	0%
Sodio 0 mg	0%
Carbohidratos Totales 81g	27%
Azúcares 0g	
Proteína 6g	12%
*Porcentaje de Valores Diarios basados en una dieta de 8380kJ (2000 calorías)	

Fuente: NATUPAL
Elaborado por Pazmiño, Marielena

4.3.3.2. Partida Arancelaria

La partida arancelaria para el proceso de clasificación arancelaria sugerida para este producto se muestra a continuación:

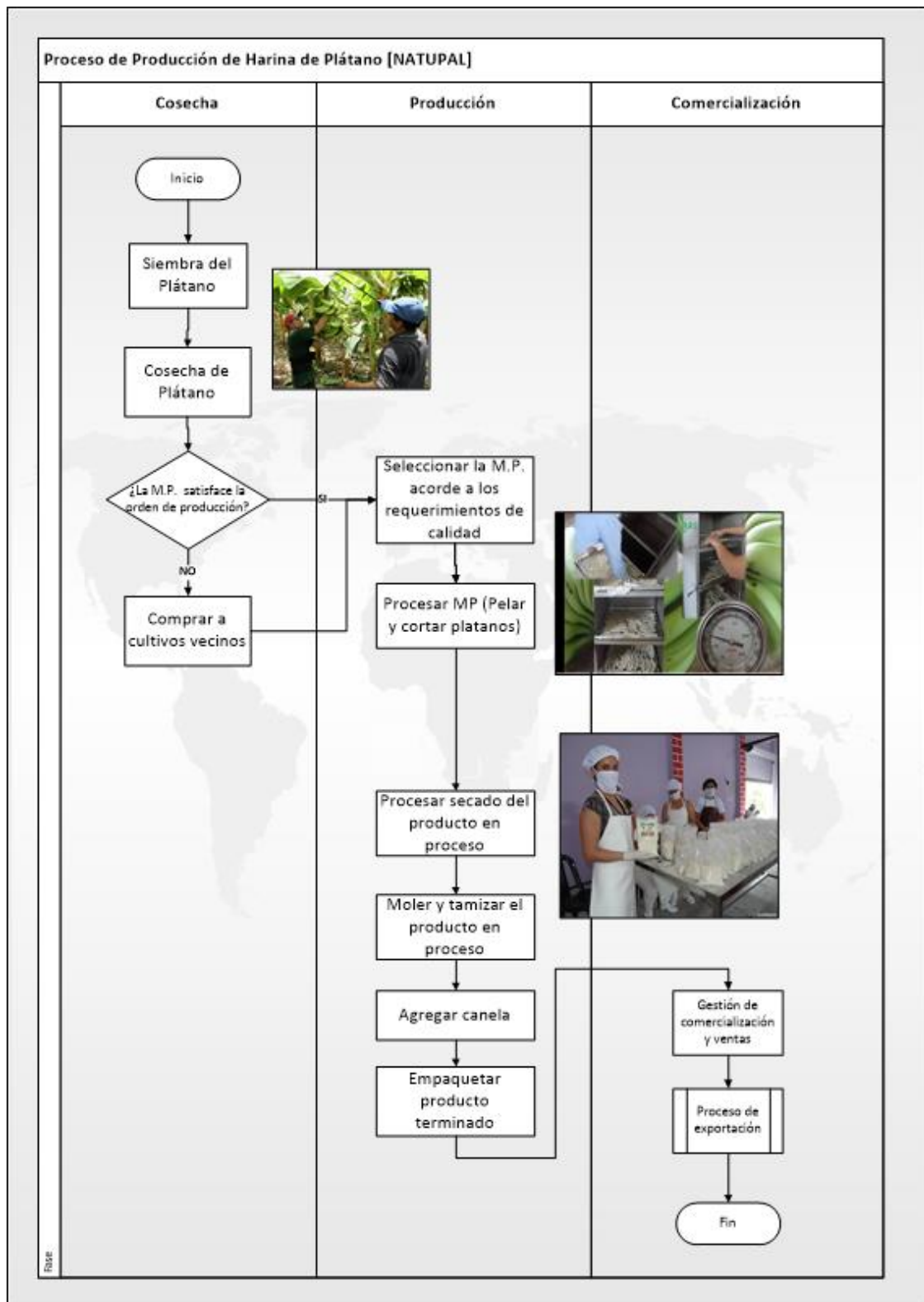
Tabla 17 Partida Arancelaria Harina de plátano

SubPartida Arancelaria 1106.30	
Sección II	Productos del Reino Vegetal
Capítulo 11	Productos de la molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo
Partida Sistema Armonizado 1106	Harina, sémola y polvo de las hortalizas de la partida 07 de los productos del Capítulo 8
SubPartida Sistema Armonizado 110630	-De los productos del Capítulo 8.
SubPartida Regional 11063010	--De bananas o plátanos

Fuente: Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE)
Elaborado por Pazmiño, Marielena

4.3.4 Proceso productivo

Figura 14 Flujoograma de Producción



Elaborado por Pazmiño, Marielena

4.3.4.1 Descripción del proceso productivo

- Siembra del Plátano

San Miguel de Palo Largo al poseer un clima tropical y un suelo fértil es apto para la siembra de plátano, el Dominico y Barraganete, el cual necesita temperaturas altas y humedad, la actividad la realizan los 12 meses del año, con siembra de estacas a una distancia de unos 3 metros por la dimensión del árbol que madurará, el cultivo es sin pesticidas y con abono orgánico por lo que es muy saludable.

- Cosecha del Plátano

Es la etapa final del cultivo, donde se recolecta el plátano aproximadamente a las 10 semanas de la siembra, que es donde ya está listo como materia prima para la transformación a harina.

- Selección de Materia Prima

Una vez cosechado el plátano se selecciona los mejores plátanos, aquellos que no estén magullados o estropeados con la manipulación, estando acorde con los requerimientos de calidad, obteniendo el mejor producto posible.

- Pelado y Cortado del Producto

Se procede a pelar la cáscara del plátano y luego cortar en tajadas para que se pueda secar de una forma más fácil.

- Secado

Con el plátano cortado se procede al secado, en donde se colocan las tajadas en una máquina deshidratadora con temperatura entre 50° y 60°, que a diferencia de los métodos tradicionales como el secado al sol que dura más tiempo y puede al estar expuesto a un ambiente cambiante que puede deteriorar el producto, este método es más rápido y conserva mejor el sabor.

Figura 15 Máquina de deshidratación



Fuente: NATUPAL

- **Molienda**

Una vez el plátano cortado esté deshidratado se procede a moler, colocando el producto en una máquina donde se transforma en harina de fina textura, para un sobresaliente acabado las tajadas deben estar lo más secas posibles, así el rendimiento de la harina será mejor.

Figura 16 Máquina de molienda



Fuente: NATUPAL

- **Tamizado**

Luego de obtener la harina se procede a realizar el tamizado pasando por una máquina, este proceso se efectúa para que la harina quede lo más fina posible y poder eliminar residuos que pudieron quedar en la molienda, luego como aditiva final se agrega una mínima porción de canela para una mejor esencia y sabor.

Figura 17 Máquina Tamizadora



Fuente: NATUPAL

- **Empaquetado**

La última fase de la producción, donde se empaca la harina en envases donde se precia la cantidad, el código de barras, los ingredientes, entre otros, y queda sellada de manera adecuada evitando la humedad u otras afectaciones que pueden dañar el producto.

- **Comercialización**

En la comercialización se utiliza el transporte adecuado hasta que llega al cliente final, teniendo en cuenta los principales elementos del deterioro para evitar la afectación del producto.

4.3.5 Mercado potencial de destino

Determinar cuál es el mercado más apropiado para dar inicio a la exportación es una riesgosa aventura y difícil decisión, sobre todo en el caso de las pequeñas empresas sin experiencia previa.

La página web de El Banco Central del Ecuador determina que los cinco principales países a los que se podría destinar la harina de plátano son: Estados Unidos, Países Bajos, Bélgica, República Dominicana, y España. Estos cinco mercados son los más atractivos del mercado, según el volumen de exportación que se registró desde el 2015 al primer semestre del 2016.

Tabla 18 Principales mercados potenciales

Exportaciones 2015- 1er semestre del 2016			
CANTIDAD			
Subpatida	País	Peso neto (TM)	Miles USD FOB
1106.30.10.00	Estados Unidos	8,837.28	4,018.58
1106.30.10.00	Países Bajos	1,222.74	569.59
1106.30.10.00	Bélgica	1,026.96	452.09
1106.30.10.00	República Dominicana	940.57	407.12
1106.30.10.00	España	674.85	338.84

Elaborado por Pazmiño, Marielena
Fuente: BCE

Siendo estos mercados con los que existe más comercio del producto mencionado, se sugiere para este trabajo el país de Estados Unidos como el mejor mercado potencial de destino para los productores de San Miguel de Palo Largo, ya que este país es uno de los principales socios que tiene el Ecuador, la logística y costos de transporte son menos complejos y con costos menores que hacia países europeos, las organizaciones que promueven el comercio en Ecuador promueven mecanismos para la internacionalización de productos hacia USA.

Estados Unidos

Los altibajos y las tensiones han caracterizado la relación entre Ecuador y Estados Unidos, pero, pese a los roces, la realidad parece demostrar que los vínculos son fuertes y su mantenimiento una necesidad para ambos países.

Una gran variedad de productos importados desde los Estados Unidos está sujetos a varios controles de importación. Estos productos requieren una inspección, certificado de importación, o notificación obtenida de varias entidades gubernamentales. Otros productos están sujetos a cuotas y medidas anti dumping.

Caso: Estados Unidos mercado potencial.

En nueva York la Oficina Comercial de Ecuador (OCENY) como recomendación al sector ecuatoriano considera que el sector exportador se interese en seguir expandiéndose, contando con los datos e información actualizada que permita tener la estrategia adecuada acorde con lo que demanda el mercado estadounidense.

Los productos procesados continúan siendo un gran potencial en el comercio ecuatoriano, y de parte de Pro Ecuador a través de OCENY seguirá impulsando las oportunidades comerciales mediante la feria especializada Fancy Food Show, teniendo como objetivo fortalecer las exportaciones de alimentos procesados al mercado norteamericano, el cual registra hasta enero del 2016 un total de 73,046.26 FOB Miles USD, siendo USA el socio principal comercial con un 23.24%. (PROECUADOR, 2016)

Clientes potenciales del producto en USA

Estas son algunas empresas en Estados Unidos que demandan alimentos sanos y con las que se puede hacer una negociación. (Santander, 2016)

All Market Inc.
38W 21st St FL11
New York, New York (NY)
10010 – United States
Telf: 2122060763

W W Industrial Group Inc.
1 Brewster St Ste 3
Glen Cove, new York (NY)
11542 – United States
Telf: 5166769188
Contacto: Qi Wu

Bell-Carter Foods Inc.
3742 Mt Diablo Blvd
Lafayette, California (CA)
Telf: 9252845933
Página web: www.lindsayolives.com
Contacto: Ray Rogers

Natural Food
7551 NE 2nd Ave
MIAMI, Florida (FL)
33138 – United States
Telf: 5177258624

Competidores en Ecuador

Los datos del Banco Central indican que estas son algunas de las empresas que más exportaron el producto de la partida 1106.30.10.00 en el 2015 hacia Estados Unidos.

- **Alimentos de Banano S.A. Alibana**
Emilio Gonzalez s/n vía agua Potable

- **CEICONSA S.A.**
Circunvalación Norte 42-43 Macel Laniado Centro Comercial Unicornio

- **Exportadora BestFruit S.A**
Vía a Samborondón Km. 1.5

- **FADAVILL S.A.**
Victor Manuel Rendón 1006 Lorenzo de Garaicoa Huancavilca

- **Exportadora Meldix S.A.**
Guayaquil

Competidores en el exterior.

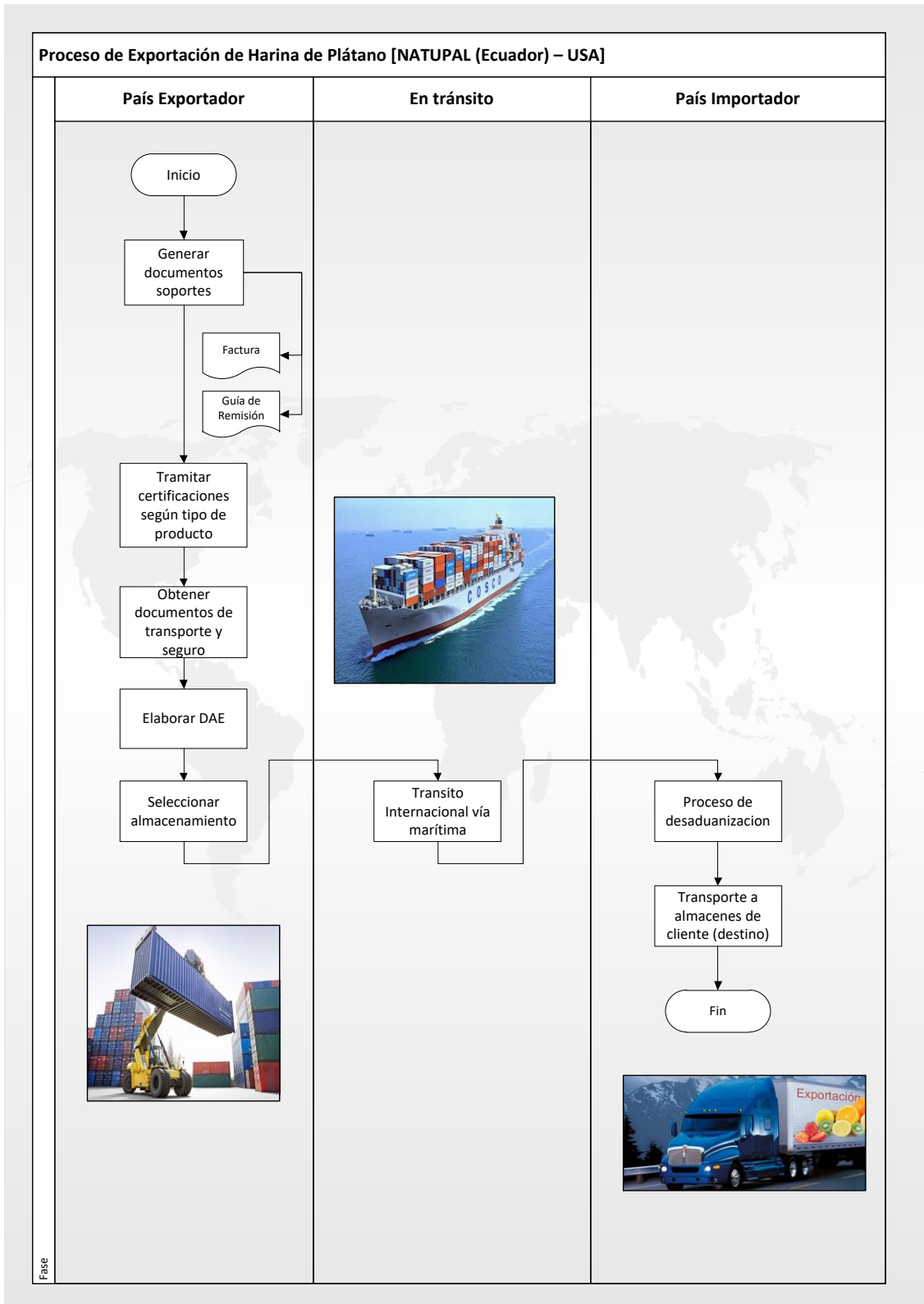
Loa datos en la página web Trade Map señala que los países que más exportaron en el 2015 el producto de la partida 110630.10.00 en miles de dólares FOB son, China con un valor de \$320, Perú con \$645, Ghana con \$131, Chile con \$677, India con \$896, Sri Lanka con 1797, Filipinas con 2213

Tabla 19 Proveedores de Harina de Plátano en USA

Valor en exportaciones periodo 2015	
País Exportador	Miles de dólares FOB
Filipinas	\$ 2213
Sri Lanka	\$ 1797
India	\$ 896
Chile	\$ 677
Perú	\$ 645
China	\$ 320
Ghana	\$ 131

Fuente: TradeMap
Elaborado por Pazmiño, Marielena

4.3.6 Proceso de exportación



Elaborado por Pazmiño, Marielena

4.3.6.1 Requerimientos para la exportación.

Certificaciones

Permiso de Funcionamiento

La Planta donde se procesa el producto debe tener el Permiso de Funcionamiento que debe estar vigente de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)

Para obtener este permiso, se visita el siguiente enlace:

<http://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>

Marca Primero Ecuador

Obtención de la marca Primero Ecuador en los productos para la autorización del uso de la marca como requisito para exportar.

Para la obtención de esta marca, se visita el siguiente enlace:

<http://www.produccion.gob.ec/como-obtener-la-marca-primero-ecuador/>

Certificado Digital de Firma Electrónica y Token

Obtención del Token por parte de la empresa para la Firma electrónica en el ECUAPASS para la exportación.

Registro en el ECUAPASS

La empresa debe registrarse como exportador en el ECUAPASS.

Para el registro en el ECUAPASS se visita el sitio:

<https://ecuapass.aduana.aduana.gob.ec/>

4.3.6.2 Requerimientos del país de destino

Barreras Arancelarias

Las barreras arancelarias son tarifas que se cobran a importadores y exportadores peso y salida de productos, en el territorio nacional no hay que pagar tarifa alguna.

La tarifa por barreras arancelarias en el país de Estados Unidos para este tipo de productos es:

Tabla 20 Arancel en Estados Unidos

Country	CLAN	Product	MFN duties(Applied)
Ecuador	11063020	Flour, meal and powder of banana and plantain	2.8%

Fuente: Market Access Map
Elaborado por Pazmiño, Marielena

Barreras No arancelarias

- Los permisos de importación que pueden requerirse para esta clase de productos son los formularios PPQ 587 y PPQ 586, los cuales deberán ser llenados y enviados por correo electrónico o por fax al APHIS (Animal and plant Health Inspection Service)

Para el llenado del documento PPQ 587 se visita el enlace:

https://www.aphis.usda.gov/plant_health/permits/downloads/forms/ppqform587.pdf

Para el llenado del documento PPQ se visita el enlace:

https://www.aphis.usda.gov/plant_health/permits/downloads/forms/ppqform586.pdf

- Este producto posiblemente esté sujeto a la inspección por parte de la APHIS, la cual es responsable de proteger y promover en USA la sanidad agropecuaria, la administración de la Ley de Bienestar Animal y la gestión de fauna silvestre.
- Para este producto se solicita que haya una previa notificación ante la FDA (Food and Drug Administration), la cual protege la salud pública mediante la regulación

de los productos de uso humano. La cual electrónicamente se la puede realizar en el sitio, www.access.fda.gov

- La etiqueta que se debe usar en este producto por exigencia de USA debe estar en inglés y en formato NutricionFacts y con los ingredientes aprobados.
- El empaque a utilizarse serán sacos de polipropileno reciclables, material regulado por las entidades Federal Trade Commission (FTC) y Environmental Protection Agency (EPA), que emiten normas que buscan reducir los residuos de cadmio, cromo hexavalente y mercurio tanto del empaque como del embalaje. Además, se requiere que tenga el código de reciclado establecido por la Society Plastic Industry.

Figura 18 Codificación para reciclar



Fuente: Recytrans

Incoterm

Para la exportación en el caso de la comunidad de San Miguel de Palo Largo, se sugiere que el término más conveniente es el FOB (Free on Board), ya que es el más común en las negociaciones internacionales por medio marítimo.

La responsabilidad del exportador la asume hasta que la mercancía sea entregada a bordo del buque en el puerto convenido de embarque, y el importador desde ese punto tiene que asumir los costos y riesgos de daños y pérdidas del producto. El exportador también se encarga de contratar el transporte internacional que a su vez será asumido por el importador.

La obligación como vendedor será entregar la mercadería, documentación necesaria, el empaque, embalaje, el transporte interno, los gastos de aduana y de exportación, y las del comprador serán el pago de las mercancías, el flete y el seguro, los gastos de importación que generen. Elegir el puerto a destinar la exportación en Estados Unidos, entre los principales puertos están por el oeste, Long Beach, Los Ángeles, y por la costa este se encuentran los puertos de, New York, New Jersey, Miami, Port Everglades.

Figura 19 Incoterm FOB



Fuente: Comercio y Aduanas

Forma de Pago

Este es uno de los aspectos más importantes de las operaciones de comercio exterior. Existen varias formas para recibir o realizar el pago de mercancías: cheques, giros bancarios, órdenes de pago, mixta, cobranzas bancarias internacionales y cartas de crédito.

Se sugiere que la forma de pago más conveniente sería mediante carta de crédito irrevocable, que es una de las más recomendables en las negociaciones internacionales, en donde el exportador solicita al importador la Carta de Crédito por medio del banco, y el pago se realiza con la presentación de los documentos y condiciones establecidas.

Irrevocable Confirmada: La carta de crédito irrevocable confirmada brinda una mayor seguridad al vendedor.

- Es emitida por el banco en el país del comprador
- Confirmada por el banco del país del vendedor

- El compromiso de la carta es aceptado por ambas partes y no puede ser modificado sin permiso de las partes que están involucradas.
- El banco del comprador garantiza el compromiso de pago al banco del vendedor según las condiciones aceptadas en la carta de crédito, dando una ventaja al vendedor a la hora de elegir este medio de pago.

Fase Pre Embarque

La harina de plátano será empacada en sacos de polipropileno de 45kg, el proceso debe ir conforme al sistema estadounidense, con la equivalencia en gramos o kilogramos, y otra información que puede ser adicional.

El proceso de exportación inicia con la transmisión electrónica de la DAE (Declaración aduanera de Exportación) en el ECUAPASS, y esta a su vez se debe acompañar de factura, packing list, el documento de transporte que es el conocimiento de embarque (B/L) y toda la documentación que pueda ser requerida antes del embarque.

Los datos principales que se registran en la DAE son:

- Los datos del exportador
- La descripción de la mercadería según la factura
- Destino, cantidad, peso
- Datos del consignatario

Para este proceso, se puede contratar un agente de Aduana para el registro del trámite de Aduana, aunque cabe recalcar que no está en la obligación de hacerlo

Fase Embarque

Generación del manifiesto.

En esta fase el transportista que sea contratado es el que está obligado a ingresar los datos para la Generación del Número de Manifiesto de Carga Electrónico, para que el medio de transporte pueda zarpar del puerto con la mercadería a exportar.

Los datos que se ingresan para la generación del manifiesto son:

- Operario del transporte
- Nombre del buque
- Puerto de Embarque
- Fecha estimada de salida.

4.3.7 Análisis Financiero de la Exportación

La empresa comunitaria NATUPAL en San Miguel de Palo Largo mantiene ventas de harina de plátano que les ayuda al desarrollo de su comunidad, a la solvencia económica de cada persona que opera en el lugar, sus ventas son a nivel local, y también por parte del gobierno, como el MIES que les compra directamente.

Inversión Inicial

La Inversión Inicial de la comunidad es de \$100.000,00 para el proceso de exportación tomada de las ventas realizadas en el 2016 y del capital unitario que aportan los socios.

Costos Fijos

Tabla 21 Costos Fijos

COSTOS FIJOS	PRECIO MENSUAL
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 21,00
GASTOS DEL PERSONAL (SUELDOS Y JORNALES)	\$ 2.976,00
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 2.997,00

Elaborado por Pazmiño, Marielena

En relación al producto, los valores de los costos fijos directamente relacionados son servicios básicos y sueldos de la empresa, de \$2997 mensual por 200 sacos producidos. Los gastos por personal son de los operarios.

Tabla 22 Presupuesto Proyectado de Costos Fijos

PRECIO ANUAL 2017	2018	2019	2020	2021
\$252,00	\$ 315,00	\$ 378,00	\$ 441,00	\$ 567,00
\$35.712,00	\$ 44.640,00	\$ 53.568,00	\$ 62.496,00	\$ 80.352,00
\$ 35.964,00	\$ 44.957,00	\$ 53.949,00	\$ 62.941,00	\$ 80.924,00

Elaborado por Pazmiño, Marielena

Costos Variables

Tabla 23 Costos Variables

COSTOS VARIABLES	PRECIO MENSUAL
PLÁTANO BARRAGANETE/ DOMINICO	\$ 3.000,00
CANELA	\$ 200,00
SACOS POLIPROPILENO	\$ 20,00
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 3.220,00

Elaborado por Pazmiño, Marielena

Costos Variables por producir 200 sacos mensuales son de \$3220.

Tabla 24 Presupuesto proyectado de Costos Variables

2017	2018	2019	2020	2021
\$ 36.000,00	\$ 45.000,00	\$ 54.000,00	\$ 63.000,00	\$ 81.000,00
\$ 2.400,00	\$ 3.000,00	\$ 3.600,00	\$ 4.200,00	\$ 5.400,00
\$ 240,00	\$ 300,00	\$ 360,00	\$ 420,00	\$ 540,00
\$ 38.640,00	\$ 48.300,00	\$ 57.960,00	\$ 67.620,00	\$ 86.940,00

Elaborado por Pazmiño, Marielena

Gastos Comerciales

Representa los gastos por la exportación que se presenten en los 5 años proyectados. El costo del flete internacional será devuelto en la factura estipulado en la carta de crédito.

Tabla 25 Presupuesto Proyectado por Gastos Comerciales.

	MENSUAL	2017	2018	2019	2020	2021
GASTOS COMERCIALES						
Permisos Fitosanitarios entre otros	\$ 100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.225,03	\$ 1.250,06	\$ 1.275,09	\$ 1.312,64
Inspección en origen	\$ 260,00	\$ 3.120,00	\$ 3.185,08	\$ 3.250,16	\$ 3.315,24	\$ 3.412,87
Control antidroga	\$ 160,00	\$ 1.920,00	\$ 1.960,05	\$ 2.000,10	\$ 2.040,15	\$ 2.100,23
Manipuleo mercadería	\$ 65,00	\$ 780,00	\$ 796,27	\$ 812,54	\$ 828,81	\$ 853,22
Flete interno	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ 4.410,11	\$ 4.500,23	\$ 4.590,34	\$ 4.725,51
Flete Internacional	\$ 3.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.750,94	\$ 37.501,88	\$ 38.252,82	\$ 39.379,22
Emisión de documentos	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 612,52	\$ 625,03	\$ 637,55	\$ 656,32
TOTAL	\$ 3.995,00	\$ 47.940,00	\$ 48.940,00	\$ 49.940,00	\$ 50.940,00	\$ 52.440,00

Elaborado por Pazmiño, Marielena

Gastos Administrativos

Tabla 26 Gastos Administrativos

Gastos Administrativos	MENSUAL
Servicios Básicos	\$ 15,00
Sueldos	\$ 1.488,00
TOTAL Gastos Administrativos	\$ 1.503,00

Elaborado por Pazmiño, Marielena

Los Gastos Administrativos Mensuales son de \$1503 en la Comunidad

Tabla 27 Gastos Administrativos Proyectados

PRECIO ANUAL 2017	2018	2019	2020	2021
\$180,00	\$ 225,00	\$ 270,00	\$ 315,00	\$ 405,00
\$17.856,00	\$ 22.320,00	\$ 26.784,00	\$ 31.248,00	\$ 40.176,00
\$ 18.036,00	\$ 22.545,00	\$ 27.054,00	\$ 31.563,00	\$ 40.581,00

Elaborado por Pazmiño, Marielena

Ingresos por Ventas

Tabla 28 Unidades Presupuestadas

	2017	2018	2019	2020	2021
Unidades Anuales	2400	3000	3600	4200	5400
Unidades Mensuales	200	250	300	350	450

Elaborado por Pazmiño, Marielena

Se prevé un incremento en ventas de 600 unidades anuales y en el último año un aumento de 1200 unidades.

Tabla 29 Ingresos por Ventas Proyectados

	2017	2018	2019	2020	2021
Precio Unitario	\$62	\$62	\$63	\$63	\$64
Precio Anual	\$ 148.800,00	\$ 186.000,00	\$ 226.800,00	\$ 264.600,00	\$ 345.600,00

Elaborado por Pazmiño, Marielena

Se estima un precio de venta de \$62 por unidad (saco), y se muestran los ingresos por ventas en el lapso de 5 años.

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es de 2083 unidades, es decir, se necesita exportar 2083 sacos de harina de plátano para que los ingresos sean iguales a los egresos; por tanto, a partir de la venta de 2084 sacos de harina de plátano, recién se estaría empezando a generar utilidades, mientras que la venta de 2082 sacos o de un número menor significaría pérdidas.

Tabla 30 Cálculo del Punto de Equilibrio

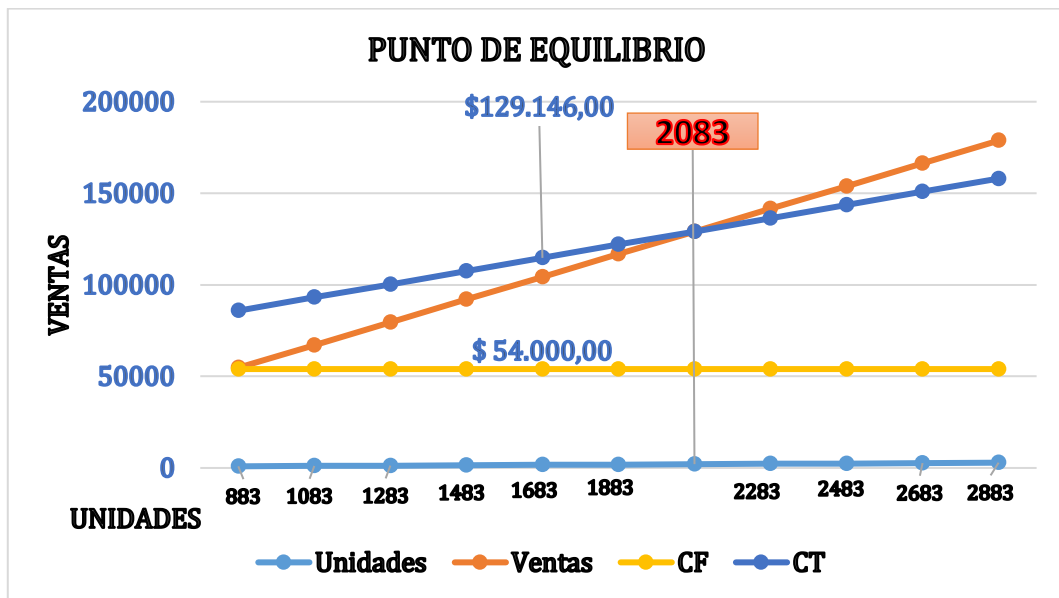
$$PE = CF / (PVU - CVU)$$

$$PE = 54000 / (62 - 36,08)$$

PE = 2083 unidades.

Elaborado por Pazmiño, Marielena

Figura 20 Punto de Equilibrio



Elaborado por Pazmiño, Marielena

Estado de Resultado Integral

El Estado de Resultado Integral muestra en el lapso de cinco años, lo que se promedia exportar, cuantos ingresos, egresos y utilidad tiene la comunidad.

Tabla 31 Estado de Resultado Integral

Ingresos	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas	\$ 148.800,00	\$ 186.000,00	\$ 226.800,00	\$ 264.600,00	\$ 345.600,00
Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Ingresos	\$ 148.800,00	\$ 186.000,00	\$ 226.800,00	\$ 264.600,00	\$ 345.600,00
Costos					
Costos de Ventas	\$ 74.604,00	\$ 93.257,00	\$ 111.909,00	\$ 130.561,00	\$ 167.864,00
Utilidad Bruta	\$ 74.196,00	\$ 92.743,00	\$ 114.291,00	\$ 134.039,00	\$ 177.736,00
(-) Gastos Comerciales	\$ 47.940,00	\$ 48.940,00	\$ 49.940,00	\$ 50.940,00	\$ 52.440,00
Gastos administrativos	\$ 18.036,00	\$ 22.545,00	\$ 27.054,00	\$ 31.563,00	\$ 40.581,00
Utilidad Operativa	\$ 8.220,00	\$ 21.258,00	\$ 37.897,00	\$ 51.536,00	\$ 84.715,00
Utilidad antes de del 15% Trab.	\$ 8.220,00	\$ 21.258,00	\$ 37.897,00	\$ 51.536,00	\$ 84.715,00
15% Participación Trabajadores	\$ 1.233,00	\$ 3.188,70	\$ 5.684,55	\$ 7.730,40	\$ 12.707,25
Utilidad Antes de impuestos	\$ 6.987,00	\$ 18.069,30	\$ 32.212,45	\$ 43.805,60	\$ 72.007,75
Reserva Legal	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ 6.987,00	\$ 18.069,30	\$ 32.212,45	\$ 43.805,60	\$ 72.007,75
Impuesto a la Renta 22%	\$ 1.537,14	\$ 3.975,25	\$ 7.086,74	\$ 9.637,23	\$ 15.841,71
Utilidad neta	\$ 5.449,86	\$ 14.094,05	\$ 25.125,71	\$ 34.168,37	\$ 56.166,05

Elaborado por Pazmiño, Marielena

Flujo de Caja

El Flujo de Caja es la parte líquida del proceso proyectado en donde se realiza un análisis en el lapso de 5 años en el cual se detallan los ingresos y egresos de las unidades que van incrementando continuamente con un correcto manejo de los recursos a utilizarse.

Tabla 32 Flujo de Caja Proyectado

FLUJO DE CAJA

DESCRIPCION	2016	2017	2018	2019	2020	2021
SALDO INICIAL		\$ -	\$ 8.220,00	\$ 29.478,00	\$ 67.375,00	\$ 118.911,00
Inversión Inicial	\$ 100.000,00					
INGRESOS EFECTIVOS (VENTAS)		\$ 148.800,00	\$ 186.000,00	\$ 226.800,00	\$ 264.600,00	\$ 345.600,00
TOTAL DISPONIBLE		\$ 148.800,00	\$ 194.220,00	\$ 256.278,00	\$ 331.975,00	\$ 464.511,00
GASTOS COMERCIALES		\$ 47.940,00	\$ 48.940,00	\$ 49.940,00	\$ 50.940,00	\$ 52.440,00
GASTOS OPERATIVOS		\$ 74.604,00	\$ 93.257,00	\$ 111.909,00	\$ 130.561,00	\$ 167.864,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 18036,00	\$ 22.545,00	\$ 27.054,00	\$ 31.563,00	\$ 40.581,00
TOTAL DE EGRESOS		\$ 140.580,00	\$ 164.742,00	\$ 188.903,00	\$ 213.064,00	\$ 260.885,00
NETO DISPONIBLE		\$ 8.220,00	\$ 29.478,00	\$ 67.375,00	\$ 118.911,00	\$ 203.626,00

Elaborado por Pazmiño, Marielena

TIR, VAN y Payback

La VAN y la TIR que simbolizan la inversión en la producción y exportación de la comunidad NATUPAL, es viable con una Tasa Interna de Retorno de 45% y un Valor Actual Neto de \$ 8.453,51, y Payback de 2 años, estas cifras hacen que el flujo proyectado sea viable.

$$\text{TIR} = (\text{Flujo } 1 / 1 + \%) + (\text{Flujo } 2 / 1 + (\%)^2) + (\text{Flujo } 3 / 1 + (\%)^3) + (\text{Flujo } 4 / 1 + (\%)^4) + (\text{Flujo } 5 / 1 + (\%)^5)$$

$$\text{VAN} = (\text{Flujo } 1 / 1 + \%) + (\text{Flujo } 2 / 1 + (\%)^2) + (\text{Flujo } 3 / 1 + (\%)^3) + (\text{Flujo } 4 / 1 + (\%)^4) + (\text{Flujo } 5 / 1 + (\%)^5) - \text{Inv. Inicial}$$

$$\text{Payback} = \text{Inversión Inicial} / \text{Valor de Flujos de Caja.}$$

Tabla 33 TIR, VAN y Payback

CALCULO DE TIR Y VAN

DESCRIPCION	INVERSIÓN	GANANCIA 1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
VENTAS	\$ 100.000,00	\$ 8.220,00	\$ 29.478,00	\$ 67.375,00	\$ 118.911,00	\$ 203.626,00
Inversión Inicial		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CALCULO	\$ (100.000,00)	\$ 8.220,00	\$ 29.478,00	\$ 67.375,00	\$ 118.911,00	\$ 203.626,00

TIR
VAN
Payback

45%
\$ 8.453,51
2

Elaborado por Pazmiño, Marielena

Retorno Sobre Ventas (ROS)

Indica que el promedio de venta con respecto a su utilidad neta genera un 4.66% en el primer año; así mismo en el 5to año el promedio de venta con respecto a su utilidad genera un 16.25%

ROS= Utilidad Neta/ Ventas

ÍNDICE DE RENTABILIDAD					
	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
ROS	4,66%	7,58%	11,08%	12,91%	16,25%

Elaborado por Pazmiño, Marielena

Conclusiones

La empresa de la comunidad no cuenta con una experiencia en exportaciones al no estar capacitada en el campo del comercio exterior, esto puede complicar al inicio el proceso de la exportación. Las cuales podrían traer consecuencias como, no tener a tiempo los pedidos, no cumplir con los requerimientos que manejan los países a los que ofertarán su producto y tener problemas con el visto bueno y la aceptación, incumplir los acuerdos legales por la inexperiencia del manejo de estos.

Es necesario dar las pautas necesarias para el diseño del plan de exportación, buscando el mercado apropiado para la introducción el producto.

El costo de producción de la harina de plátano es bajo y no requiere muchos procesos, y se lo puede vender a un precio en el cual se puede tener una buena rentabilidad.

La rentabilidad de la exportación mantiene el retorno con una TIR de 45%, una VAN positiva, y Payback de 2 años dando viabilidad al proyecto, con un adecuado manejo de los recursos.

El proceso para los exportadores en Ecuador no es tan complicado ni tedioso, y los productores de la Comunidad de San Miguel de Palo Largo, pueden adaptarse al proceso de forma rápida

Se concluye que, según la actividad observada en la producción y manejo de recursos de la harina de plátano, hay un esfuerzo por querer el desarrollo su comunidad, que a pesar de haber empezado solo como productores artesanales, poco a poco se van capacitando aumentando sus ventas y su utilidad.

Recomendaciones

Para que la harina de plátano sea más competitiva, se sugiere que tenga un nombre comercial, para un posicionamiento rápido en la mente del consumidor. Capacitarse en marketing para una mejor comercialización y posicionamiento del producto, mediante la creación del branding, que es un mecanismo desarrollado para dar a conocer la marca y posicionarla en la mente del consumidor, resaltando el valor del producto, generando confianza y diferenciándose de la competencia.

Se recomienda que las exportaciones de la harina de plátano se realicen en término FOB, para que los productores no asuman el riesgo en el traslado internacional, además que este término es el más recomendado en las negociaciones.

Estar dispuestos a los cambios que pueden presentarse en su organización para poder tener una mejor producción y más atractiva para el mercado exterior, no dejar a la improvisación los procedimientos a realizarse.

El plan de exportación es sólo sugerido para el mercado de Estados Unidos, y los productores deben decidir si desean aplicarlo o no.

Los productores tienen un mercado por explorar, y se recomienda buscar clientes y puntos de venta hacia donde quieran llevar su producto.

Los productores deben actualizarse en tecnología, ya que, en cualquier negocio, esta herramienta es una gran ventaja a la hora de competir.

Tener en cuenta las dificultades que en todo inicio de un proyecto como este puedan presentarse, y no por eso detenerse en aventurarse a buscar mercados exteriores.

Bibliografía

- ADSI. (20 de abril de 2011). *http://mpintortriana*. Recuperado de ¿Qué es logística?: <http://mpintortriana.blogspot.com/>
- B, M. (s.f.). *http://www.pymerang.com*. Recuperado de Estrategia de exportación: <http://www.pymerang.com/marketing-y-redes/marketing/estrategia-de-marketing/inteligencia-de-mercado/contexto-de-mercado/148-exportacion-planificacion-y-estrategia>
- Barragán, A. (s.f.). *http://www.pymerang.com*. Recuperado de La logística en la distribución del producto: <http://www.pymerang.com/logistica-y-supply-chain/logistica/distribucion/309-logistica-de-distribucion>
- Benavides, J. (1999). *LA MORERA, UN FORRAJE DE ALTO VALOR NUTRICIONAL*. Turrialba: Estación Experimental de Pastos y Forrajes.
- Bordera, M. (2 de agosto de 2012). *http://www.manubordera.com*. Recuperado de David Ricardo y La Ventaja Comparativa: <http://www.manubordera.com/david-ricardo-y-la-ventaja-comparativa/>
- Castillo, R. (21 de febrero de 2013). *http://comerciointernacionaltarapoto.blogspot.com/*. Recuperado de <http://comerciointernacionaltarapoto.blogspot.com/2013/02/el-comercio-internacional-causas.html>
- Chalbaud, P. (2013). *Beneficios de la harina de Plátano*. Venezuela: Patricia Chalbaud.
- Constitución de la República del Ecuador. (21 de diciembre de 2015). <http://www.fielweb.com>. Recuperado de <http://www.fielweb.com:4080/CONSTITUCION-DE-LA-REPUBLICA-DEL-ECUADOR.pdf>
- COPCI. (octubre de 2013). *http://www.cancilleria.gob.ec*. Recuperado de <http://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/reglamento-codigo-organico-produccion-comercio-inversiones.pdf>
- Helpman, E. (2014). *El Comercio Internacional*. México: Fondo de Cultura Económica.

- ITA. (s.f.). <http://web.itainnova.es>. Recuperado de Logística de Aprovisionamiento: <http://web.itainnova.es/elogistica/lineas-de-trabajo/logistica-inteligente/logistica-de-aprovisionamiento/>
- MAGAP. (2012). *Ecuador: MAGAP apoya en el desarrollo de cadenas productivas*. Ecuador: a.e.b.e.
- Ministerio de Salud Pública. (junio de 2014). <http://www.controlsanitario.gob.ec>. Recuperado de <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/08/REGLAMENTO-SANITARIO-DE-ETIQUETADO-DE-ALIMENTOS-PROCESADOS-PARA-EL-CONSUMO-HUMANO-junio-2014.pdf>
- OMS. (1 de julio de 2015). *OMS*. Recuperado de Boletín de la OMS: <http://www.who.int/bulletin/releases/NFM0715/es/>
- Pacari. (2015). *Pacari*. Recuperado de Pacari Nuestra historia: <http://www.pacarichocolate.com/conocenos#historia>
- Portafolio. (14 de abril de 2015). <http://www.portafolio.co/>. Recuperado de <http://www.portafolio.co/internacional/comercio-mundial-aumentara-2015-2016-34130>
- PROECUADOR. (2015). <http://www.proecuador.gob.ec>. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/asesoria/capacitacion-a-exportadores-ecuatorianos/>
- PROECUADOR. (2015). <http://www.proecuador.gob.ec>. Recuperado de ¿Qué son barreras arancelarias?: <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-arancelarias/>
- PROECUADOR. (2015). <http://www.proecuador.gob.ec>. Recuperado de ¿Qué son barreras no arancelarias?: <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-no-arancelarias/>
- PROECUADOR. (2015). <http://www.proecuador.gob.ec/>. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/banano/>

- PROEcuador. (enero de 2016). <http://www.proecuador.gob.ec>. Recuperado de Boletín Mensual Comercio Exterior, exportaciones tradicionales y no tradicionales: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/01/ENE.pdf>
- PROEcuador. (2016). <http://www.proecuador.gob.ec>. Recuperado de Selección del mercado Objetivo: <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-factores-del-mercado-destino-se-deben-considerar-para-la-exportacion/>
- PROEcuador. (Enero de 2016). <http://www.proecuador.gob.ec/>. Recuperado de Boletín Mensual de Comercio Exterior: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/01/ENE.pdf>
- PROEcuador. (enero de 2016). <http://www.proecuador.gob.ec/>. Recuperado de Boletín Mensual, exportaciones petroleras y no petroleras: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/01/ENE.pdf>
- Rosales, F. (18 de enero de 2016). <http://www.elcomercio.com/>. Recuperado de La grave enfermedad de la economía del Ecuador: <http://www.elcomercio.com/cartas/grave-enfermedad-economia-ecuador.html>
- Santander. (2016). <https://es.portal.santandertrade.com/>. Recuperado de https://es.portal.santandertrade.com/encontrar-socios/importadores-estados-unidos?onglet_activ=#
- Santander. (s.f.). <https://es.portal.santandertrade.com>. Recuperado de INCOTERMS 2010: <https://es.portal.santandertrade.com/banca/incoterms-2010#haut>
- Senplades. (2013). <http://www.produccion.gob.ec>. Recuperado de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/08/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2013-2017-Objetivo-10.pdf>
- Sosa, C. (4 de enero de 2016). <http://www.elcomercio.com/>. Recuperado de La economía en el 2016: <http://www.elcomercio.com/actualidad/economia-2016-fmi-cepal-ecuador.html>

SRI. (20 de mayo de 2014). <http://ftp.eeq.com.ec>. Recuperado de <http://ftp.eeq.com.ec/upload/informacionPublica/2014/LEY%20REGIMEN%20TRIBUTARIO%20INTERNO.pdf>

Veletanga, G. (s.f.). *Economía Y Fianzas Internacionales*. Recuperado de Teoría de La Ventaja Absoluta de Adam Smith: <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/12-teoriaclassica/71-teoria-de-la-ventaja-absoluta-de-adam-smith>

ANEXOS

Anexo 1 Formato de Encuesta

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

Encuesta dirigida a personal operativo de la compañía “NATUPAL”

1. ¿Considera usted que los suelos en San Miguel de Palo Largo se encuentran aptos para el cultivo de plátano en una exportación?

Alternativas	[X]
Muy Aptos	
Poco Aptos	
No están Aptos	

2. ¿Conoce el proceso adecuado para el cultivo, producción y comercialización para que el producto tenga acogida en el exterior?

Opciones	[X]
Total conocimiento	
Poco conocimiento	
Total desconocimiento	

3. ¿En su comunidad existen organizaciones que fomenten la comercialización de la harina de plátano?

Alternativas	[X]
Existen y ayudan	
Existen pero no ayudan	
No existen	

4. ¿Cuál considera usted el mayor obstáculo para la exportación de su producto?

Obstáculos	[X]
Falta de ayuda del gobierno	
Miedo al riesgo exterior	
Desconocer el proceso de exportación	
Falta de financiamiento	

5. ¿Conoce alguna empresa local que se dedique a la producción de la harina de plátano?

Alternativas	[X]
SI	
NO	

6. ¿Conoce usted la forma adecuada de exportación de la harina de plátano?

Alternativas	[X]
Poco Conocimiento	
Mucho Conocimiento	
Sin Conocimiento	

7. ¿Conoce usted los principales países que importan la harina de plátano?

Alternativas	[X]
Conoce	
Desconoce	

8. ¿Según su experiencia, la harina de plátano tendría aceptación en el mercado internacional?

Aceptación	[X]
Mucha aceptación	
Solo aceptado	
Indiferente / indeciso	
Poco aceptación	
No aceptado	

9. ¿Qué aspectos considera usted que debería conocer el mercado internacional acerca de la harina de plátano?

Aspectos	[X]
Precio	
Sabor	
Beneficios para la salud	
Facilidad de consumo	
Acceso al producto	

10. ¿Estaría dispuesto a aceptar cambios en la producción y organización en NATUPAL, para tener un producto más rentable en el exterior?

Opciones	[X]
Muy dispuesto	
Poco dispuesto	
Nada dispuesto	

Anexo 2 Formato de Entrevista

**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
FACULTAD DE ADMINISTRACION**

Entrevista dirigida personal de mando medio de la compañía “NATUPAL”

1. ¿Cómo es el proceso que ustedes realizan para la cosecha y cuidado de las plantas de plátano en cuanto a fertilizantes e insumos de la tierra?

2. ¿Qué aspectos considera usted que ayudará a los productos de NATUPAL para tener éxito en el Ecuador?

3. ¿Qué aspectos considera usted que ayudará a los productos de NATUPAL para tener éxito en el Exterior?

4. ¿Qué ventajas tiene NATUPAL frente a sus competidores más cercanos?

5. ¿Qué considera usted que necesitaría NATUPAL para decidirse a desarrollar un plan de exportación?

6. ¿En cuánto a las estrategias de Marketing, cual considera que sería la adecuada para dar a conocer los productos de NATUPAL?

7. ¿Estarían dispuestos a organizar estructural, societaria y productivamente la compañía para poder tener acceso a mercados internacionales o regionales?

Anexo 4 Permiso PPQ 586

<p>According to the Paperwork Reduction Act of 1995, an agency may not conduct or sponsor, and a person is not required to respond to, a collection of information unless it displays a valid OMB control number. The valid OMB control numbers for this information collection are 0579-0049, 0198, 0303, and 0346. The time required to complete this information collection is estimated to average .5 hours per response, including the time for reviewing instructions, searching existing data sources, gathering and maintaining the data needed, and completing and reviewing the collection of information.</p>		<p>OMB APPROVED 0579-0049, 0198, 0303, and 0346</p>
<p>U.S. DEPARTMENT OF AGRICULTURE ANIMAL AND PLANT HEALTH INSPECTION SERVICE PLANT PROTECTION AND QUARANTINE</p> <p>APPLICATION FOR PERMIT TO TRANSIT PLANTS AND/OR PLANT PRODUCTS, PLANT PESTS, AND/OR ASSOCIATED SOIL THROUGH THE UNITED STATES</p>		<p>INSTRUCTIONS: PLEASE TYPE OR PRINT CLEARLY. PERMITS ARE NOT ISSUED TO A P.O. BOX. READ THE ENTIRE APPLICATION BEFORE COMPLETING. ATTACH ADDITIONAL SHEETS OF PAPER IF MORE SPACE IS NEEDED.</p>
		<p>FORWARD COMPLETED APPLICATION TO: USDA-APHIS-PPQ PERMIT UNIT 4700 RIVER ROAD, UNIT 136 RIVERDALE, MD 20737-1236 1-877-770-5890; FAX: (301) 734-0572</p>
<p>1. NAME AND ADDRESS OF APPLICANT:</p>		<p>2a. The port of arrival in the U.S. and the location of any subsequent stop:</p>
		<p>2b. Country of Final Destination</p>
<p>3. Telephone Number (including area code)</p>	<p>4. Fax Number (including area code)</p>	<p>5. E-Mail Address</p>
<p>6. The Specific Origin, Type, and Quantity of Plants and/or Plant Products</p>		
<p>(a) Country of Origin</p>	<p>(b) Quantity</p>	<p>(c) Scientific names of plants and/or plant products, plant pests, including associated soil (scientific, botanical, or English names must be included. Colloquial names are not acceptable.)</p>
<p>7. The location of (and the time needed for) any storage in the U.S.:</p>		<p>8. Any location in the U.S. where the plants and/or plant products, plant pests, and/or associated soil are to be transloaded:</p>
<p>9. The means of conveyance (e.g., air, truck, ocean, rail) to be used to transport the plants and/or plant products:</p> <p>A. INTO THE U.S. via:</p> <p>B. THROUGH THE U.S. via:</p>		<p>10. Use of any additional packing or packaging to secure the materials and any associated pests: (Includes shrink wrapping, pest proof screening, pallets with tops/bottoms, etc.)</p>
<p>11. If the commodity itself is to be transferred from one containment entity to another (i.e., sea container to another container, between different truck trailer boxes, airline pallets to truck), does the transloaded facility have a current compliance agreement with the U.S. Department of Agriculture?</p> <p><input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No</p>		<p>12. Are doors on containers, including truck and rail, solid and sealable?</p> <p><input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No</p>
<p>13. Are all openings in the container, including drains, vents, introduction ports, etc., mesh screened?</p> <p><input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No</p>		<p>14. If storage in the U.S. is necessary, has confirmation been made with the facility that they can maintain the transiting cargo in a protected area to prevent loss or pilferage?</p> <p><input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No</p> <p>Do they have a compliance agreement with the U.S. Department of Agriculture?</p> <p><input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No</p>
<p>15. The estimated time necessary to accomplish exportation from arrival at the port of entry to exit at the port of export:</p>		<p>16. The final port of exit in the U.S.:</p>
<p>17. Signature of Applicant:</p>	<p>18. Print Name of Applicant:</p>	<p>19. Date:</p>
<p>PPQ FORM 586 (All previous editions are obsolete.) JAN 2011</p> <p>WARNING: Any alteration, forgery, or unauthorized use of this document is subject to civil penalties of up to \$250,000 (7 U.S.C. 7734(b)) or punishable by a fine of not more than \$10,000, or imprisonment of not more than 5 years, or both (18 U.S.C. 1001)</p>		