

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TEMA:

**Producción de Harina de Banano Orgánico y Comercialización
hacia España**

AUTORES:

**Medranda Barahona, Jennifer Malu
Soledispa Sarcos, Pedro Luis**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
INGENIERO EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGUE**

TUTOR:

**Ing. Santillán Pesantes, Jaime Antonio, Mgs
Guayaquil, Ecuador**

18 de marzo del 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Medranda Barahona, Jennifer Malu y Soledispa Sarcos, Pedro Luis**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingenieros en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

TUTOR

f. _____

Ing. Santillán Pesantes, Jaime Antonio

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, Mgs.

Guayaquil, 18 de marzo del 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **Medranda Barahona, Jennifer Malu y Soledispa Sarcos,
Pedro Luis**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Producción de harina de banano orgánico y comercialización hacia España**, previo a la obtención del título **de Ingenieros en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 18 de marzo del 2019.

LOS AUTORES

f. _____

Medranda Barahona, Jennifer Malu

f. _____

Soledispa Sarcos, Pedro Luis



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Medranda Barahona, Jennifer Malu y Soledispa Sarcos,
Pedro Luis**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Producción de harina de banano orgánico y comercialización hacia España**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 18 de marzo del 2019

LOS AUTORES

f. _____

Medranda Barahona, Jennifer Malu

f. _____

Soledispa Sarcos, Pedro Luis

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Trabajo de titulación Jennifer Medranda y Pedro Soledispa.docx (D48004364)
Submitted: 2/17/2019 12:13:00 AM
Submitted By: jennifer.medrandab@hotmail.com
Significance: 1 %

Sources included in the report:

http://webdelprofesor.ula.ve/economia/oscares/materias/E_E_Mundial/Economia_Internacional_Krugman_Obstfeld.pdf
<https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2017/04/Evaluaci%C3%B3n-financiera-de-proyectos-4ta-Edici%C3%B3n.pdf>

Instances where selected sources appear:

2



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por darme la sabiduría y paciencia para desarrollar este trabajo, y a su vez permitirme llegar a cumplir una de las metas que tanto anhelaba.

A mis padres, Haydeé Barahona y Antonio Medranda, quienes me han guiado día a día y me han enseñado lo que es la dedicación y responsabilidad hacia todo lo que se hace, además por esforzarse año a año para que pudiera culminar con mis estudios y así poder saber que han cumplido con su deber de ver a sus tres hijos graduados.

A mis hermanos, en especial a Daniel Medranda, por su apoyo constante y porque siempre estaba para apoyar a mis padres cuando las situaciones se ponían complicadas y buscaba soluciones. A mis sobrinos Dante y Leonardo, porque sin saberlo eran parte de mi motivación diaria.

Agradezco a mis amigas Allison Díaz y Cristina Arcos, quienes han confiado en mí y han estado conmigo en todo momento. A Peter Centeno, por sus palabras de aliento y consejos que me alentaban a continuar.

Mi agradecimiento también al Gerente de la empresa Hoyos Garcés, el Ing. Freddy Hoyos por haberme dado la oportunidad de realizar este trabajo de titulación en base a su empresa, además de brindarme su ayuda para el desarrollo de la misma.

Jennifer Malu Medranda Barahona

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a Dios, por darme la oportunidad de estar vivo y ayudarme a cumplir una de mis metas.

A mis padres, Rosa Sarcos y Pedro Soledispa los cuales han sido un pilar fundamental en mi vida, gracias a los valores que me han enseñado a lo largo de mi vida y a sus sabios consejos pude llegar hasta esta etapa de mi vida, además de mi hermana María Fernanda la cual también me apoyo mucho en este momento.

A mi sobrino Thiago que llego a nuestras vidas para darnos mucha felicidad y amor.

A mi enamorada Pamela Castro quien fue una fuente de inspiración y una voz de aliento permanente durante todos estos meses.

A mi compañera ya que me supo comprender por mi trabajo que me limitaba a veces de tiempo y no podía al comienzo avanzar mucho con la tesis le agradezco por su comprensión.

Y finalmente, pero no menos importantes a mis profesores de los cuales me llevo las mejores enseñanzas ya que estuvieron siempre para aclarar todas mis dudas, además de ayudarnos en el presente trabajo.

Pedro Luis Soledispa Sarcos

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación se lo dedico a Dios, quien me ha dado las fuerzas para continuar en cada momento.

A mis padres, por haber sido el pilar fundamental de este logro; en especial a mi mamá, quien ha visto por nosotros en todo momento y ha sido un apoyo ante las adversidades y que este es uno de los premios por su constante lucha.

Además, a todos los que formaron parte de esta etapa de aprendizaje.

Jennifer Malu Medranda Barahona

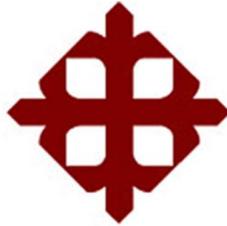
DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado primeramente a Dios y a mis Padres que son el motor principal de mi vida ya que hicieron hasta lo imposible para que yo pueda culminar mis estudios.

A mi hermana María Fernanda y mi sobrino Thiago que siempre estuvieron conmigo y fueron una motivación adicional así como mi enamorada Pamela.

Y a todas las personas que de una u otra manera siempre confiaron en mí y me dieron su apoyo para que siga adelante y pueda obtener mi título.

Pedro Luis Soledispa Sarcos



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, Mgs.

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

Ec. Coello Cazar, David, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Galarza Hernández, Max, MSc

OPONENTE

Índice

Introducción.....	2
Capítulo I: Generalidades de la Investigación.....	3
Antecedentes.....	3
Planteamiento del problema.....	5
Formulación del problema.....	6
Justificación.....	7
Contexto.....	8
Alcance.....	8
Objetivos general y específico.....	9
Capítulo II: Marco Teórico y diseño metodológico de la investigación.....	10
Bases Teóricas.....	10
Bases conceptuales.....	12
Marco Legal.....	16
Marco metodológico.....	18
Capítulo III: La Empresa.....	21
Empresa Hoyos Garcés S.A.....	21
Propuesta.....	22
Estructura Organizacional.....	22
Distribución de funciones y responsabilidades.....	23
Plan Estratégico.....	25
Clasificación Arancelaria.....	25
Negociación.....	26
Divisa.....	27
FODA.....	27
Cinco fuerzas de Porter.....	28
Análisis Pestel.....	31
Ejecución.....	37
Control.....	38
Capítulo IV: Estudio de Mercado.....	39
Mercado Objetivo.....	39

Encuestas	41
Mercado de oferta	42
Mercado de demanda	51
Demanda insatisfecha	60
Mercado competidor	60
Las 4P'S	61
Zona de influencia del proyecto.....	64
Comercialización	65
Normas sanitarias.....	65
Aranceles, mecanismos y permisos de exportación.....	70
Capítulo V: Aspectos Tecnológicos del Proyecto	73
Diseño o descripción del producto.....	73
Proceso de Producción.....	74
Determinación de la capacidad de la planta.....	79
Ubicación de la planta.....	81
Diseño de la Planta	81
Capítulo VI: Evaluación Financiera del Proyecto	83
Conclusiones.....	93
Recomendaciones	95
Bibliografía.....	96
Apéndices	105

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Matriz metodológica</i>	19
Tabla 2 <i>Distribución de hectáreas por tamaño de empresas período 2017</i>	43
Tabla 3 <i>Principales compradores de banano por cajas de 43 libras</i>	45
Tabla 4 <i>Exportaciones totales de banano y su variación anual</i>	45
Tabla 5 <i>Importación de banano a España desde Ecuador</i>	47
Tabla 6 <i>Importación de plátano a España desde Ecuador</i>	48
Tabla 7 <i>Principales exportadores a España bajo denominación arancelaria 11063010</i>	48
Tabla 8 <i>Principales importadores bajo denominación arancelaria 11063010 de producto ecuatoriano</i>	50
Tabla 9 <i>Estadísticas Comerciales EU28 del producto 11063010</i>	50
Tabla 10 <i>Valores nutricionales de la harina de banano por 100 gramos de porción comestible</i>	74
Tabla 11 <i>Principales proveedores de Hoyos Garcés S.A.</i>	77
Tabla 12 <i>Detalle de maquinaria</i>	78
Tabla 13 <i>Capacidad de producción primer año de sacos de 25kg.</i>	80
Tabla 14 <i>Capacidad de producción efectiva de sacos de 25 kilogramos</i>	80
Tabla 15 <i>Costos de materia prima por 25 kilogramos</i>	83
Tabla 16 <i>Detalle de activos</i>	83
Tabla 17 <i>Condiciones bancarias</i>	84
Tabla 18 <i>Aportación a la inversión</i>	84
Tabla 19 <i>Amortización del préstamo</i>	85
Tabla 20 <i>Inversión en capital de trabajo</i>	85

Tabla 21 <i>Detalle total de la inversión</i>	85
Tabla 22 <i>Proyección de sueldos</i>	86
Tabla 23 <i>Gastos Servicios Básicos</i>	86
Tabla 24 <i>Proyección de costos y gastos</i>	87
Tabla 25 <i>Determinación costo unitario</i>	87
Tabla 26 <i>Utilidad</i>	87
Tabla 27 <i>Proyección ventas</i>	88
Tabla 28 <i>Balance General</i>	89
Tabla 29 <i>Estado de Resultados</i>	90
Tabla 30 <i>Flujo del proyecto</i>	91
Tabla 31 <i>Evaluación del proyecto</i>	92

Índice de figuras

<i>Figura 1.</i> Organigrama de la unidad de negocios de productos elaborados de la empresa Hoyos Garcés S.A.	22
<i>Figura 2.</i> Subpartida arancelaria de harina de banano	26
<i>Figura 3.</i> Zonas de producción de banano período 2016.....	43
<i>Figura 4.</i> Plátano comercializado e importado en Mercabarna.....	53
<i>Figura 5.</i> Plátano comercializado e importado en Mercamadrid.....	53
<i>Figura 6.</i> Calendario de comercialización de banano basado en porcentajes.....	54
<i>Figura 7.</i> Frecuencia de compra de harina.....	55
<i>Figura 8.</i> Cantidad de harina comprada.....	56
<i>Figura 9.</i> Harina de Banano	56
<i>Figura 10.</i> Disposición de añadir nuevo ingrediente a sus productos.....	57
<i>Figura 11.</i> Conocimiento de proveedores ofertantes de harina de banano orgánico	58
<i>Figura 12.</i> Causas para no utilizar harina de banano orgánico	58
<i>Figura 13.</i> Disposición de comprar e implementar harina de banano orgánico.....	59
<i>Figura 14.</i> Logo de la empresa productora de harina de banano orgánico	62
<i>Figura 15.</i> Costo de homologación según tamaño de la planta.....	69
<i>Figura 16.</i> Pasos para el registro de exportador en el Ecuapass	70
<i>Figura 17.</i> Proceso de producción.....	75
<i>Figura 18.</i> Ubicación de la planta	81
<i>Figura 19.</i> Diseño de la planta	82

RESUMEN

Entre las principales exportaciones no petroleras del país se encuentra la exportación de banano, lo que quiere decir que su producción en tierras ecuatorianas es abundante para satisfacer tanto a la demanda nacional como internacional; sin embargo, el mercado internacional requiere el cumplimiento de mayores exigencias con respecto a la fruta.

Es por ello que se genera lo conocido como rechazo de banano, ya que la fruta no cumple con los requisitos exigidos por dicha demanda, de ahí nace la idea del presente trabajo de titulación de producción de harina de banano orgánico y exportación hacia España, donde se plantea que la empresa Hoyos Garcés S.A., exportadora actualmente de banano orgánico, utilice eficientemente dicha fruta y con ello incrementar la cadena de valor de la producción de banano.

El trabajo consta de 6 capítulos, para ello se utilizó una metodología analítica descriptiva, donde se realizó un estudio del mercado español por medio de encuestas e investigaciones con respecto a la situación actual del país; adicional, se realizó el estudio técnico para conocer las maquinarias necesarias para la elaboración de la harina de banano orgánico y la producción necesaria para satisfacer la demanda determinada, y finalmente se determinó mediante indicadores financieros los resultados que demuestran la viabilidad de este proyecto.

Palabras claves: acuerdo multipartes, cadena de valor, rechazo, Unión Europea, oferta exportable

ABSTRACT

Among the main non-oil exports of the country is the export of bananas, which means that their production on Ecuadorian lands is abundant to satisfy both national and international demand; However, the international market requires the fulfillment of greater requirements with respect to fruit.

That is why the so-called rejection of bananas is generated, since the fruit does not comply the requirements of such demand, hence the idea of the present research project of organic banana flour production and export to Spain, where It is proposed that Hoyos Garcés SA, currently an exporter of organic bananas, use efficiently the fruit and thus increase the value chain of banana production.

The work consists of 6 chapters, for which a descriptive analytical methodology was used, where a study of the Spanish market was carried out through surveys and investigations regarding the current situation of the country; In addition, the technical study was carried out to find out the machinery necessary for the production of organic banana flour and the production needed to meet specific demand, and finally, was determined by financial indicators the results demonstrate the viability of this project.

Keywords: multipart agreement, value chain, rejection, European Union, exportable offer

Introducción

La influencia de la producción de banano en la economía ecuatoriana ha sido fundamental para el país, lo cual ha permitido ser reconocidos mundialmente, no solo por ser los mayores exportadores mundiales en volumen, sino por la calidad del producto exportado. Existen diversos factores que aportan a dicha calidad, tales como las condiciones climáticas y ciertas propiedades que posee la tierra, que no todos los países lo poseen; por ello el Ecuador ha logrado sobresalir, siendo el banano uno de los productos que significa una importante fuente de ingreso en el país, por ello “. . .). representa el 2% del PIB general y aproximadamente el 35% del PIB agrícola” (Ministerio de Comercio Exterior , 2017, p. 3).

Adicional, el banano aporta carbohidratos, potasio, vitaminas, magnesio, entre otros nutrientes, que hace que sea una fruta con alta demanda internacional. La producción de banano puede ser variada, existe tanto el banano convencional como el banano orgánico. El banano convencional requiere de fertilizantes químicos, a diferencia del banano orgánico que está libre de plaguicidas convencionales, fertilizantes artificiales o transgénicos, además de que aporta de manera positiva al ambiente. Por lo que la diferencia de precios entre ambos también varía, teniendo el banano orgánico mayor valor.

Hoy en día, no solo se exporta el banano como producto final, sino que los productos derivados de la fruta también han generado gran expectativa, pues su valor nutricional como antes mencionamos hace que los consumidores busquen otras alternativas de consumo, tales como el puré de banano, *flakes*(hojuelas) de banano y la harina de banano.

El proyecto está dirigido a realizar un análisis de factibilidad de una empresa familiar exportadora de banano orgánico principalmente y convencional, que actualmente lo exporta

hacia el mercado europeo y Estados Unidos, con el fin de evaluar una nueva alternativa donde se saque provecho de la fruta que se considera “no apta para la exportación”, agregándole valor para la producción de harina.

La harina de banano es un derivado que ha tenido gran repercusión en el Ecuador, puesto que a partir de ello se puede obtener un producto final sin perder los nutrientes que inicialmente posee la fruta, aún más cuando se obtiene a partir de fruta orgánica y en el procesado no se incurre en químicos que alteren sus propiedades naturales.

Es por ello que se pretende hacer un estudio de factibilidad para la producción y comercialización de harina de banano orgánico hacia España, donde se consiga evaluar el mercado para acceder de forma más adecuada con el producto ecuatoriano, sustentado por diversos análisis que permitan conocer si se obtendrán beneficios económicos a partir de ello.

Capítulo I: Generalidades de la Investigación

Antecedentes

El cultivo de banano de acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior (2017) está concentrado en mayor porcentaje en la región costa por su clima cálido, donde destacan las provincias de El Oro, Guayas y Los Ríos, las mismas que abarcan el 41%, 34% y 16% de los productores, respectivamente, sin embargo, en la región sierra hay zonas tropicales donde su clima se presta para la producción.

En el caso de la región Amazónica hay gran potencial para la producción desde el punto de vista climático sin embargo en esta última década recién se potencia este tipo de cultivo; es decir el Ecuador cuenta con factores positivos que permiten una alta producción del banano.

En los últimos años se ha incrementado las hectáreas de bananos orgánicos registrados y bajo control de la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario [AGROCALIDAD]. Actualmente, de acuerdo a registros de AGROCALIDAD, el país cuenta con 12.633 hectáreas de banano bajo control de producción orgánica. El Ministerio de Agricultura fomenta la producción de bananos orgánicos, especialmente a nivel de pequeños productores, tanto para promover la protección al medio ambiente y la salud de los agricultores como para ayudarles a crear valor agregado para entrar en mercados exigentes. (Ministerio de Comercio Exterior , 2017)

Según la Asociación de pequeños Productores Bananeros “El guabo”, el 50% del banano orgánico se queda en fincas, es decir se transforma en rechazo, debido a que su cultivo requiere de mayores cuidados durante todo su proceso, contrario a lo que sucede con el

banano convencional donde el porcentaje de rechazo es mínimo, dependiendo de la bananera, pero generalmente no pasa del 15% aproximadamente (Mendieta, 2014)

Es decir, para la exportación de la fruta se requiere el cumplimiento de algunas disposiciones internacionales como que el banano no tenga magulladuras, se encuentre limpio y entero, exento de malformaciones, tener el grado apropiado de madurez, entre otras defectos dispuestos además en la norma General del CODEX 205-1997 (Código de los Alimentos) referente en este caso al banano ; y aquella fruta que no cumple con dichos requerimientos queda como “rechazo”, el cual normalmente es utilizado tanto para consumo interno o simplemente se lo regala o se lo vende a un precio disminuido a intermediarios; sin embargo, a partir de esto se pueden obtener productos de calidad (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO], 2018).

Según la FAO (2012) afirma que en los países en desarrollo de América Latina el 40% de los productos agrícolas no es aprovechado eficientemente. Uno de esos alimentos es el banano en el Ecuador, el cual muchas veces no cumple con los estándares exigidos para poder ser exportados, y por lo tanto estos alimentos se convierten en la fuente para la alimentación local.

Existen algunas empresas dedicadas a la elaboración de harina de banano, e inclusive en el año 2014 se promovió la producción de esta harina como sustituta de la de trigo y así disminuir su importación. El aprovechamiento del banano no exportado debe ser utilizado para el aumento de la cadena de valor. En el año 2012, en la provincia de El Oro quedaron 130.000 toneladas de rechazo de banano y fue utilizado como materia prima para la elaboración de harina de banano verde (El telégrafo, 2014a).

Desde el informe del Banco Central del Ecuador [BCE] (2017) se registra a los principales países de destino de los elaborados derivados del banano ecuatoriano donde se encuentra en primer lugar Estados Unidos, seguido de Holanda y Puerto Rico, con una participación del 41.10%, 17.5%, y 8.5% respectivamente; mientras que Rusia con el 4.2%, Chile 3.8% y España un 3.6%. A partir de dichas estadísticas se puede interpretar que ya existe un pequeño segmento de mercado español, que puede ser incrementado por nuevas producciones. Sin embargo, se recalca que en esta investigación se pretende que estas cifras varíen, pues según datos de ABC (2018) España y Francia tienen una tendencia vertiginosa al mayor consumo de productos orgánicos es decir que podría hacerse una proyección mayor hacia el país investigado gracias al valor agregado de vender un producto además libre de gluten y de bajo impacto calórico, sin importar la tendencia de años anteriores.

Planteamiento del problema

Dentro del Acuerdo Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea (UE), suscrito el 1 de enero del 2018, se refleja un aumento del 20% de las exportaciones; es decir, se ha incrementado la relación comercial entre el mercado europeo y la producción ecuatoriana. A pesar de que esta producción ecuatoriana es fundamentalmente de productos básicos, es importante, según Inmaculada Montero, consejera comercial de la UE, de que se le aumente la cadena de valor y así transformar en nuevos productos aquellos ya conocidos (El telégrafo, 2018)

El problema se centra en el poco aprovechamiento del banano orgánico rechazado, el cual tiene un costo que no justificaría venderlo como fruta en el mercado nacional, ya que para los ecuatorianos significaría un costo mayor al normal; además, de no estar acostumbrados aún a la tendencia orgánica, por ello es mejor utilizarlo eficientemente a

través del aumento de la cadena de valor sin dejar de lado la idea de que en algún momento se venda en perchas ecuatorianas.

Por ello, al ser el banano exportado de buena calidad, las empresas exportadoras obtienen mayor reconocimiento por ello, además de que muchos cuentan con la experiencia para lanzar al mercado internacional un nuevo producto como la harina de banano; pero a pesar de haber dicha producción no hay un estudio y análisis de mercado que asegure la aceptación del producto, en este caso la problemática dirigida hacia una empresa exportadora de banano, Hoyos Garcés, es la inexistencia de estudios previos acerca del mercado español con respecto a dicho producto, por lo que no hay suficiente conocimiento del mismo y no se pueden tomar en consideración nuevas alternativas en cuanto a posible demanda.

Formulación del problema

Pregunta General

- ¿Cuán factible será la comercialización de harina de banano orgánico al mercado español?

Preguntas Específicas

- ¿Cuál sería el segmento de mercado español para la harina de banano orgánico?
- ¿Existe tecnología dirigida a la producción de harina de banano orgánico?
- ¿Cuál sería la factibilidad financiera de la producción de harina de banano orgánico?

Justificación

Científica:

Al ser el banano ecuatoriano un producto de gran calidad y altamente demandado en los mercados internacionales, la empresa Hoyos Garcés, ha visto la posibilidad de elaborar una nueva unidad de negocios a través de un producto elaborado a base de banano orgánico, el cual no califica para ser exportado.

Existiendo un acuerdo comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea, y al ser España uno de los países donde la empresa exporta su banano se apunta a que el mercado meta sea Madrid. Además, se buscará aportar al crecimiento de la balanza comercial no petrolera con la incursión de este nuevo producto.

Debido a la gran capacidad de producción de banano en el Ecuador y además gracias a que es un producto altamente demandado en el mercado internacional, este trabajo pretende aportar al incremento de la cadena de valor de la producción de banano.

Social

El presente trabajo está alineado a los objetivos y políticas del Plan Nacional de desarrollo 2017- 2021 "*Toda una vida*" elaborado por el Consejo Nacional de Planificación [CNP], ya que mediante la producción de esta harina se generará nuevos empleos además del crecimiento en las exportaciones mediante el uso correcto de los recursos naturales siguiendo las políticas del objetivo número 4 y 5 del plan.

Además, se cumplirá con la línea de investigación número uno de la carrera Comercio y Finanzas Internacionales, la cual menciona la identificación, estudio y análisis de sectores exportadores no tradicionales en el Ecuador.

Contexto

La producción de la harina de banano orgánico tendrá lugar en el cantón de Durán para ser comercializado en la ciudad de Madrid, España. Se toma como punto España, ya que el 53% de los consumidores españoles compra productos orgánicos y específicamente las zonas urbanas de Madrid y Barcelona son las que tienen mayor cabida los productos ecológicos u orgánicos. (Revista Aral, 2018)

Alcance

A través del presente trabajo de titulación se busca determinar la factibilidad de producción y comercialización de harina de banano orgánico por medio de información proveniente de fuentes secundarias tales como informes y estudios previamente realizados por diferentes instituciones oficiales del comercio exterior y de fuentes primarias como son las panaderías y reposterías ubicadas en la ciudad de Madrid, que estén interesadas en consumir productos orgánicos por sus componentes saludables. Además, es importante la información que la empresa exportadora de banano, Hoyos Garcés, puede brindar para el desarrollo del estudio.

El tiempo en que se va a llevar a cabo este estudio de factibilidad es en el periodo 2020-2021.

Además, entre las teorías que se van a llevar a cabo están: Teoría de Ventaja Absoluta, Teoría de Ventaja Comparativa, y el Modelo de Hecksher- Ohlin.

Limitaciones

Entre las limitaciones de la investigación se encuentra que dado a la distancia y al huso horario que se maneja entre Ecuador – España, la recolección de datos por medio de las encuestas podría no alcanzar el número requerido de acuerdo a los estándares especificados.

Objetivos general y específico

Objetivo General

- Establecer la factibilidad para producir y comercializar harina de banano orgánico hacia España.

Objetivos Específicos

- Elaborar el estudio del mercado
- Diseñar un estudio técnico.
- Realizar un estudio financiero.

Capítulo II: Marco Teórico y diseño metodológico de la investigación

Bases Teóricas

Teoría de la ventaja absoluta

Explicada por Adam Smith en su libro las riquezas de las naciones, menciona que la riqueza de los países depende de su capacidad de producción, para Smith el único factor determinante del comercio es el trabajo; es decir que un país debe exportar aquel bien el que posea ventaja absoluta, la cual se obtiene cuando el número de horas de trabajo empleadas para producir un bien es menor comparada con otros países, de manera que se beneficien en el comercio internacional al aumentar el número de bienes que se producen y al ahorrar horas de trabajo (Smith, 2007).

La teoría de Adam Smith simplifica “qué producir” a un acuerdo entre caballeros entre todas las naciones del mundo negociando cómo se distribuirán la obtención de alimentos, materias primas y bienes manufacturados, industriales o de consumo. Tampoco considera las cuestiones de distribución, ya que podría ser que un país es más eficiente en la producción de ciertos productos, pero al trasladarlos hasta otra parte del mundo se pierda dicha ventaja. (Pecina, 2011)

Teoría de la ventaja comparativa

Esta teoría nace como una propuesta que va más allá de la teoría de Smith la cual se basa solo en el valor del trabajo, menciona que no es necesario que haya ventaja absoluta en la producción de un bien para que se genere el comercio internacional, un país debe exportar aquel bien en el que posee ventaja comparativa, es decir producir aquel bien en el que se tiene un menor costo en comparación a ese bien con otro país (Ricardo, 1821)

Siguiendo el modelo de Ricardo cada economía será capaz de producir algún bien que otra economía no, con la finalidad de que los países intercambien productos que no posean; de esta manera ningún país sería ineficiente para poder quedar fuera del mercado, en este caso habría economías que pondrían la materia prima y otras que la compran, beneficiando el comercio internacional.

Modelo Hecksher- Ohlin

La teoría enfatiza la interacción entre las proporciones en las que los diferentes factores de producción están disponibles en los diferentes países y las proporciones en las que se utilizan para producir diferentes bienes, también se conoce como la teoría de las proporciones de los factores (Krugman & Obstfeld, 2006).

Este modelo muestra que la ventaja comparativa está influenciada por la interacción entre los recursos de las naciones (la abundancia relativa de los factores de producción) y la tecnología de producción (que influye en la intensidad relativa con la que se utilizan diferentes factores de producción en la producción de diferentes bienes) (Krugman & Obstfeld, 2006).

Esto quiere decir según Pecina (2011) que entre más abundante es un factor, menor es su costo. Los países exportarán aquellos bienes que hacen uso intensivo de aquellos factores localmente abundantes, e importarán bienes que hacen uso intensivo de aquellos factores localmente escasos.

Desarrollo Sostenible

Esta teoría fue propuesta por la Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas, en la que destacó que, para un crecimiento económico, las políticas y las acciones deben tomar como prioridad el respeto al medio ambiente, siendo así socialmente equitativas y evitar la destrucción de la misma, descubriendo métodos para descubrir la solución para el desarrollo mundial y al medio ambiente (United Nations, 2007)

El desarrollo sostenible en términos supone que la economía sea circular, que se produzca un cierre de los ciclos, tratando de imitar a la naturaleza. Es decir, hay que diseñar sistemas productivos que sean capaces de utilizar únicamente recursos y energías renovables, y no producir residuos. (Artaraz, 2002)

Bases conceptuales

Factibilidad

La factibilidad de un proyecto es aquella que permite la toma de decisiones en cuanto a la implementación o no de un proyecto, a través de diversos análisis que sustenten dicha decisión. Para realizar un estudio de factibilidad debe existir una necesidad que aún no ha sido cubierta, y que se busca satisfacer tomando en consideración 4 variables: técnica, ambiental, financiera, socio-económica. (Bustos, 2006)

Una vez cumplidas las 4 variables antes mencionadas, se puede determinar que el proyecto es factible, y a partir de ello llevar el plan a cabo.

Estudio de Mercado

El estudio de mercado es aquel que permite obtener información concerniente a las preferencias, comportamientos, requerimientos de la población a la cual va destinada el proyecto, además del entorno comprendido por la competencia, y del mercado en general. Existen 2 tipos de estudio de mercado: primario y secundario. (Leon, 2015)

En esta investigación se realizará el estudio de mercado primario ya que se obtendrá información directamente de los implicados, a través de encuestas y entrevistas que proporcionen información valiosa. Además, para llevar a cabo el estudio de mercado hay que analizar ciertos aspectos tales como:

- Caracterización del bien o servicio. Consiste en hacer una descripción detallada del bien o servicio que se va a vender.
- Determinación del segmento de mercado o área de cobertura que tendrá el bien o servicio.
- Realización de diagnósticos relativos a la oferta y demanda del bien o servicio.
- Proyección o pronóstico de la oferta y demanda del bien o servicio.
- Cuantificación de la demanda insatisfecha, si es que existe.
- Determinación de los canales de comercialización que se emplearán para hacer llegar el bien o servicio al consumidor final.
- Definición de las políticas de ventas que regirán la comercialización del bien o servicio, en cuanto a precio del bien o servicio y condiciones de ventas.

(Meza, 2017, p. 25)

Rechazo de banano

Se lo conoce así a aquel excedente de banano que no ha cumplido con los requisitos o parámetros necesarios para ser vendido al mercado internacional, puesto que no pasa las normas de calidad, pero si tienen las mismas características nutricionales. El banano puede ser rechazado durante el proceso de corte de la fruta, al momento en que se realizan inspecciones de calidad por parte de los evaluadores designados, quienes se encargan de controlar que aquella fruta no sea cargada al contenedor. Este rechazo suele ocurrir cuando la fruta presenta defectos, los cuales pueden ser fácilmente visibles o incluso cuando presenta mínimas imperfecciones; además el estado de madurez de la fruta también es otro aspecto a considerar para que la fruta sea rechazada.

Certificación orgánica

Son certificados emitidos por una entidad autorizada y reconocida que indica que el producto efectivamente cumplió los requisitos establecidos para ser considerado orgánico, y con ello llevar al consumo productos de calidad y ambientalmente amigables.

Como indica Juan Carlos Benítez, especialista en certificaciones de calidad, la certificación orgánica se enfoca en el cumplimiento de requisitos mínimos para asegurarse que el producto final es producido sin afectar al ambiente, a la naturaleza y sin contaminantes químicos (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2014).

Comercialización

Posterior a la elaboración de un producto, es sumamente importante enfocarse en la venta de dicho producto, de tal forma que llevarlo hacia el cliente sea un éxito.

Para llevar a cabo la comercialización es necesario realizar estudios de aquellos factores que nos permitan determinar la forma más eficiente de llevar el producto tales como:

elegir el intermediario adecuado, las estrategias y planes de comercialización que aseguren que el consumidor va a preferir nuestro producto entre distintas opciones.

Estudio Técnico

Se entiende como estudio técnico a todo aquello que comprende el proceso de producción, desde la infraestructura, materia prima, tecnología, y todos aquellos aspectos operativos necesarios para producir un bien o prestar un servicio. Mediante dicho estudio se puede determinar la viabilidad del proyecto, es decir si se cuenta con la capacidad de producir en función de satisfacer a la demanda propuesta. (Venegas, 2015)

El estudio técnico proporciona información acerca de los costos de inversión que se requieren para llevar a cabo el proyecto, además de los costos de operación para posteriormente utilizarlos en el estudio financiero. Además, se refiere a la implementación de alternativas que conllevan a la producción exitosa del bien. (Santos, 2008)

Proceso productivo

El proceso productivo se refiere a una serie de acciones donde la materia prima pasa por un proceso de transformación para obtener un producto final.

El proceso productivo está referido a la utilización de recursos operacionales que permiten transformar la materia prima en un resultado deseado, que bien pudiera ser un producto terminado. En el marco de globalización y de competitividad en que se halla inmersa la economía mundial, se hace necesario realizar un análisis estratégico del proceso productivo en el sector industrial, para estar en sintonía con las nuevas exigencias, y así evitar quedar desfasado. (Rodríguez, Atencio, Atencio, Romero, & Castro, 2002, p. 137)

Análisis Financiero

El estudio financiero permite comparar los beneficios y costos de un proyecto, a fin de analizarlo y determinar si se debe llevar a cabo el proyecto en el momento o si es necesario descartarlo hasta que se obtenga rentabilidad. (Santos, 2008)

Marco Legal

Constitución de la República del Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador (2008) en el artículo 306 sostiene que el Estado con el objetivo de crear mayor empleo, e impulsar a los pequeños y medianos productores y del sector artesanal se encargará de incentivar las exportaciones que tengan valor agregado y que sean ambientalmente responsables, lo que nos lleva a formar parte de ese grupo que se va a beneficiar por dicho artículo.

Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021

El plan Nacional de Desarrollo 2017- 2021 llamando "*Toda una Vida*", aprobado el 22 de Septiembre del 2017 consta de 9 objetivos, dentro de los cuales el objetivo 4 propone consolidar la sostenibilidad del sistema Económico social y solidario, y afianzar la dolarización, la cual permite utilizar los recursos públicos que aporten al crecimiento económico, consolidar el papel del estado en cuanto a la producción y a la regulación del mercado, así como a mejorar sus relaciones con el sector popular y solidario y fortalecer las finanzas públicas. Este objetivo pretende que todos participen para la generación de riquezas de forma que el país afiance su economía. (CNP, 2017)

La Unión Europea apoya el desarrollo de este objetivo como consecuencia de una buena gestión pública del país, por ello a través de fondos se convirtió en un cooperador

internacional con el fin de ayudar al estado a fortalecer a las pequeñas y medianas empresas.
(CNP, 2017)

Dentro del objetivo 5, se menciona el impulso a la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera solidaria, el cual hace mención a utilizar eficientemente los recursos naturales para generar productos con valor agregado, de tal forma que se impulse a la mejora económica del país, teniendo como principal meta la generación de empleo en virtud de reducir la pobreza (CNP, 2017)

El proyecto se ajusta a este objetivo porque mediante la producción y exportación de la harina de banano orgánico se van a generar fuentes de empleo, en el cual se ve relacionado lo económico con lo social y solidario, buscando el bienestar de la sociedad por medio del fortalecimiento de las finanzas, la generación de oportunidades, y el incentivo de las exportaciones.

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

De acuerdo al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI, 2010) en el título IV que se refiere al fomento y la promoción de las exportaciones menciona en el artículo 93 literal a, “el acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios..”.

Es decir, el presente trabajo se acoge a este artículo para gozar de los beneficios del Acuerdo Multipartes firmado entre la Unión Europea y Ecuador, dentro del cual el Estado se mantiene fomentando las exportaciones.

Marco metodológico

Métodos de investigación

Método deductivo

“Este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares” (Bernal, 2010, p. 59).

Tipo de Investigación

Investigación analítica-descriptiva

El estudio será analítico ya que se va a realizar un estudio de cada una de las partes que lo componen, para posterior a ello describirlo y finalmente analizarlo como un todo. Además, es una investigación descriptiva, ya que Cerda (1998), sostiene que “se deben describir aquellos aspectos más característicos, distintivos y particulares de estas personas, situaciones o cosas, o sea, aquellas propiedades que las hacen reconocibles a los ojos de los demás”, por lo que se busca conocer e identificar las características del segmento de mercado (Bernal, 2010, p. 113).

Enfoque de investigación

El enfoque que se utilizará en el proyecto es cuantitativo y cualitativo, ya que se pretende describir y analizar el mercado potencial y los procesos que se llevaran a cabo para la producción, posteriormente es necesario que dicha información sea medida para a su vez obtener resultados cuantificables que nos permitan tener una idea más clara del objeto de estudio.

Fuentes de la investigación

En el presente trabajo se utilizará tanto fuentes primarias como secundarias. Las fuentes primarias que se refieren a aquella información nueva que no ha sido organizada y que muchas veces se la obtiene a través del contacto directo, en este caso mediante las encuestas y la información que se obtendrá de parte de la empresa en mención. Por otro lado, las fuentes secundarias se refieren a la información que ya ha sido organizada o procesada, en este caso información que se va a recolectar por medio de las instituciones públicas tanto de Ecuador como de España.

Tabla 1
Matriz Metodológica

Objetivo	Método	Enfoque	Fuente	Herramientas
----------	--------	---------	--------	--------------

Elaborar un estudio del mercado español	Analítico-Descriptivo	Cuantitativo – Cualitativo	Primaria-Secundaria	P: Encuestas, información de la empresa S: Informes de PROECUADOR, Estadísticas de TradeMap, Infomes ICEX, European Commission
Diseñar un estudio técnico para la producción de harina de banano orgánico	Analítico-descriptivo	Cuantitativo-Cualitativo	Secundaria	S: Análisis bibliográfico
Realización de un estudio financiero	Analítico-descriptivo	Cuantitativo	Primaria	S: Análisis bibliográfico P: Indicadores financieros

Nota: Metodología para realización de los objetivos de la investigación. Adaptado de: Metodología de la Investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales por (Bernal, 2010, pp. 59-60)

Capítulo III: La Empresa

Empresa Hoyos Garcés S.A.

Hoyos Garcés es una microempresa familiar dedicada a la exportación de banano fresco ecológico y convencional; siendo su principal producto el banano orgánico. La empresa inicia sus actividades en el año 2014, con la participación de 3 accionistas, los mismos que a su vez formaran parte de la nueva unidad de negocios. Actualmente Hoyos Garcés comercializa el producto alrededor del mundo de producción obtenida por medio de aproximadamente 20 plantaciones. La exportadora se encuentra ubicada en el edificio Samborondón Plaza, en el sector de La Puntilla cerca de Guayaquil.

Entre sus principales proveedores se encuentran 6 fincas en la provincia de Los Ríos en la ciudad de Quevedo – Valencia, denominadas, San José, Esmeraldas, Maravilla, Solo, Laurita, y la finca Baby; con sus respectivas certificaciones nacionales e internacionales. Siendo esta una ventaja significativa, ya que gran parte de su demanda es cubierta por dicha producción. Cuando la demanda no puede ser cubierta en su totalidad por dicha fruta, se provee por medio de otros productores de banano orgánico que poseen fincas ubicadas en la ciudad de Machala y Santa Elena, con los cuales mantiene buenas relaciones comerciales

La empresa Hoyos Garcés dirige sus ventas hacia clientes que actúan como intermediarios, donde ha tenido gran apertura durante los últimos años, llegando a exportar cerca de 30 contenedores semanales, en su mayoría hacia Estados Unidos, Bélgica, Arabia Saudita, España, Italia, Rusia, presentando en el 2018 \$10'860.998,64 de ingresos por ventas.

Localización de la empresa

Hoyos Garcés se encuentra ubicado en el Edificio Samborondón Plaza, donde tienen lugar las oficinas administrativas, mientras que se arrendará una bodega en Plaza Sai Baba de Durán donde estará ubicada la planta de la nueva unidad de negocios.

Propuesta

La empresa Hoyos Garcés busca desarrollar una nueva unidad de negocios a partir de la elaboración de harina de banano a base del rechazo del banano orgánico, como una alternativa de consumo para las panaderías y reposterías que busquen incrementar el valor nutricional de sus productos.

Estructura Organizacional

La estructura principal de la empresa está conformada por el gerente general, seguido del asistente de exportaciones, asistente de marketing, el contador, y el supervisor de producción que estará a cargo de los 6 operarios necesarios para el proceso de producción, tal como se puede observar a continuación en la Figura 1:

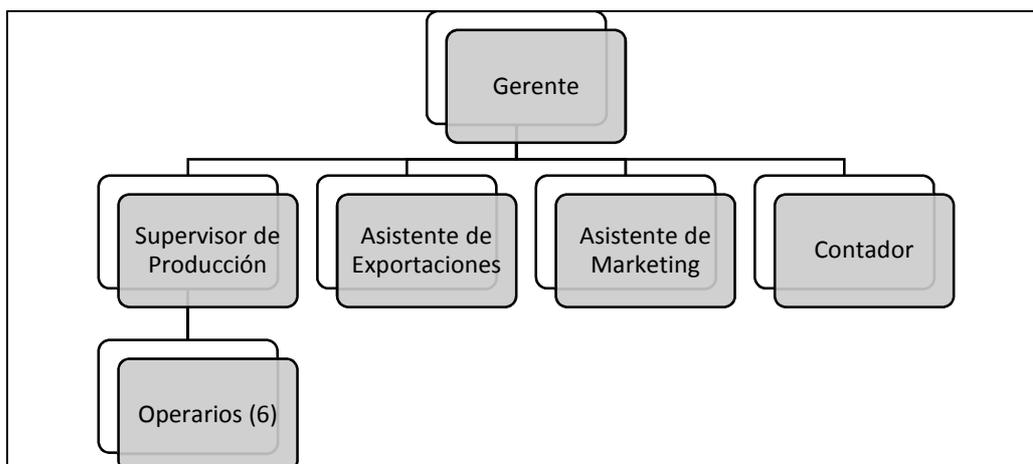


Figura 1. Organigrama de la unidad de negocios de productos elaborados de la empresa Hoyos Garcés S.A.

Distribución de funciones y responsabilidades

Gerente

- Responsable de la toma de decisiones administrativas.
- Determina el presupuesto, y toma decisiones en base a ello.
- Encargado de conseguir los clientes y mantener contacto con ellos.
- Responsable de establecer los contratos de venta.
- Responsable del manejo de las ventas.

Asistente de Exportaciones

- Responsable de emitir los documentos necesarios para la exportación
- Monitorear los embarques
- Encargado de revisar que se esté llevando a cabo el proceso logístico de manera correcta.

Asistente de Marketing Externo

- Llevar a cabo las estrategias de publicidad, por medio del manejo de redes sociales y pagina web.
- Realizar evaluaciones para conocer la efectividad del producto.
- Búsqueda de ferias internacionales con mayor acogida para productos orgánicos.

Supervisor de producción

- Realizar las órdenes de compra.
- Responsable de llevar un control de los inventarios.
- Encargado de dar seguimiento a los transportes de los materiales para la correcta distribución.
- Verificar que la mercancía recibida está de acuerdo a las especificaciones acordadas y que el precio establecido en la orden de compra es el correcto.
- Establecer el volumen de producción.

Operarios

- Encargados del pelado manual del banano orgánico.
- Manejo de las diferentes máquinas necesarias para la producción
- Realizar la limpieza de las maquinarias, equipos y utensilios.
- Embalaje de los sacos de harina de banano orgánico.

Contador Externo

- Responsable de llevar registros de las facturas de compras.
- Revisar y gestionar las cuentas por pagar y las cuentas por cobrar.
- Elaborar informes a partir de los ingresos y egresos.
- Realizar declaraciones de impuesto.
- Presentar balances financieros.

Plan Estratégico

Misión. Brindar un producto de calidad y de alto valor nutricional, orientado a satisfacer las expectativas de nuestros clientes.

Visión. Ser una empresa ecuatoriana líder en el mercado internacional reconocida por sus altos estándares de calidad, de tal forma que podamos posicionarnos en mercados altamente exigentes.

Objetivos.

Objetivo General. Ofrecer un producto de calidad a partir de un banano orgánico que logre satisfacer las necesidades de las panaderías y reposterías de la ciudad de Madrid.

Objetivos Específicos.

- Ser parte del mercado competitivo de harinas.
- Fomentar el uso del producto orgánico.
- Ser reconocidos por brindar un producto de calidad.
- Brindar un producto de alto valor nutricional, como alternativa de consumo para panaderías y reposterías.

Clasificación Arancelaria

La clasificación arancelaria permite identificar el producto o productos similares por medio de códigos numéricos, que a su vez facilitan el acceso a tratamientos preferenciales (Procolombia, 2016)

La harina de banano se encuentra dentro del capítulo 11 clasificada en la subpartida arancelaria 11063010 como se muestra a continuación en la figura 2:

Sección II	Productos del Reino Vegetal
Capítulo 11	Productos de la molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo
Partida Sistema Armonizado 1106	Harinas, sémola y polvo de hortalizas de la partida 07.13, de sagú o de las raíces o tubérculos de la partida 07.14 o de los productos del capítulo 8
Subpartida Sistema Armonizado 110630	De los productos del capítulo 8
Subpartida NANDINA 1106.30.10	De bananas o plátanos

*Figura 2. Subpartida arancelaria de harina de banano
Fuente: (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2013)*

Negociación

La negociación que ha definido la empresa Hoyos Garcés S.A. es mediante un acuerdo con un intermediario llegar hacia las panaderías y reposterías de la ciudad de Madrid, España. Este intermediario será el encargado de distribuir el producto y vender la cantidad que será enviada mensualmente en una presentación de sacos de polipropileno laminado de 25 kilogramos, teniendo inicialmente como expectativa el envío de un contenedor mensual, lo cual se pretenderá verificar por medio de la elaboración del estudio de mercado. La negociación se llevará a cabo mediante el Incoterm Free On Board (FOB), el cual será descrito en los capítulos posteriores, donde se definirán las obligaciones tanto del vendedor como del comprador. Adicional, con efectos de registrar el comprobante de la transacción

entre el importador y el exportador, se requiere la elaboración de la factura comercial donde consten las especificaciones; es decir, la cantidad de sacos vendidos, el detalle del producto, el precio unitario y el precio total.

El pago de la mercadería se realizará por medio de transferencia bancaria hacia la cuenta de la empresa Hoyos Garcés, el 60% antes del embarque de la carga y la diferencia; es decir, el 40% al momento de la llegada de la mercancía al puerto de destino.

Divisa

La moneda oficial utilizada en España es el Euro, moneda que empezó a circular a partir del 1 de enero del 2002, siendo su código ISO: EUR. El tipo de cambio que se maneja actualmente es: 1 EURO es igual a 1.14 dólar estadounidense.

FODA

Fortalezas

- Alto valor nutricional de la harina de banano orgánico
- Disponibilidad de oferta de materia orgánica.
- Excelentes relaciones comerciales con proveedores de materia prima
- Producto 100% orgánico.

Oportunidades

- Acuerdo Multipartes Ecuador- Unión Europea
- Crecimiento del consumo de productos ecuatorianos en España
- Fruta conocida por el mercado español
- Mayor consumo de publicidad a través de medios tecnológicos por parte de los ciudadanos españoles

- Mejoras económicas post – crisis
- Tendencia de consumo de productos nuevos por parte de los españoles
- Incentivo por parte del gobierno hacia las exportaciones de productos no tradicionales

Debilidades

- Poca experiencia en el proceso de producción
- Desconocimiento del alto valor nutricional del producto por parte de la población española.
- Al ser nuevos en el mercado, la existencia de desconfianza por parte de los consumidores.

Amenazas

- Incertidumbre debido al cambio repentino del gobierno español
- Competencia indirecta con mayor reconocimiento en el mercado español como son las marcas Goya Foods, Grupo Oriental, entre otras.
- Disponibilidad de productos sustitutos en España

Cinco fuerzas de Porter

Poder de Negociación de los Compradores

La harina de banano orgánico va dirigida hacia las panaderías y reposterías ubicadas en la ciudad de Madrid. Se considera que el producto que se va a ofertar tiene un valor agregado al ser un producto elaborado a base de banano orgánico y a su vez ecuatoriano, el cual se caracteriza por ser altamente comercializado en los mercados internacionales gracias a su sabor, además de su alto grado de calidad producto de las diversas certificaciones, lo que

quiere decir que hay un plus en cuanto a los demás. Por otra parte, actualmente no se tiene competencia directa en España ya que mediante investigaciones se determinó la inexistencia de harina de banano orgánico y se conoció la comercialización de distintas harinas, entre las que se destaca la harina de plátano (banana powder), por ser un producto similar al ofertado al provenir del banano, el cual está dirigido hacia otros segmentos de mercado tales como: deportistas, niños, diabéticos, hogares.

Por consiguiente, al existir la disponibilidad de productos similares en el mercado, el poder de negociación de los compradores es alto; sin embargo, se pretende crear una diferenciación con respecto a los demás de forma que se logre convencer al cliente potencial.

Poder de negociación de los proveedores

Al ser Hoyos Garcés, una empresa exportadora de banano orgánico y convencional, tiene que tener la disponibilidad de la fruta de manera continua, por ello es importante tener una amplia cartera de proveedores de tal manera que pueda tener alternativas en caso de que un productor no disponga de la fruta; sin embargo, la empresa cuenta actualmente con un proveedor principal, es decir, de donde obtiene la mayor cantidad de fruta semanalmente, lo que lo convierte en un comprador habitual, lo cual le otorga cierta ventaja en cuanto a la negociación con respecto al rechazo que se genera de la fruta; además de que existe la disponibilidad por parte de otros proveedores en el mercado con los que se manejan buenas relaciones comerciales, los cuales se mencionarán en el estudio técnico.

Por otra parte, se realiza la negociación de forma directa, en este caso con el productor, lo cual facilita el acuerdo en cuanto a precios y volumen.

Además, otro aspecto a tomar en cuenta para conocer el nivel de negociación es que no todas las semanas disponen de compradores del rechazo que se genera, y en esos casos optan por regalarla o venderla a precios más bajos a personas cercanas a las fincas. Por ello, el poder de negociación de los proveedores es bajo, ya que hallarían una demanda fija que actualmente no poseen, y como consecuencia de aquello habría una mayor probabilidad de que el proveedor sea más asequible con el comprador.

Amenaza de nuevos entrantes

Al ser España un mercado donde el banano tiene un grado de comercialización muy alto, surge la posibilidad de que varias empresas se vean atraídas a elaborar y comercializar productos derivados de banano, sean estas ecuatorianas o empresas productoras Españolas; las cuales ya elaboran harina de plátano macho y se podrían interesar en producir la harina de banano, por lo que se buscara aprovechar las propiedades nutritivas del banano orgánico para de esta manera tener una ventaja competitiva frente a las otras, ya que al ser libre de antibióticos, hormonas, pesticidas y aditivos, probablemente, sea la mejor opción para la salud y la ecología, contrario a lo que sucede con el banano convencional, donde se incurren en componentes químicos para alcanzar los resultados deseados de la fruta.

Amenaza de productos sustitutos

En el mercado español existen variedades de productos sustitutos, entre las principales se encuentran:

- Harina de trigo: La harina utilizada con mayor frecuencia para la elaboración de panes, y productos de repostería.
- Harina de Centeno: Mayormente utilizada en zona norte y zona centro de España.

- Harina de arroz: Fácilmente utilizada como alternativa para producir panes en el mercado español.

Estas harinas son muy atractivas para el consumidor español ya que son la materia prima habitual con la que realizan sus productos, y a su vez estas le permiten obtener la masa deseada para la obtención de los productos de panadería y repostería.

Rivalidad entre competidores

Como se mencionó anteriormente, se conoce que la harina de banano orgánico propuesta por Hoyos Garcés no tiene competencia directa, pero el mercado si cuenta con productos sustitutos. A pesar de aquello, se considera que el producto ofertado tiene diferencias con respecto a estos debido a que posee un alto valor nutricional por ser considerado un producto orgánico, además que a causa de esto es más intenso el sabor y, por tanto, no representan mayor amenaza para la empresa. Esto significa que el producto puede tener gran aceptación en el mercado, para ello va a ser necesario tratar de formar parte importante del mercado, tratando de cumplir con todos los requerimientos del mercado español y específicamente del mercado meta hacia el cual va dirigido el producto.

Análisis Pestel

Político

Actualmente el gobierno de España está liderado por el líder socialista Pedro Sánchez, quien ocupó el cargo de presidente el 1 de junio del 2018, luego de que la cuarta moción de censura fuera presentada por el Partido Socialista Obrero Español [PSOE], procedimiento que esta vez iba en contra del gobierno de Mariano Rajoy debido a la existencia de escándalos

de corrupción. Dicha moción de censura fue la primera en la historia de la democracia de España que tuvo incidencia en las decisiones del gobierno (MuyHistoria, 2018).

Dado dicho cambio repentino en el gobierno español, Pedro Sánchez toma un gobierno con un presupuesto ya aprobado, dentro del cual tiene que ajustarse, esto y otros factores ajenos al gobierno generan en cierto rango un debilitamiento en aspectos económicos que venían presentándose en crecimiento. (León, 2018)

De otra manera, el líder socialista se encuentra a favor de los acuerdos comerciales firmados por parte de la Unión Europea, lo que ratifica aquello es que en su corto periodo como presidente ha realizado visitas a países como Canadá y Cuba, donde ha expresado su interés en fortalecer los flujos comercio bilateral. (El Espectador, 2018)

Por otro lado, según el Instituto Español de Comercio Exterior [ICEX] (2018), el presidente Lenin Moreno busca lograr posicionar al Ecuador en España y viceversa, de forma que se desarrolle un trato igualitario, donde ambas partes obtengan beneficios.

Por esta razón, cabe destacar que durante los últimos años la relación entre la Unión Europea y Ecuador se ha desarrollado de manera positiva puesto que una vez al año las autoridades entablan diálogos con la finalidad de fortalecer las relaciones bilaterales en distintos aspectos, lo cual ha permitido en la actualidad la firma de acuerdos, entre el que destaca aquel que se llevó a cabo el 1 de Enero del 2017, denominado Acuerdo Comercial Multipartes. (European External Action Service, 2017)

Justamente, el acuerdo comercial entre la Unión Europea trae consigo varios beneficios, principalmente para los productos que habitualmente son exportados hacia la

comunidad, como para la materia prima que requieren importadores ecuatorianos, ya que según señala Expansión (2016):

El objetivo del acuerdo es suprimir el 95% de los aranceles en un plazo de 17 años, una reducción que se aplicará de forma gradual: la UE liberalizará casi el 95% de las líneas arancelarias en el momento de su entrada en vigor y Ecuador alrededor del 60%. (p. 16)

Es así que al España ser parte de los miembros de la Unión Europea, Ecuador goza de dichos beneficios propuestos en dicho acuerdo Multipartes.

Económico

España a pesar de haber atravesado por una gran recesión económica la cual comenzó desde 2008, se viene recuperando de a poco logrando incrementar su PIB en los últimos años, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2018) en el año 2016 el PIB estuvo en 3.2%, mientras que en el 2017 a 3.1%, a pesar que fue ligeramente menor, este crecimiento ha permitido a la comunidad española un crecimiento en su población económicamente activa, gracias a los cambios en la política monetaria del gobierno actual ya que su tasa de paro había sido muy alta los últimos años.

El aumento de la productividad laboral y la devaluación interna resultantes de la moderación de los costos laborales y la menor inflación han mejorado la competitividad de las exportaciones de España y generado el interés de los inversores extranjeros en la economía.

Según Diario El Mundo explica que “la economía madrileña continúa dando síntomas de fortaleza. En el cuarto trimestre del año el PIB aumenta un 4% respecto al mismo

periodo del año anterior y cierra 2017 con una progresión del 3,7%” (Bornay, 2018, parr. 1) ; superando a la comunidad catalán, que es la comunidad autónoma con más peso en el PIB español.

Social

España se encuentra entre los países más poblados de Europa, ubicándose en el séptimo lugar. De acuerdo al INE (2018) España cuenta con una población de 46.733.038 millones, de los cuales 4.663.726 son extranjeros, cifra que ha representado un crecimiento en la población española, lo que refleja una recuperación a partir de la crisis presentada en el 2008; es decir actualmente España ha vuelto a ser un atractivo para aquellos que van en busca de mejorar su calidad de vida, ya que seguramente el país demanda mayor mano de obra, además hay otros factores que reflejan dicho crecimiento tales como el aumento en la esperanza de vida y la tasa de natalidad y una disminución en la tasa de mortalidad.

Además, las personas ocupadas de España representan \$19.528 millones en el 2018, variación positiva con respecto al 2017. Adicional a ello, otro aspecto que vale acentuar es el aumento en el índice de precios de consumo a un 2.0% (IPC), en comparación con los años anteriores donde los precios habían sufrido una caída. (INE, 2018a)

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INDEC] (2016) indica que: “El Índice de Precios al Consumidor es un indicador que mide la evolución promedio de los precios de un conjunto de bienes y servicios representativos del gasto de consumo de los hogares residentes en un área determinada” (p. 4).

En consecuencia, esta reducción presentada en años previos al 2017, se debe aparentemente a causa de un alto desempleo, por ello se puede determinar que aquella subida de precios se debe a una mayor oportunidad de empleo o a una mejora salarial que se traduce en una necesidad de las familias de tener mayor poder adquisitivo.

En cuanto al perfil del consumidor, los consumidores españoles a pesar de ser considerados como un mercado exigente, están dispuestos a conocer nuevos productos aun cuando ya son fieles a una marca, no se cierran ante el consumo de un producto diferente. El precio es uno de los factores que más incide en sus decisiones de compra; sin embargo, si es de pagar más por un producto de calidad lo hacen, ya que significase una mejora en la calidad de vida, además de que uno de sus características es el ser curiosos ante nuevos productos en el mercado (Santander, 2018).

Tecnológico

Según El Instituto Nacional de Estadística en España el gasto en innovación tecnológica se incrementó un 1,3% en 2016 situándose en 13.857 millones de euros. La comunidad de Madrid tiene el mayor gasto en innovación tecnológica (37,0% del total), seguida de Cataluña (24,3%) y País Vasco (9,9%) siendo los principales sectores la agricultura, industria, construcción y servicios (INE, 2018a).

La economía tecnológica representa una revolución en los sistemas productivos, de venta y distribución en los países desarrollados (Costantini, 2018), “el 98% de la empresas cuentan con servicios de internet, y además el 22% ya cuenta con especialistas en TIC” (INE, 2018a), ya que cada vez, más empresas buscan a sus clientes en la web y desarrollan herramientas más afinadas para captar su interés. El porcentaje de consumidores que adquiere

bienes y servicios en Internet ha crecido en Madrid ocho puntos en tres años, rozando ya el 50% de la población (Costantini, 2018).

Ambiental

De acuerdo a los resultados del índice de desempeño ambiental España actualmente se encuentra en el puesto #12, lo cual quiere decir que las políticas ambientales implementadas por el país son favorables (Environmental Performance Index [EPI], 2018).

España tiene un reto importante en cuanto a las políticas medioambientales implementadas, puesto que aún hace falta mejorar la gestión de agua, además de los residuos y todo aquello que provoca contaminación ambiental mediante la implementación de un sistema más modernizado, y un mejor control de aquello relacionado con el medio ambiente. Incluso, para el año 2020 se tiene como objetivo el reciclaje del 50% de los residuos municipales, el mismo que fue planteado por la Unión Europea ya que el cumplimiento de las políticas de los residuos se traduce en la generación de plazas de empleo, y a su vez aplicar las políticas medioambientales de manera óptima significaría un ahorro para la UE de 50.000 millones de euros al año (Crónica Global, 2017).

Adicional a ello, el gobierno de Sánchez ha planteado la posibilidad de crear impuestos para todo aquello que atenta contra el medio ambiente; sin embargo, el que más repercusión parece tener es el impuesto al gasóleo (Cano, 2018).

Legal

La exportación de productos ecuatorianos hacia España requiere el cumplimiento de ciertos requisitos que aseguren que dicho producto cumple con los estándares requeridos por el mercado, entre los cuales se encuentra el etiquetado del producto.

De acuerdo a la legislación que rige desde el 13 de diciembre del 2014, el etiquetado del producto debe contener el nombre del producto, la lista de todos los ingredientes que lo componen y si es el caso la indicación de la cantidad utilizada para su preparación, además del tiempo mínimo de consumo y si requiere el producto alguna condición particular para su durabilidad, adicional el lugar de donde se origina el producto y las declaraciones nutricionales del producto a exportar (European Commission, 2018).

Así mismo, la Unión Europea para proteger que el producto es orgánico; es decir, que es la mejor opción para la salud de los consumidores y a su vez para la ecología, sostiene que se deben cumplir algunos requisitos específicos; dentro de los cuales se encuentra las normas de producción orgánica EU 834/2007 - EU 889/2008, creadas por la Comunidad Económica Europea, donde se fijan requisitos generales para que se pueda exportar producción orgánica hacia Europa con el sello. (Control Union Perú S.A.C., 2018)

Adicional, considerando que el Ecuador mantiene actualmente el Acuerdo Multipartes con la Unión europea, es importante recalcar que para obtener los beneficios de dicho acuerdo es necesaria la Certificación EUR1, el cual es emitido por las instituciones competentes, para importar o exportar hacia la Unión Europea, y con ello garantizar el 0% de arancel en los productos que se acogen a este beneficio (Cámara Nacional de Pesquería, 2016).

Ejecución

Para llevar a cabo el proyecto de forma óptima y ofrecer un producto de calidad es necesario que cada una de las actividades que se van a ejecutar sean desarrolladas de manera eficiente y eficaz.

Por esta razón, la empresa inicialmente deberá brindar capacitación a los operarios para que las maquinarias sean manejadas de forma correcta, deberán asegurarse de que conocen como y para que funcionan ya que esto permitirá evitar contratiempos a futuro. Además, se considera importante que se los haga sentir desde un principio parte importante de la compañía y que cada una de sus opiniones será tomada en cuenta, con el fin de que se sientan a gusto y motivados en la empresa, ya que esto conllevará a un mejor desarrollo de sus actividades, refiriéndose al proceso de producción. Sobre todo, se les deberá proveer todos los materiales para que esto suceda, entre los que comprenden los guantes, mascarillas y botas, para la protección tanto del producto como de las personas que intervienen.

Por otra parte, la relación que se mantenga con los proveedores es fundamental, ya que esto permitirá que se mantengan positivas las negociaciones durante un largo período y con ello que materia prima esté disponible sin complicaciones adicionales.

La empresa tendrá ubicada su planta en Plaza Saibaba de Durán, debido a que es zona industrial y por ello se considera que el lugar es el adecuado para producir la harina de banano orgánico. Otro aspecto también importante es la maquinaria y los equipos que se van a utilizar durante el proceso de transformación, las cuales serán compradas en Ecuador, asegurándose del correcto funcionamiento de cada una.

Control

Para conocer si se están alcanzando los objetivos propuestos para la nueva unidad de negocios de la empresa Hoyos Garcés, es necesario que los altos mandos realicen inspecciones constantes al proceso de producción, para que se encuentre al tanto de cualquier problema que suceda durante cada una de las etapas y tomar decisiones en base a ello.

Para ello, también hay un supervisor de producción que además de ser encargado de realizar las compras de los materiales necesarios, es responsable de evaluar el desempeño durante cada una de las etapas del proceso productivo, y que las actividades se lleven a cabo de acuerdo a los planes establecidos. Es importante que se trate en lo menos posible que los empleados se encuentren inactivos, y a su vez eliminar los periodos muertos que pueden afectar la producción planificada, para esto se requiere una supervisión constante y acciones correctivas a tiempo.

Además, cuando se empiecen a realizar las ventas se podrá llevar un mejor control ya que se pueden sacar mejores conclusiones por medio de variables cuantitativas, y con esto conocer y analizar los resultados mensualmente. En caso de que no sean positivos, se deberán plantear soluciones y tomar medidas correctivas hasta lograr que el resultado sea el esperado. Además, va a ser necesario el proceso de retroalimentación con la intención de conocer si el nicho de mercado está siendo satisfecho

Capítulo IV: Estudio de Mercado

Mercado Objetivo

El proyecto va a ser dirigido hacia panaderías y reposterías que estén interesadas en una nueva alternativa de compra para la fabricación de sus productos, además que estén

dispuestas a adquirir un producto de alto valor nutricional, y que se encuentren ubicados en la ciudad de Madrid- España. Tomando en cuenta el perfil del consumidor del español que indica que los españoles les dan cada vez menos importancia a las marcas reconocidas, pues están también abiertos a consumir nuevos productos (Santander, 2018).

Para el presente proyecto se tomó como población a las panaderías y reposterías en la ciudad de Madrid, España, siendo este nuestro mercado objetivo ya que entre la variedad de usos que se le da a la harina de banano orgánico, uno de los principales contempla la sustitución parcial en productos elaborados con harina de trigo, por ello enfocándose en la producción de harina de trigo que se genera en España se obtienen datos que indican que el 70% de dicha producción se destina hacia las industrias panificadoras, siendo este su principal cliente (Asociación de Fabricantes de Harinas y Sémolas de España, 2018).

Por esta razón se decidió dirigir las encuestas hacia la población antes mencionada, ya que son los principales beneficiarios del producto; además, según la Cámara Oficial de Comercio de Madrid (2003), el 93.21% tiene hábitos de consumo de pan en los hogares, lo que quiere decir que existe gran apertura hacia las panaderías, quienes requieren de harina de trigo usualmente para la elaboración de sus productos; es decir, significaría uno de las partes más interesadas en adaptar su producción a otro tipo de harina. A su vez, este sector es el que más peso tiene en la comunidad de Madrid con respecto a la industria alimentaria abarcando el 30%, lo que quiere decir que la oferta es significativa (Bardón, Belmonte, Fúster, Marino, & Ribes, 2010).

Adicional a ello, es importante recalcar que en la capital de España existe por lo mínimo una panadería en cada zona (Kayser, 2018)

Encuestas

Por lo tanto, mediante información registrada en el sitio web Páginas Amarillas se pudo conocer que hay 550 panaderías en la ciudad de Madrid, España, la cual permite conocer la aceptación que tendría el producto y el conocimiento que tienen con respecto a la harina de banano orgánico, además de otros aspectos importantes planteados en las preguntas de las encuestas realizadas.

Según menciona Selltiz et al. citado por Hernández, Fernández, & Baptista (2010) que “la población también denominado universo es aquel conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”; mientras que Hernández, Fernández, & Baptista (2010) plantean que la muestra “es en esencia un subgrupo representativo de la población”, por lo tanto, para conocer el número adecuado de personas a encuestar se procede a realizar la siguiente formula:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$
$$n = \frac{550 * 1.96^2 * 0.50 * 0.50}{0.05^2 * (550 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50} = 226.42 \approx 226$$

Población (N) = 550

Nivel de confianza (Z) = 95% = 1.96

Probabilidad de éxito (p) = 0,50

Probabilidad de fracaso (q) = 0,50

Error muestral (d)= 0,05

Para alcanzar un nivel de confianza de 95% con margen de error del 5% se requiere como muestra un total de 226 personas, en este caso, panaderías y/o reposterías. El formato de las encuestas que se realizaran se puede visualizar en el apéndice A.

Mercado de oferta

En este ítem de la investigación se enfocará en la respectiva revisión de disponibles oferentes o productores de harina de banano en el mercado de España, así como también a los competidores indirectos de dicho producto. Sin embargo, se hará una breve revisión de la producción nacional de banano y su participación en el mercado internacional.

En Ecuador, el producto que continúa beneficiando la actividad económica del país es el banano considerándose como parte de los productos de exportación más solicitados en el mercado internacional. Dicha actividad representa el 2% del PIB nacional mientras que del PIB agrícola refleja un 35% del total, por ende, las entidades públicas que intervienen en el desarrollo económico del país buscan fortalecer dicho sector mediante el control adecuado de su cadena de valor porque permite la generación de más plazas de empleo y sobre todo de divisas (Ministerio de Comercio Exterior , 2017).

Un claro ejemplo a la contribución económica del Ecuador, la industria bananera durante el periodo 2013 se intensificó mediante propuestas de inversiones en equipos, maquinaria y servicios destinados a la producción de banano, de igual manera ocurrió con el apoyo al proceso actual de exportación. Beneficiando a un 6% del total de la población ecuatoriana de nueve provincias (Ministerio de Comercio Exterior , 2017) .

De acuerdo a la Corporación Financiera Nacional (2017), las provincias que reflejaron un alto nivel de producción de banano durante el 2016 fueron Los Ríos y Guayas

con una participación del 43,23% y 32,76%, respectivamente. Sin embargo, en comparación al año 2015 la producción de banano en el 2016 obtuvo una reducción del 9,24%.

Año	Provincia	Superficie Cosechada (ha)	Producción (TM.)	Rendimiento (TM/ha)	Porcentaje Nacional
2016	LOS RÍOS	61,937.00	2,822,585.00	45.57	43.23%
	GUAYAS	48,805.00	2,139,384.00	43.84	32.76%
	EL ORO	42,340.00	1,075,395.00	25.40	16.47%
	OTRAS	27,254.00	492,312.00	18.06	7.54%
	Total general	180,336.00	6,529,676.00	36.21	100%

Figura 3. Zonas de producción de banano período 2016

Fuente: INEC- ESPAC 2016, (CFN , 2017).

En el 2017, mediante informe presentado por el Ministerio de Comercio Exterior, Ecuador mantenía aproximadamente un total de 162.636 hectáreas sembradas de banano correspondientes a 4.473 productores y que a continuación se describe:

Tabla 2

Distribución de hectáreas por tamaño de empresas periodo 2017

Tamaño	Hectáreas Sembradas	Cantidad de Productores
Pequeños	35.685	3.480
Medianos	57.486	800
Grandes	69.063	193
Total	162.636	4.473

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior (2017)

Representado que la mayoría de productores (78%) corresponden a pequeñas empresas que cuentan con un total de 30 hectáreas, el 18% de productores pertenecen a empresas medianas con más de 30 y menor o igual a 100 hectáreas de terreno para la siembra de banano y por último, el 4% de los productores con más de 100 hectáreas de terreno forman parte de grandes empresas, por tanto, como se visualiza la participación de dicha actividad

económica ha permitido la reducción del nivel de pobreza en las zonas rurales del Ecuador y en especial en los pueblos de la región Costa (Ministerio de Comercio Exterior , 2017).

Con respecto al año 2017, la exportación de banano incremento con un total de 326´400.307 cajas de 18,14 kg proyectándose que la productividad por hectárea al año corresponde a un total de 2000 cajas, cantidades que resultan un poco significativas al resto de países productores de banano, pero para Ecuador superan las expectativas reflejadas en el año 2016 que únicamente se exporto un total de 7´300.000 cajas de banano. Además, se recalca que en estos últimos cinco años los principales destinos de las exportaciones de banano ecuatoriano ha sido la Unión Europea, Rusia y EE.UU, dicha perspectiva cambió durante el periodo 2017 cuando paso el Medio Oriente a ser uno de los tres principales destinos en conjunto a la Unión Europea y Rusia representado el 69,95% de producto embarcado aunque se obtuvo una participación muy baja por parte de Estados Unidos en adquirir dicho producto (Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador, 2018).

La actividad bananera está delimitada en producción, comercialización y exportación. En capítulos previos, se indicó el proceso de producción y comercialización y cómo las mismas se encuentran controladas por distintas entidades gubernamentales que dan paso a la exportación del banano. Sin embargo, dentro de esta cadena no solo productores y exportadores son beneficiados, existen otros sectores que forman parte y son necesarios, entre ellos las navieras, las cartoneras, los trasportistas y los agroquímicos (Mendoza & Velasco, 2018).

Por tal motivo, dentro de las negociaciones de Ecuador, es el banano el que ha tenido relevancia para el cierre de las mismas. Tomando como ejemplo las negociaciones con la

Unión Europea, donde uno de los factores de retraso fueron las preferencias arancelarias para dicha fruta (Mendoza & Velasco, 2018).

Tabla 3
Principales compradores de banano por cajas de 43 libras

Países	2014	2015	2016	2017
Unión Europea	92.294.688	95.259.753	101.497.640	109.190.878
Rusia	66.553.529	68.115.550	71.947.682	77.747.247
Medio Oriente	29.458.156	38.611.346	32.288.552	41.371.700
EE. UU	44.710.461	47.982.908	47.416.307	31.836.558
Cono Sur	21.860.549	22.910.511	24.175.920	28.151.306
Asia	13.442.386	17.250.629	19.446.836	17.194.487
Europa del Este	23.250.549	16.498.481	12.866.468	13.056.909
Oceanía	2.318.102	2.809.334	3.687.409	3.855.905
África	3.191.207	6.676.913	4.539.273	2.456.085
EFTA	981.120	1.321.615	1.226.040	1.539.240

Fuente: AEBE, (2018).

Tabla 4
Exportaciones totales de banano y su variación anual

Año	# de cajas	Variación
2010	265.544.629	
2011	284.590.787	7,14%
2012	248.840.362	-12,56%
2013	259.338.799	4,22%

2014	298.060.747	14,93%
2015	317.437.040	6,50%
2016	319.092.127	0,52%
2017	326.400.307	2,29%

Fuente: AEBE, (2018).

Generalmente, el banano genera un excedente de producción que no cumple con los parámetros de calidad que exigen los mercados importantes del mundo. El banano rechazado se puede originar desde la cosecha, el corte de la fruta, y posteriormente en el puerto, donde se puede observar que el banano presenta defecto que hacen que no cumpla con los lineamientos de calidad requeridos por el mercado, a pesar de ello no significa que no es apto para el consumo humano (Ramírez & Solórzano, 2012). Esto pasa por temas ya sea de forma o tamaño, detalles que se generan en el proceso de producción donde muchas veces el volumen de dicha fruta es significativo, entonces el desperdicio de alimento es aún mayor, cuando se lo podría destinar eficientemente a elaborar productos a base del mismo.

Además, Paúl González, presidente del Centro Agrícola de Machala, menciona que la cantidad de rechazo de la fruta supera las 150 toneladas cada año, además los productores optan por regalarlos o simplemente se pierden, lo cual a su vez también va causando daños ambientales. (El telégrafo, 2014b)

Se estima que en el Ecuador hay una alta cantidad de fruta que no pasa los lineamientos de calidad, entre el 20%-25% del total por distintos factores (Brunel, 2016).

Como se puede observar, no hay cifras exactas en cuanto a banano no apto para exportarse en el Ecuador, debido a que eso depende netamente de la bananera, y del control de calidad con el que se manejan. Además, hay quienes creen que el rechazo de banano

únicamente genera pérdidas económicas, es más consideran que producir banano orgánico posee mayores desventajas porque el rechazo del banano es aún mayor, y los costos de producción son también elevados, pero es necesario analizar nuevas oportunidades que permitan reducir dichas “pérdidas”, ya que el uso que comúnmente se le da al banano no exportable, es para alimento de animales, dieta de personas, o como abono para las tierras.

El excedente derivado de la producción bananera permite que el exportador tenga mayores posibilidades de crear nuevos productos para acceder a nuevos clientes, y a antiguos clientes que se encuentran satisfechos con el banano que importan desde sus respectivos países.

Vaca (2014) destaca que, según datos obtenidos por el INIAP en el 2012, la producción de harina de banano en Ecuador se componía aproximadamente por 541.177.06 quintales generados por todos los establecimientos productores de harina de banano. Además, se presenció una alta demanda de harina de banano por parte de empresas productoras de balanceados debido a que los tipos de harinas más cotizadas y demandadas para consumo humano eran la de maíz, soya o trigo.

Tabla 5
Importación de banano a España desde Ecuador

Descripción del producto	España importa desde Ecuador				
	2013 (miles de dólares)	2014 (miles de dólares)	2015 (miles de dólares)	2016 (miles de dólares)	2017 (miles de dólares)
Bananas, fresh (excl. plantains)	9846	4961	4379	3592	3871

Bananas, dried (excl. plantains)	100	40	30	1	0
---	-----	----	----	---	---

Fuente: TradeMap (2018)

Tabla 6
Importación de plátano a España desde Ecuador

Descripción del producto	España importa desde Ecuador				
	2013 (miles de dólares)	2014 (miles de dólares)	2015 (miles de dólares)	2016 (miles de dólares)	2017 (miles de dólares)
Plantains fresh	11260	8596	6372	5730	5913
Plantains dried					3

Fuente: TradeMap (2018)

De acuerdo a datos y cifras extraídas de TradeMap (2017), España registró un total de \$158.000 en importaciones de harina, sémola y polvo de banano bajo partida arancelaria 11063010 en el año 2017. Sin embargo, mediante la siguiente tabla se procede a representar los principales proveedores y exportadores de dicho producto a España durante el periodo 2013-2017.

Tabla 7
Principales exportadores a España bajo denominación arancelaria 11063010

Exportadores	2013	2014	2015	2016	2017
Mundo	304	185	134	96	158

Reino Unido	54	26	12	1	60
Estados Unidos de América	9	12	82	57	48
Ecuador	50	55	31	29	48
Alemania	6	7	5	6	2
Países Bajos	6	10	3	2	-
Perú	-	-	-	1	-
India	-	2	-	-	-
Francia	178	74	-	-	-
Colombia	-	-	-	1	-

Nota: Valores expresados en miles de dólares. Fuente: TradeMap (2017).

Además, como se puede observar entre los principales países exportadores de productos correspondientes a la partida arancelaria 11063010 se destacan Reino Unido, Estados Unidos y Ecuador. Por ende, se prevé que Ecuador pueda acaparar el mercado español con una mayor oferta de productos pertenecientes a dicha partida arancelaria y así alcanzar niveles de ventas que años atrás mantenía. Durante el periodo 2013-2017, los primeros años Ecuador conservaba una excelente influencia en el mercado español siendo el principal exportador, sin embargo, poco a poco Reino Unido y Estados Unidos han ido abarcando una mayor cuota de mercado en España.

Tabla 8
Principales importadores bajo denominación arancelaria 11063010 de producto ecuatoriano

Importadores	2013	2014	2015	2016	2017
Mundo	630	3370	6320	1501	4578
Estados Unidos de América	203	2487	3976	873	3832
Alemania	79	0	115	198	427
Japón	129	148	242	181	176
Francia	0	0	0	0	56
España	47	94	328	44	39

Nota: Valores expresados en miles de dólares. Adaptado de: TradeMap (2017) basado en estadísticas de las Naciones Unidas Comtrade.

Mediante la tabla 8 se representa los principales países que importan productos ecuatorianos según partida arancelaria 11063010 como Estados Unidos, Alemania, Japón, Francia y España, lo que muestra la existencia de mercados internacionales interesados en adquirir este producto, el cual es mayormente demandado por los países pertenecientes a la Unión Europea.

Tabla 9
Estadísticas Comerciales EU28 del producto 11063010

EU Member State	Import Value to the EU/MS (EURO)	Import Quantity to the EU/MS (KG)
-----------------	----------------------------------	-----------------------------------

	2017	2017
TOTAL EXTRA-EU28	3,861,824	1,470,000
Ecuador	2,840,243	889,000
United States	499,631	312,000
Colombia	208,461	139,000
Peru	164,752	22,000
Philippines	48,455	78,000
India	43,825	23,000
Russian Federation	18,356	5,000
Australia	15,716	1,000

Nota: La información de esta tabla fue tomada de estadísticas comerciales de European Commission, 2018

Tomando en consideración lo mencionado anteriormente, se puede observar en la Tabla 9 que Ecuador es el principal exportador de la partida arancelaria 11063010 hacia la Unión Europea; lo que quiere decir, que la empresa Hoyos Garcés S.A. mediante el acuerdo multipartes que mantiene con la Unión Europea presenta la posibilidad de incrementar este mercado.

Mientras que dentro del mercado nacional se tiene una gama de empresas que distribuyen harina de plátano, el cual es el producto con mayor similitud al que se busca ofertar, entre las que se puede mencionar Prodicereal, Alimentos Dominic, como se muestran en el apéndice D y apéndice E.

Mercado de demanda

Así como lo menciona Baca (2013) el mercado de demanda corresponde aquella cantidad de bienes y servicios requeridos en un mercado para cubrir una necesidad específica a un precio establecido. Además, menciona que el objetivo principal de analizar la demanda es determinar, medir y establecer qué factores repercuten en las peticiones del mercado en relación a un producto.

De acuerdo a la investigación se propone como mercado demandante a España, por ende, se revisará la situación y participación de banano dentro del país, el modo y medios utilizados para el abastecimiento de dicha fruta. A su vez, se desarrollará el respectivo análisis de resultados obtenidos mediante las encuestas realizadas a los encargados de panaderías y reposterías de la ciudad de Madrid, España.

Con base a información recopilada por Pro Ecuador (2018) , España no cuenta con una producción amplia de banano, por lo que únicamente las Islas Canarias producen banano y entre las ciudades que mayormente consumen el plátano se encuentran Madrid, Sevilla, Valencia y Barcelona. Es por ello que el mercado se muestra atractivo para empresas que busquen ofertar nuevos productos a base de dicha fruta, como en este caso es la harina de plátano verde.

Por ello mediante investigación se pudo conocer que actualmente existen dos empresas que producen y comercializan harina de plátano verde en el mercado español, tales como:

Nativo, marca que es importada por Productos Goya Nativo S.L.; y además la harina de plátano elaborada por el Grupo Oriental, quienes entre los empaques utilizados para la distribución y envío de harina de plátano lo realizan en fundas de 200 gramos y 400 gramos ya que el mercado hacia el cual se dirigen así lo requiere (ver Apéndice B y C).

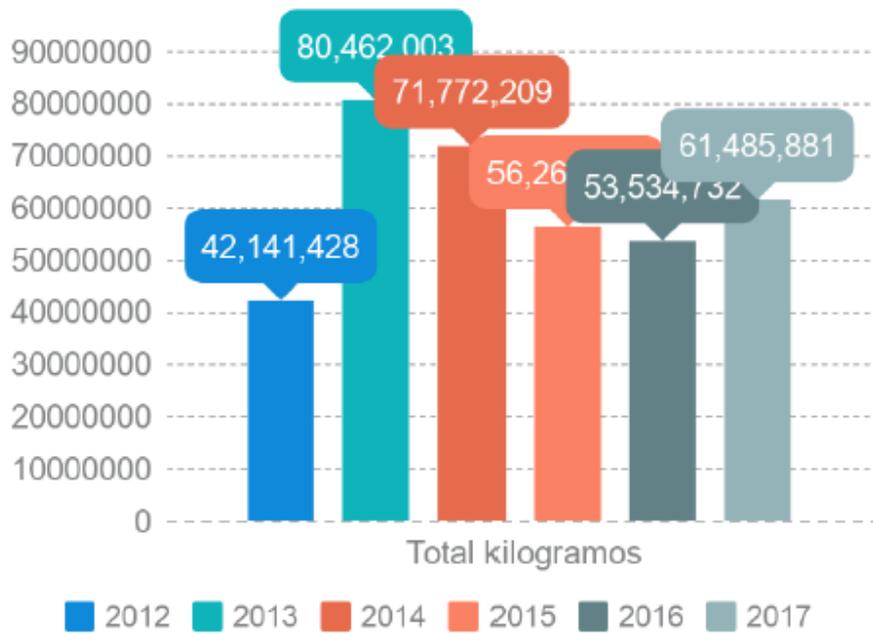


Figura 4. Plátano comercializado e importado en Mercabarna
 Fuente: Mercabarna, (Pro Ecuador, 2018).

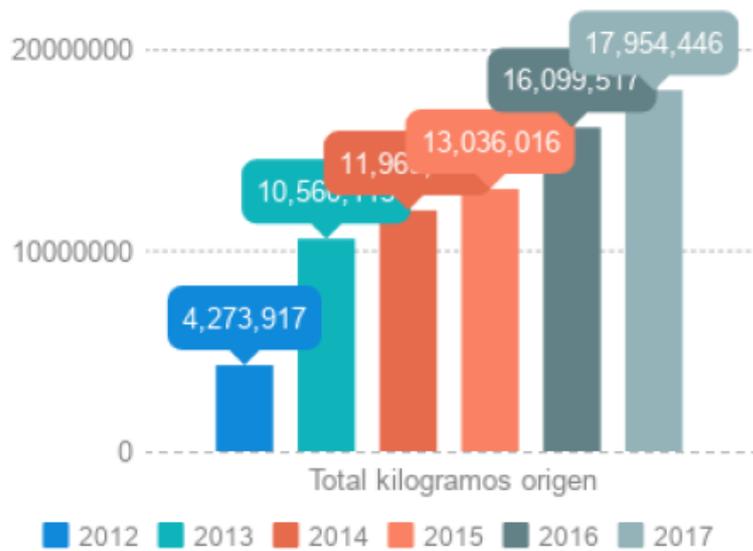


Figura 5. Plátano comercializado e importado en Mercamadrid
 Fuente: Mercamadrid, (Pro Ecuador, 2018).

En relación a los más grandes y principales distribuidores por cada ciudad de España se mantiene a MercaMadrid, Mercabarna, MercaBilbao, MercaSevilla y MercaValencia, destacándose por su mayor influencia en el mercado las dos primeras distribuidoras.

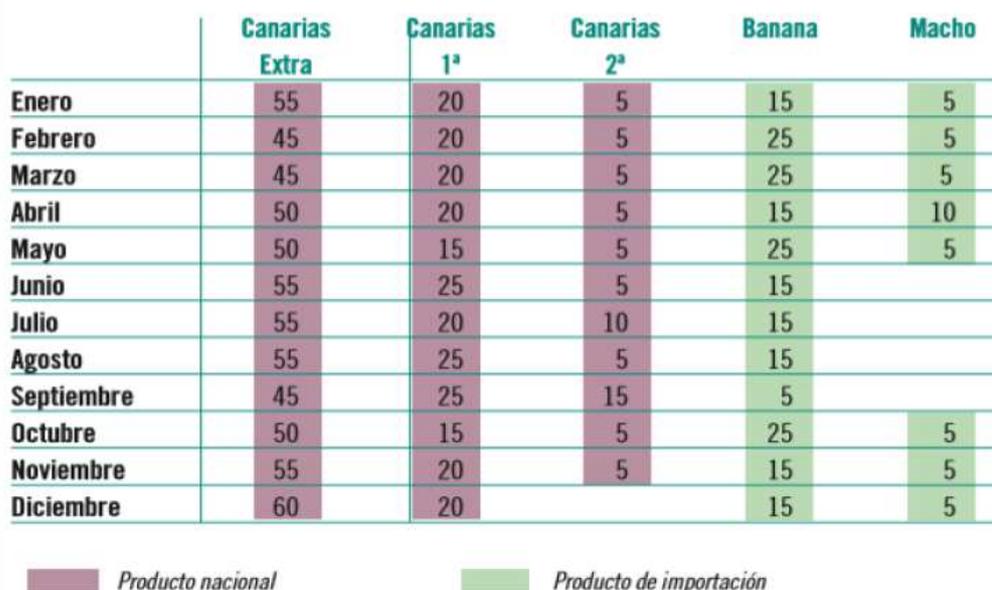


Figura 6. Calendario de comercialización de banano basado en porcentajes
Fuente: Mercasa (Pro Ecuador, 2018).

Mediante este grafico se puede observar la gran intervención de las Islas Canarias dentro del mercado europeo con una alta concentración de banano en el país, determinado que la mayoría de la población española recurre a la compra de banano en vez de plátano.

Resultados de la encuesta

Posterior al proceso de toma de datos que se llevó a cabo del 1 de Noviembre al 31 de Diciembre del 2018, finalmente se obtuvieron 150 encuestas; por lo tanto, el margen de error estimado que era de 5% ahora será de 6.83%.

1. **¿Con qué frecuencia compra harina para la elaboración de panes, tortas, biscochos, galletas, entre otros?**

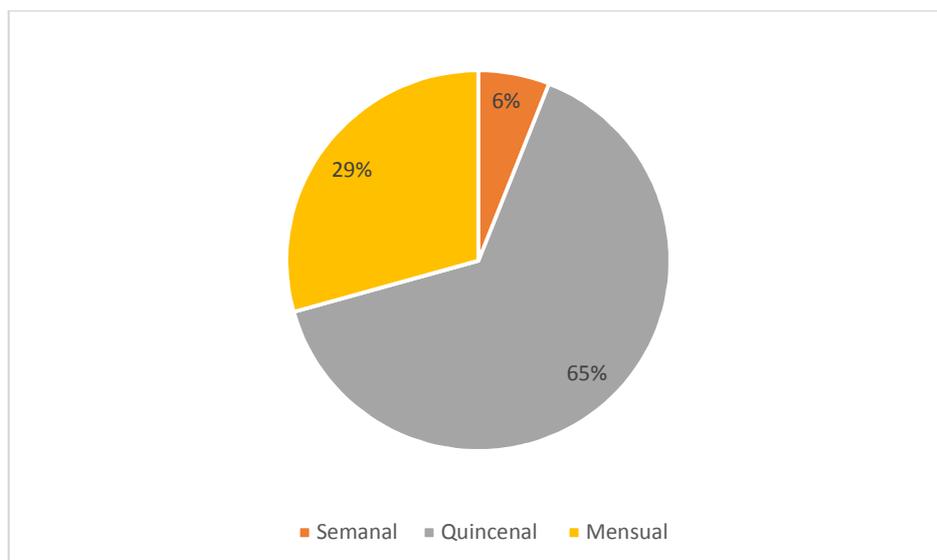


Figura 7. Frecuencia de compra de harina
 Elaborado por: Jennifer Medranda y Pedro Soledispa- Estudio de campo

De acuerdo a la muestra obtenida de 150 panaderías y reposterías en la ciudad de Madrid, 9 encuestados (6%) afirmó que la compra de harina la realizan de manera semanal, ya que cuenta con el sitio idóneo para almacenar su producto y sobretodo porque mantienen una alta demanda de sus productos ofertados. Por último, el 65% (97) y 29% (44) mencionaron que realizan la compra de harina de manera quincenal y mensual respectivamente, sin embargo, esto no quiere decir que no posean una alta demanda de sus productos sino más bien se debe a que cuenta con una excelente infraestructura lo cual les permite conservar su materia prima sin riesgos y por ende poderse abastecer de dicha materia prima sin ninguna demora.

2. ¿Cuántos kilogramos de harina compra mensualmente para la elaboración de sus productos?

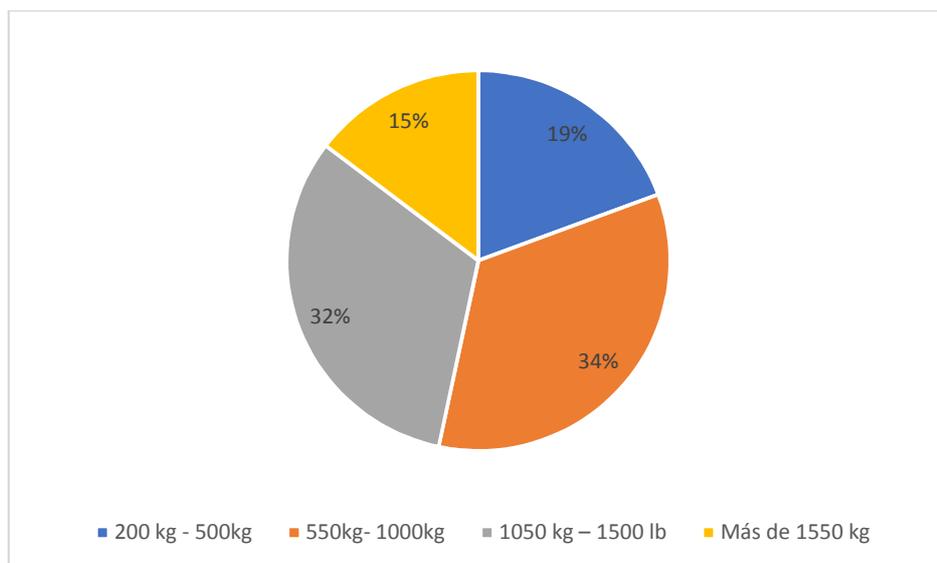


Figura 8. Cantidad de harina comprada
Elaborado por: Jennifer Medranda y Pedro Soledispa - Estudio de campo

De acuerdo a los encuestados, el 19% (29 encuestados) afirma que compra entre 200 y 500 kilogramos de harina mientras que 51 participantes, representado el 34%, solicitan un total de 550 y 1000 kilogramos de harina para la elaboración de sus productos. Por otra parte, el 32% (48) y 15% (22) mencionaron comprar entre 1050 y 1500 kilogramos y más de 1550 kilogramos de harina, respectivamente.

3. ¿Alguna vez ha escuchado de la harina de banano orgánico?

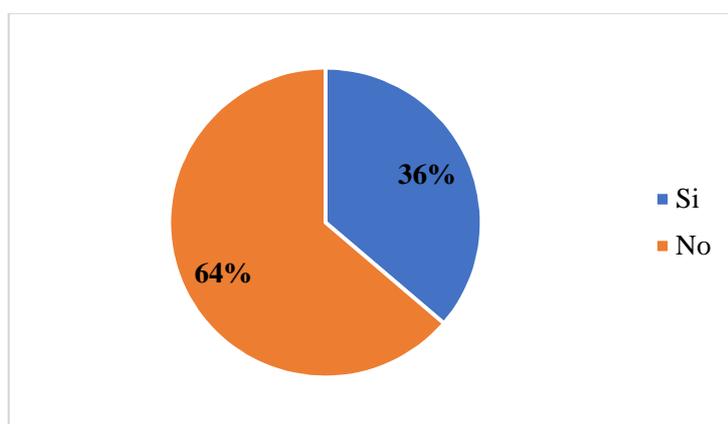


Figura 9. Harina de Banano
Elaborado por: Jennifer Medranda y Pedro Soledispa - Estudio de campo

De acuerdo a los datos obtenidos en el estudio de campo se comprobó que 96 encuestados (64%) no tenían conocimiento sobre la harina de banano orgánico mientras que 54 participantes (36%) afirmo haber escuchado en algún momento acerca de la harina de banano orgánico.

4. De conocer o no sobre la harina de banano, ¿estaría dispuesto añadir como nuevo ingrediente en la preparación de sus productos?

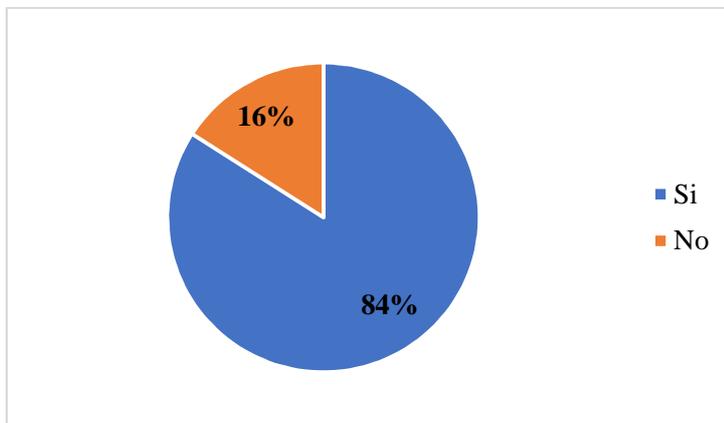


Figura 10. Disposición de añadir nuevo ingrediente a sus productos
Elaborado por: Jennifer Medranda y Pedro Soledispa - Estudio de campo

Debido a la curiosidad e interés de conocer la reacción de introducir la harina de banano orgánico en la elaboración de sus productos, 126 encuestados (84%) manifestaron de acuerdo en añadir esta nueva materia prima mientras que el resto de encuestados (16%) prefieren prevenir cualquier inconveniente y se rehúsan en utilizar la harina de banano orgánico.

5. ¿Conoce de algún proveedor que oferte harina de banano?

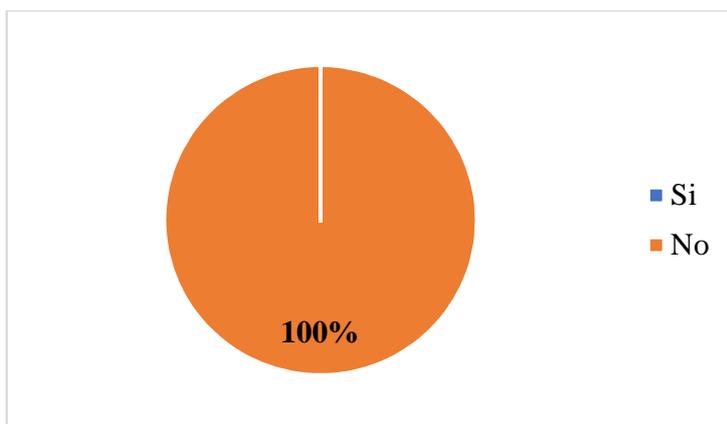


Figura 11. Conocimiento de proveedores ofertantes de harina de banano orgánico
Elaborado por: Jennifer Medranda y Pedro Soledispa - Estudio de campo

A pesar de que alguna vez hayan escuchado sobre la harina de banano orgánico, los 150 participantes encuestados afirman no tener conocimiento acerca de proveedores o empresas dedicadas a la venta y distribución de dicho producto.

6. ¿Qué otras causas le impedirían utilizar la harina de banano en la elaboración de sus productos?

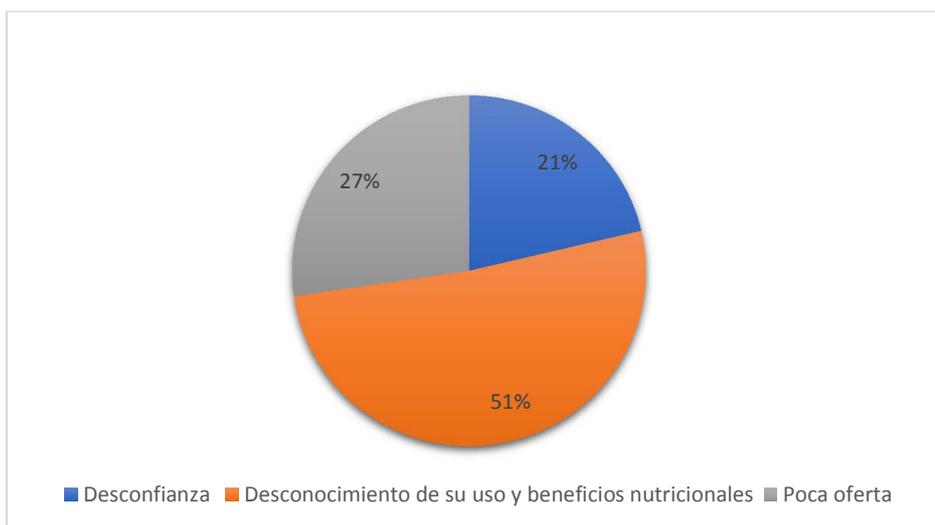


Figura 12. Causas para no utilizar harina de banano orgánico
Elaborado por: Jennifer Medranda y Pedro Soledispa - Estudio de campo

Debido a la poca inherencia de la harina de banano orgánico en el mercado de Madrid, el 51% (77 encuestados) mencionan que su mayor impedimento de integrar dicha materia prima en la elaboración de productos se debe al desconocimiento de uso y beneficios nutricionales. El 27% de los encuestados (41 participantes) afirman no arriesgarse a integrarla debido a la escasa oferta y 32 participantes (21%) indican que por la desconfianza que puede generar en los consumidores.

7. En caso de existir, ¿una nueva marca que oferte harina de banano con previa asistencia técnica sobre su uso estaría dispuesto a comprar e implementarlo como parte del valor agregado de sus productos?

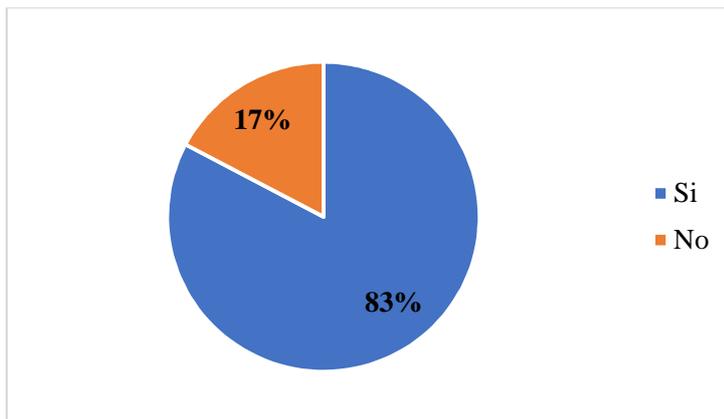


Figura 13. Disposición de comprar e implementar harina de banano orgánico
Elaborado por: Jennifer Medranda y Pedro Soledispa - Estudio de campo

A pesar que se planteó un valor añadido en la compra de este producto, 26 encuestados (17 %) manifestaron que no estarían aptos para adquirir dicho producto hasta verificar su aceptación y beneficio mediante casos de estudios o experiencias de las demás panaderías y reposterías. Por lo tanto, el 83% de los encuestados si estarían dispuestos en invertir en la adquisición de harina de banano orgánico.

Demanda insatisfecha

Cabe mencionar que la demanda insatisfecha en el mercado objetivo preestablecido es factible, ya que son muy pocos los consumidores que conocen o han utilizado dicha materia prima para la elaboración de productos derivados, y, por ende, según lo manifiesta Baca (2013) la demanda puede dividirse de acuerdo su oportunidad destacándose la demanda insatisfecha, la cual constituye en aquello producido u ofertado no cubre con los requerimientos ni expectativas del mercado, en pocas palabras la demanda es mayor a la oferta. En efecto, los posibles consumidores tienen cierto conocimiento y muestran cierto interés por implementar como parte de sus ingredientes principales para la elaboración de productos derivados y así poner a disposición del mercado español, en este caso en el mercado de Madrid, además, la propuesta de la harina de banano orgánico se provee con la intención de mejorar el valor nutricional de productos ya existentes que utilizan como base principal la harina de trigo. Considerando esencial la oportunidad de implementar y desarrollar esta nueva línea de productos lo cual permitirá poco a poco contribuir eficientemente en la economía del país y sobre todo para los productores de harina de banano orgánico.

Mercado competidor

Actualmente en España no existe una competencia directa, pero existen varias empresas que elaboran una gran cantidad de harinas a las cuales se las podría denominar como una competencia indirecta. Entre las empresas más destacadas dentro del mercado español, se mencionan las siguientes:

La empresa Goya Foods, la cadena hispana más grande de alimentos en Estados Unidos bajo su marca Goya Nativo elabora harina de plátano la cual es muy nutritiva, ya que

posee carbohidratos varias vitaminas, fibras y minerales, además esta empresa importa dicho producto desde Ecuador. Esta harina se comercializa en los diferentes supermercados españoles en una sola presentación de 400 GR y su PVP es de 3 euros.

Oriental Industria Alimenticia Cía. Ltda., empresa ubicada en Ecuador que ofrece productos líderes en el mercado tales como fideos, bebidas, harinas, entre otros. Entre las harinas que produce están las de trigo, maíz y la de plátano, uno de los mercados a los cuales dirigen sus productos es a España donde los ubican en supermercados y tiendas latinas. La harina de plátano es comercializada en pequeñas presentaciones de 200gr, 400gr y 500gr.

El grupo Harinalia, el cual está ubicado en Santa Cruz de Tenerife, siendo una de las productoras más grandes de harina de trigo en España, ofreciendo una gran variedad de harina como la de trigo integral.

Harinera Riojana, una empresa importante de harina de trigo en España que cuenta con las certificaciones ISO 9001 y las IFS Food, ofrece una gran variedad de masa harinas para la elaboración de diferentes productos, entre las que destacan la harina de centeno y centeno integral.

Carbajos Hermanos S.A es una empresa con gran trayectoria en España la cual produce distintos tipos de harinas de varios granos tales como el trigo, centeno y la de espelta. Sus harinas las clasifican en dos grupos de harinas: especiales y ecológicas, a su vez cuentan con certificación ecológica, gracias a las distintas vitaminas y aminoácidos esenciales.

Las 4P'S

Producto

La empresa Hoyos Garcés S.A producirá y exportará harina de banano orgánico con destino al mercado español, particularmente hacia la ciudad de Madrid, ya que se considera dicha ciudad con un alto nivel de aceptación en la introducción de productos ecológicos u orgánicos. Por lo tanto, el envase recomendado para la comercialización de harina de banano será en sacos de 25kg (55 lb) de primer uso, resistentes, sellados, limpios y debidamente fabricados evitando la transmisión o concentración de sustancias ni olores o sabores desagradables. En dicho empaque llevará impreso el logo de la empresa y marca del producto con los respectivos colores que destaquen a la fruta principal para la producción de dicha harina.



Figura 14. Logo de la empresa productora de harina de banano orgánico
Fuente: Hoyos Garcés (2018).

Además, el producto a desarrollar conservará certificación orgánica ya que para que ingrese al mercado español, en sí al mercado europeo, deberá contar con dicho certificado bajo previo proceso riguroso de evaluación y verificación de que el producto a exportar es 100% orgánico. Para ello se va a obtener inicialmente la certificación USDA Organic por parte de Control Union, quienes realizarán la debida inspección de los métodos de producción de acuerdo a los estándares con los que se manejan, además con el cumplimiento de los

requerimientos de las normas EU 834/2007 - EU 889/2008 se hará uso del EU organic bio logo.

Precio

Mediante el presente proyecto se pretende establecer el precio idóneo para la venta de harina de banano orgánico con la finalidad de ser competitivos y mantener precios diferenciadores, pero con un producto de excelente calidad ante los diversos productos sustitutos, en este caso de la utilización de harina de trigo, el cual es el más utilizado por panificadoras y reposterías. Por ende, más adelante se detallará los costos que se incurren y el margen de ganancia adecuado para determinar el precio de venta.

Sin embargo, también será necesario considerar las expectativas y comportamiento del consumidor para considerar la aplicación de varias estrategias de precios y así fidelizar el cliente tanto con la marca de la empresa y el producto.

Plaza

La harina de banano orgánico será producida en Ecuador, para luego ser exportada hacia España. Solo se utilizará materia prima ecuatoriana, en este caso el rechazo de banano orgánico facilitado por los principales proveedores de banano de la Empresa Hoyos Garcés S.A. y en caso de requerir más materia prima se recurrirá a más proveedores de la ciudad de Machala y Santa Elena.

Específicamente la comercialización se llevará a cabo mediante un intermediario en la ciudad de Madrid, quienes pondrán a disposición de panaderías y reposterías dicho producto, siendo este el punto de venta y de tal manera que consumidores españoles conozcan un nuevo derivado o producto a base de banano como es la harina de banano orgánico.

Promoción

Con la intención de alcanzar el posicionamiento deseado en el mercado español, es necesaria la inversión en publicidad para dar a conocer el producto a los potenciales compradores y atraer nuevos; por ello se ha optado por invertir en redes sociales, ya que como se conoce hay un alto consumo de dichos medios por parte de los españoles, además será necesaria la actualización de la página web con la que ya cuenta la empresa, y la participación en ferias internacionales, donde inicialmente se tiene planteada la asistencia a Fruit Attraction, el cual se lleva a cabo en la ciudad de Madrid y tiene gran apertura a productos orgánicos, ya que mediante este medio de promocionar el producto se puede conocer de forma directa los gustos y preferencias de los posibles consumidores y así dar a conocer el producto. En cada uno de los medios antes mencionados, será necesaria la explicación de sus beneficios, y el valor agregado del producto que se está ofertando.

Es importante a su vez mencionar que la empresa Hoyos Garcés S.A. realiza exportaciones de banano hacia España, donde ya posee clientes y eso permite que cierto mercado ya conozca la calidad de su producto.

Zona de influencia del proyecto

La planta de producción de harina de banano orgánico estará situada en la Plaza Saibaba Km. 4.5 vía Duran Tambo, provincia del Guayas. Se escogió dicha zona por la facilidad de acceso tanto de los proveedores de materia prima como para el propio personal de la planta, y a su vez estar cerca del puerto marítimo en la ciudad de Guayaquil, medio por el cual se optará el envío del producto hacia a España.

Sin embargo, se atribuye un ahorro más que un beneficio para la empresa al escoger dicho sitio, ya que bajo disposición en el Código de Producción a partir del año 2010 se estableció el gozo de incentivos tributarios mediante la exoneración del pago del impuesto a la renta durante 5 años contando desde el primer año de generación de ingresos por la inversión desarrollada fuera de las jurisdicciones del cantón Guayaquil y Quito (Enriquez & Serrano, 2018).

Comercialización

Para la respectiva comercialización del producto dentro del mercado español se la realizará a través de un importador y distribuidor reconocido en la ciudad de Madrid, mediante el cual se pondrá a disposición del mercado meta, es decir panaderías y reposterías, y posteriormente llegar a cubrir un alto nivel de presencia en el mercado español hacia todo tipo de consumidor.

Normas sanitarias

Nacionales.

La elaboración de este producto de exportación, se basa en el banano como materia prima por lo que se debe cumplir con certificaciones de inocuidad (garantía) alimentaria. Dentro del diseño y ejecución del proceso de producción de harina de banano orgánico, se pretende establecer u operar bajo la certificación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) con la finalidad de poner a disposición del consumidor un producto de calidad previamente evaluado y aprobado por las entidades competentes. Así como lo establece el ARCSA (2017) mediante la normativa sanitaria que cuya finalidad es “establecer los requisitos y lineamientos de calidad e inocuidad para la fabricación, elaboración, formulación, rotulado

y los criterios para la publicidad, el control y vigilancia de dichos productos en los establecimientos donde se fabrican, almacenan, distribuyen, importan y comercializan”.

Según ARCSA (2015) para obtener la notificación sanitaria son necesarios los siguientes requisitos:

- Permiso de Funcionamiento ARCSA vigente.
- Ingresar a la Ventanilla Única Ecuatoriana (ECUAPASS) para generar la solicitud de funcionamiento, donde se registrará el representante legal o titular del producto y representante técnico.
- Posteriormente, el sistema consignará ciertos datos como:
 - Declaración de la norma técnica nacional bajo la cual se elaboró el producto y en caso de no existir la misma se deberá presentar la declaración basada en normativa internacional y si no existiría una norma técnica específica y aplicable para el producto, se aceptarán las especificaciones del fabricante y deberá adjuntar la respectiva justificación sea técnica o científica.
 - Descripción e interpretación del código de lote.
 - Diseño de etiqueta o rótulo del o los productos.
 - Especificaciones físicas y químicas del material de envase, bajo cualquier formato emitido por el fabricante o distribuidor.
 - Descripción general del proceso de elaboración del producto.
 - En caso de maquila, declaración del titular de la notificación obligatoria.
 - Para productos orgánicos se presentará la Certificación otorgada por la Autoridad competente correspondiente.
- Emisión de la orden de pago y dispondrá de 5 días laborables para el pago respectivo.

- ARCSA revisará los requisitos en función del Perfil de Riesgo del Alimento, en 5 días laborables

Internacionales.

Luego de obtener la certificación nacional de garantía alimentaria se procede a homologar dicho certificado en el país extranjero para poder comercializar la harina de banano orgánico en España previa aprobación de la autenticidad otorgada por el cónsul del Ecuador o apostilla en el país (ARCSA, 2019).

De acuerdo al (ARCSA, 2019) se dispone que para la obtención de la homologación extranjera es necesario el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- Copia del Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura o certificaciones de inocuidad alimentaria que incluyan como pre – requisito las buenas prácticas de manufactura emitido la autoridad sanitaria Nacional del país de origen o por un Organismo de Evaluación de la conformidad acreditado o reconocido por el Servicio de Acreditación Ecuatoriano (SAE), en el cual se especifique la ubicación de la planta procesadora o establecimiento procesador de alimentos, el mismo que debe estar debidamente autenticada por el Cónsul del Ecuador en el país de origen o apostillada, según corresponda;
- Alcance del Organismo de evaluación de la conformidad acreditado o reconocido por el Servicio de Acreditación Ecuatoriano (SAE) el mismo que debe estar debidamente autenticada por el Cónsul del Ecuador en el país de origen o apostillada, según corresponda;

- Certificado de la ubicación de la planta procesadora o establecimiento procesador de alimentos;
- Declaración de las líneas certificadas, tipo de alimento, lista de alimentos procesados y cada una de las presentaciones de los alimentos procesados que se comercializará en el país;
- Certificación del fabricante extranjero o propietario del producto, en la que se autorice al titular del certificado de Buenas Prácticas de Manufactura para inscribir y comercializar los productos alimenticios en el país, misma que debe estar debidamente autenticada por el Cónsul del Ecuador en el país de origen o apostillada, según corresponda;
- Entregar la solicitud de homologación y los requisitos técnicos mencionados en la normativa vigente, en la Secretaría General en Planta Central o Coordinación Zonal más cercana (conozca aquí las direcciones).
- La ARCSA revisará y analizará que la documentación esté completa y correcta, en el caso de existir alguna observación se notificará al usuario.
- Una vez revisada la información, se generará la orden de pago correspondiente a los derechos de certificación de acuerdo a la categorización de la planta o establecimiento:

CATEGORÍA	COSTO DE HOMOLOGACIÓN
Industria Nacional	5SBU
Mediana Industria Nacional	4SBU
Pequeña Industria Nacional	3SBU
Microempresa Nacional	2SBU
Artesanos Nacional	1SBU
Empresas Extranjeras	5SBU

Figura 15. Costo de homologación según tamaño de la planta
Fuente: (ARCSA, 2019).

Certificación Orgánica

Con el fin de exportar la harina de banano como orgánico, es necesario obtener el certificado orgánico que asegure que el producto cumple con las especificaciones para ser considerado un producto 100% orgánico.

Indiferentemente de las certificadoras que otorguen el documento, el proceso a seguir es usualmente el mismo. Control Union Perú S.A.C. (2018) menciona que entre los procedimientos a seguir se encuentran los siguientes:

- Llenar un formulario con la información solicitada por la certificadora.
- Una vez recibida dicha información, la certificadora envía los costos para obtener el certificado durante un año, además contiene los términos del contrato.
- Si la empresa está de acuerdo con dicha oferta, tiene que notificar a la certificadora por medio de una carta oferta, para que se firme un acuerdo.
- El pago para el servicio de inspección y certificación debe realizarse para que se programe la visita.
- Posterior a ello, se realiza la inspección de los procesos que se llevan a cabo para la obtención del producto.
- Se genera un reporte a partir de dicha inspección, y de acuerdo a eso se genera la certificación por un año.

El certificado orgánico requiere de inspecciones anuales para asegurarse de que el cumplimiento de los estándares orgánicos se mantiene. Además, la certificación orgánica es controlada por AGROCALIDAD.

Aranceles, mecanismos y permisos de exportación

En lo que respecta a los aranceles, European Commission (2019) indica que de acuerdo al N° de reglamento D2369/16 de la legislación Europea, Ecuador se acoge a la preferencia arancelaria del 0% en cuanto a la exportación de dicho producto hacia España.

Por otra parte, de acuerdo a Pro Ecuador (2017), toda persona ecuatoriana y extranjera residente en el país podrá realizar exportaciones sean esta personas naturales o jurídicas. Para lo cual es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

- Registrar el RUC ante el SRI especificando la actividad económica a desarrollar.
- Registrarse en la página del SENA mediante la obtención del certificado de firma digital o TOKEN, otorgado por las siguientes entidades:
 - Registro Civil: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>
 - Security Data: <https://www.securitydata.net.ec/>
- Para finalizar, registrarse como exportador en Ecuapass.

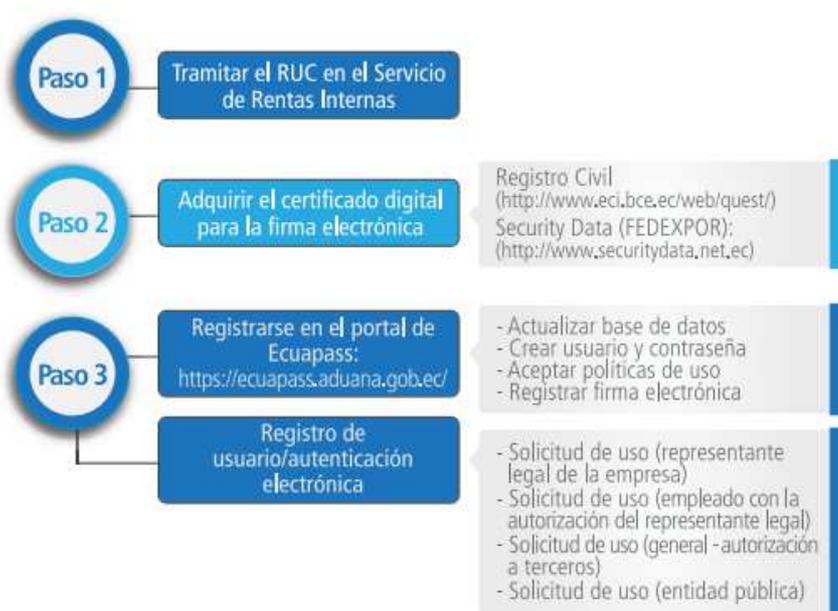


Figura 16. Pasos para el registro de exportador en el Ecuapass

Fuente: (Pro Ecuador, 2017)

Ciertamente, al ser una empresa que ya se dedica a la exportación, es necesario realizar los trámites de actualización del RUC por medio de la Superintendencia de Compañías, donde se tendrá que notificar la nueva actividad económica que se va a desarrollar para que esta verifique y apruebe dicho proceso.

Según Pro Ecuador (2017), se requiere de ciertos datos e información antes efectuar la exportación tanto en la etapa de pre-embarque y post-embarque, por lo tanto, se efectuará lo siguiente:

- Realizar la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS, donde se consignará los siguientes datos:
 - Del exportador o declarante
 - Descripción de mercancía por ítem de factura
 - Datos del consignatario
 - Destino de la carga
 - Cantidades
 - Peso y demás datos relativos a la mercancía.
- Presentación de documentos digitales tales como: factura comercial original, lista de empaque, autorizaciones previas y certificado de origen en caso de ser necesario.

Cabe destacar que una vez registrada la DAE, la mercadería ingresa a zona primaria donde el producto será puesto bajo depósito temporal para su registro previo a su exportación, además se efectuar el respectivo aforo, sea este automático, documental o físico intrusivo.

Incoterms.

Los Incoterms son aquellos términos internacionales que permiten conocer la responsabilidad u obligaciones tanto del importador como del exportador, así como también conocer las condiciones de entrega de las mercancía o productos a exportar (ICC, 2018).

Para el desarrollo del proceso logístico a emplear en dicho proyecto se enfocará en el incoterms FBO (Free on Board) conocido como Franco a Bordo, el cual es aplicado únicamente para el transporte vía marítima y por ende hace referencia al momento en que el vendedor cumple con su obligación de cargar la mercadería a bordo del buque del puerto designado; es decir, a partir de ese momento los costos y riesgos son asumidos por el comprador/importador (ICC, 2018).

Por ende, bajo estos incoterms se establece las siguientes obligaciones:

- **Vendedor**

- Entrega de la Mercadería y documentos necesarios
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al puerto de origen)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes), (ICC, 2011).

- **Comprador**

- Pagos de la mercadería
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Seguro
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)

- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete y seguro (lugar de importación a planta)
- Demoras, (ICC, 2011).

Capítulo V: Aspectos Tecnológicos del Proyecto

Diseño o descripción del producto

La harina de banano orgánico proviene de la deshidratación de la fruta fresca y la molienda de la misma, la cual le da características particulares obteniendo así un polvo de color blanco, con su particular sabor y olor a banano, siendo susceptible a la humedad. Además, cuenta con todas las vitaminas y nutrientes, además de tener mayor valor de fibra, cruda, cenizas y grasas en comparación con la harina de plátano verde (Asociación Macroregional de Productores para la Exportación de Perú [AMPEX], 2008).

El tiempo de caducidad de la harina de banano orgánico es de 1 año.

De acuerdo a una muestra de 100 gramos se obtienen datos de los valores nutritivos que contiene la harina de banano como se observa a continuación:

Tabla 10

Valores Nutricionales de la harina de banano por 100g. de porción comestible

Nutrientes	
Proteínas	3.1 grs
Grasas	0.4 grs.
Carbohidratos	9.6 grs.
Cenizas	2.5 grs.
Humedad	14.0 grs.
Minerales	
Calcio	29.0 mg.
Fosforo	104.0 mg.
Hierro	3.9 mg.
Vitaminas	
Retinol	100.0 mg
Tiamina	0.11 mg.
Riboflavina	0.12 mg.
Niacina	1.57 mg.

Fuente: (AMPEX, 2008)

Proceso de Producción

El proceso para la producción de la harina de banano orgánico es sencillo siempre que se cuente con el personal suficiente para aquellos procesos manuales, y con las maquinarias adecuadas que agilicen la producción.



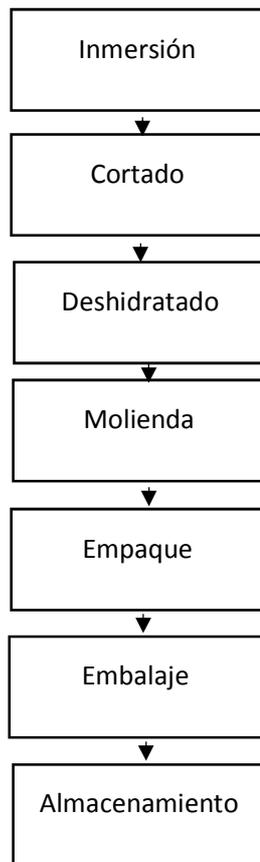


Figura 17. Proceso de producción

Descripción del proceso de producción

Recepción de materia prima: La recepción del rechazo del banano orgánico y/o de banano orgánico (dependiendo de su disponibilidad) que llegará en camiones se realizará en la planta y se la ubicará en el área que corresponda.

Clasificación: Posterior a la recepción, es necesario que se realice la selección de los bananos que cumplan con ciertas condiciones que a pesar de que no son estrictas, son importantes para la correcta obtención del producto final; entre las que es necesaria que la fruta no esté madura es decir que se visualice verde.

Pelado: El corte de las puntas y desprender la cáscara se realiza de forma manual utilizando cuchillos de acero inoxidable.

Inmersión: Seguido a ello, se sumerge la fruta en ácido cítrico durante aproximadamente 5-10 minutos para que la fruta se mantenga en buen estado.

Cortado: Consiste en el corte de la fruta ya sea en rodajas o cubitos, de forma que ayuden a agilizar los procesos posteriores como es el secado.

Deshidratado: Una vez que se obtengan las rodajas, se las ubica en las bandejas para ubicarlas en la maquina deshidratadora a una temperatura de 65°C por 4 horas para reducir la humedad de la fruta al 10% aproximadamente.

Molienda: Cuando se logra disminuir la humedad del banano, es necesario que los chifles pasen al molino para transformarlo finalmente en polvo hasta conseguir su finura.

Empaque y etiquetado: Se coloca la harina en sacos de polipropileno laminado con capacidad de 25kg con la información requerida por el mercado impresa a color.

Embalaje y Almacenamiento: Posterior a ello, se ubica el producto terminado en los pallets con capacidad de 32 sacos de 25kg de harina de banano orgánico para pasar al área de almacenamiento que debe ser un ambiente fresco, donde se encuentre libre de sufrir algún tipo de contaminación que pueda afectar al producto; posterior a ello, son enviadas al puerto convenido.

El sistema que se llevara a cabo para el despacho es el FIFO (First in, First out).

Cantidad de materia prima necesaria para la elaboración de una unidad de producto

Es importante conocer la cantidad de materia prima óptima para la producción de harina de banano de sacos de 25kg; es por ello que tomando en cuenta que mediante proyectos existentes se conoce que en promedio la relación es que 4 kilos de banano producen 1 kilo de harina de banano, se determina que para la elaboración de una unidad de producto se va a necesitar aproximadamente 100 kilos de fruta fresca.

Proveedores

Es importante para toda empresa tener la disponibilidad constante de la materia prima, en este caso del banano orgánico, el cual viene a ser el principal insumo para la producción de la harina de banano orgánico, es por ello que se cuenta con proveedores confiables, quienes han provisto materia prima de calidad y en las condiciones establecidas a la empresa Hoyos Garcés a través del tiempo.

Los proveedores principales tienen sus fincas ubicadas en la ciudad de Quevedo-Valencia en las cuales cada una de las 6 fincas cuenta con la certificación orgánica y Global Gap. Las fincas tienen un total de 307 hectáreas como observamos en la tabla 11, y su producción promedio es de 10-11 contenedores de 1080 cajas semanales de banano orgánico.

Tabla 11
Principales proveedores de Hoyos Garcés S.A.

Fincas	Hectáreas	Dirección
Maravilla	35 ha	Vía a la Mana – Nueva Unión
Solo	30 ha	Sector Porvenir La Mana
Laurita	30 ha	Sector Porvenir La Mana
Baby	12 ha	
Esmeraldas	120 ha	Km. 9.5 Vía Quevedo
San José	80 ha	Km. 52 Vía Quevedo Santo Domingo

Fuente: Hoyos Garcés S.A.

Según información proporcionada por la empresa Hoyos Garcés, en el 2018 el rechazo vendido del total de las fincas antes mencionadas fue de aproximadamente 626000 kilos anuales, lo cual permite saber que habrá gran parte de abastecimiento de materia prima necesaria ya que, de acuerdo a ese dato, y tomando como referencia la relación de que por cada 4 kilos de materia prima se obtiene 1 kilo de harina de banano orgánico, se podría producir 156500 kg de harina de banano.

Sin embargo, se requiere otro proveedor tomando en consideración que se va a producir 192000 kg de harina de banano en el primer año, por lo que otros proveedores disponibles estarían ubicados en Santa Elena o Machala, los cuales poseen alrededor de 300 hectáreas de banano orgánico y tienen banano rechazado entre 60000 kilos anuales cada uno, y como ya se mencionó en capítulos previos se mantiene una buena relación comercial con ellos, además de que el precio se mantiene en los \$0.13 centavos por kilo.

Con los proveedores con los cuales se decida trabajar durante todo el período se va a firmar un contrato en donde se establezca el precio del rechazo del banano y se cumpla con el volumen requerido para la producción pronosticada.

Clasificación de los tipos de equipos

Entre las maquinarias necesarias para la elaboración de harina de banano orgánica se encuentran las mencionadas en la tabla 11, las cuales cuentan con la capacidad para alcanzar la producción estimada, como se detalla a continuación:

Tabla 12

Detalle de maquinaria

Cantidad	Máquinas	Capacidad kg/h	Capacidad Diaria Kg
1	Molino de martillo 0,5 toneladas	1600	1600

1	Cortadora	500	4000
1	Cosedoras de Sacos	-	-
2	Deshidratador de fruta	500	1.000
1	Balanza de Acero Inoxidable	200	200

Una de las maquinarias principales para la elaboración del producto es la deshidratadora de fruta ya que en función de ello se extrae la humedad necesaria para poder elaborar la harina; por ello, su proceso es el que más tiempo requiere, ya que el secado tiene un tiempo de duración de 4 horas. Tomando en consideración aquello, se ha determinado que la capacidad máxima de producción es de 1000 kg diarios, produciendo 500kg cada 4 horas con las 2 máquinas que se van a adquirir.

En cuanto a la capacidad mensual, considerando 20 días laborables, se obtendrán 800 sacos de 25 kg como oferta mensual, utilizando el 80% de la capacidad de producción de las maquinarias en el primer año, y aumentando el 5% de la misma durante los próximos años.

Determinación de la capacidad de la planta

Para la producción de la harina de banano orgánico se deberá contar con 6 operarios puesto que el proceso de producción requiere de labores manuales, además de las maquinarias para la obtención del producto final. La planta trabajará en turnos de 8 horas diarias de lunes a viernes, donde 3 operarios tendrán un horario de 8 a 5pm, mientras que los otros 3 ingresarán de 10 a 7pm, con la finalidad de cumplir con todo el proceso de producción de forma eficaz. Adicional, habrá 2 días adicionales a los laborales para realizar la limpieza de las maquinarias, equipos y utensilios de la planta.

En la tabla 12 se puede observar cuantos sacos de harina de banano orgánico de 25kg se van a elaborar por día, mes y año, mientras que en la tabla 13 muestra la capacidad de producción de los sacos de 25 kilogramos proyectado a 5 años, donde se va incrementar cada año el 5% de producción.

Tabla 13
Capacidad de producción primer año de sacos de 25 kg.

	Anual	Mensual	Diario
# Sacos 25k	7680	640	32
# Pallets para sacos 25k	240	20	1

Tabla 14
Capacidad de producción efectiva de sacos de 25 kilogramos

Año	Anual	Mensual	Diaria
1	7680	640	32
2	8064	672	34
3	8467	706	35
4	8891	741	37
5	9335	778	39

De acuerdo a la capacidad de producción máxima de las maquinarias, y además a la demanda estimada por medio de datos proporcionados por la Unión Europea, se determinó que se va a iniciar produciendo 7680 sacos de 25 kilogramos en el primer año, lo cual significa el uso del 80% de la capacidad de las maquinarias, atendiendo así al 13% del mercado español, lo cual se relaciona con las encuestas realizadas donde la mayor parte mostró aceptación al producto.

Ubicación de la planta

Para llevar a cabo el proyecto se va a arrendar una bodega- galpón en Plaza Saibaba III al norte de Durán, en una superficie cubierta de 272m², siendo esta un área industrial, por lo cual es adecuado el funcionamiento de la planta para la producción de harina de banano orgánico.



Figura 18. Ubicación de la planta
Fuente: (Google Maps, 2018)

Diseño de la Planta

La planta deberá contener 9 divisiones que aseguren que el producto sea distribuido de manera adecuada desde el momento en que se recibe la materia prima, además es importante que los operarios cuenten con un área donde puedan prepararse antes de iniciar con el proceso con los debidos utensilios tales como la mascarilla y los guantes. Adicional, es fundamental la oficina para el supervisor de producción para que esté al tanto de que el proceso se está llevando a cabo de forma correcta y tener un mayor control del mismo.

Las divisiones de la planta ubicada en Durán comprenderán las siguientes áreas:

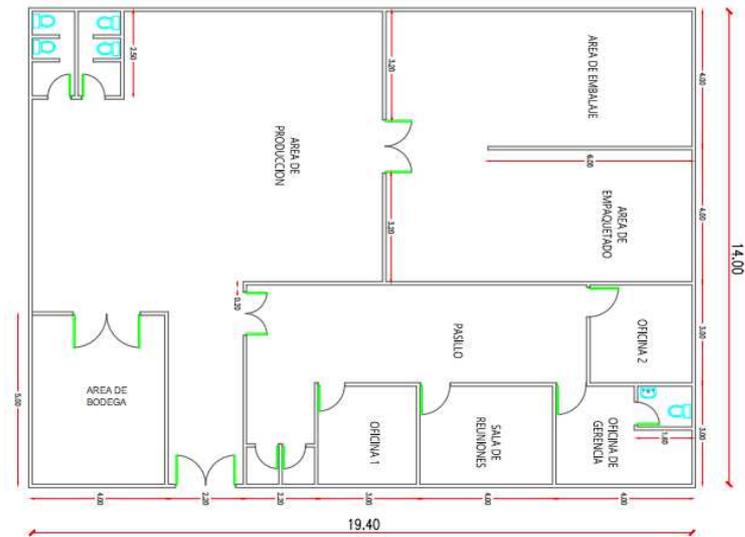


Figura 19. Diseño de la planta
Elaborado por: Jennifer Medranda y Pedro Soledispa

1. Oficina Principal
2. Oficina 2
3. Oficina 3
4. Sala de Reuniones
5. Baños
6. Área de Bodega
7. Área de producción
8. Baños
9. Área de embalaje
10. Área de empaquetado

Costo de Materia Prima Directa e Indirecta

Para determinar los costos de materia prima directa e indirectamente relacionados con la elaboración del producto, se estableció el precio del kilo de banano orgánico con los proveedores en \$0.13 centavos, además con los otros proveedores de costos indirectos se

manejará un precio fijo anual; por lo tanto, a continuación, en la tabla 14 se muestran los costos por un saco de 25 kilogramos de harina de banano orgánico.

Tabla 15
Costos de materia prima por 25 kilogramos

Materia prima Directa e Indirecta 25KG/USD	
Banano orgánico	\$13
Ácido cítrico	-
Sacos laminados	\$0.20
Pallet Europeo Semiduro	\$0.20

Adicional, es importante recalcar que para determinar el costo unitario del producto se consideran además costos de mano de obra directa y costos de exportación como se verá en el estudio financiero del proyecto.

Capítulo VI: Evaluación Financiera del Proyecto

Para realizar el estudio de factibilidad para la comercialización de harina de banano a España se procederá a realizar una proyección de 5 años. Para poder financiar el proyecto, se requiere una inversión inicial de \$42820, este valor incluye la compra de los activos fijos y capital de trabajo.

Tabla 16
Detalle de activos

ACTIVOS	DEPRECIACION				
	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO

1	Adecuaciones	20	5%	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00
1	Instalaciones	10	10%	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
6	Mesa de escritorio para PC 1x 80 con cajonera	5	20%	168.00	168.00	168.00	168.00	168.00
6	Equipos de computación Clon Itera-Dual-monitor 19"	3	33%	1,600.00	1,600.00	1,600.00	-	-
1	Equipo de video vigilancia externo	3	33%	180.00	180.00	180.00	-	-
6	Silla de oficina	5	20%	108.00	108.00	108.00	108.00	108.00
1	Counter de recepción	10	10%	21.00	21.00	21.00	21.00	21.00
1	Central telefónica	5	20%	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00
2	Extintores de incendio de 10 lbs	5	20%	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00
1	Aire acondicionado central 36000 BTU	5	20%	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00
1	Molino de martillo 0,5 toneladas	10	10%	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00
1	Cortadora	10	10%	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00
1	Cosedoras de Sacos	10	10%	11.50	11.50	11.50	11.50	11.50
2	Deshidratador de fruta	10	10%	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00
1	Balanza de Acero Inoxidable	10	10%	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00

Por lo que se procederá a realizar un préstamo con el BanEcuador del 60%, el cual otorga préstamos a las pequeñas y medianas empresas a una tasa de interés de 9.76% y el restante, es decir el 40%, será por medio de los accionistas.

Tabla 17

Condiciones bancarias

CONDICIONES DEL PRÉSTAMO PARA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DEL BANECUADOR	
CAPITAL	25,692.00
TASA DE INTERÉS	9.76%
NÚMERO DE PAGOS	36
CUOTA MENSUAL	826.12
INTERESES ANUAL DEL PRÉSTAMO	4,048.20

Tabla 18

Aportación a la inversión

Forma del Financiamiento de la Inversión		42,820.00
Recursos de accionistas	17,128.00	40%
Recursos de entidades bancarias	25,692.00	60%

Tabla 19
Amortización del préstamo

Amortización del préstamo en anualidades de valor constante			
Años	2,020	2,021	2,022
Pagos por Amortizaciones	7,746.30	8,537.09	9,408.61
Pago por Intereses	2,167.10	1,376.31	504.79
Servicio de Deuda	9,913.40	9,913.40	9,913.40

La tabla 18 muestra la forma de pago anual adquirida con el BanEcuador utilizando el método francés el cual mantiene la cuota fija.

Tabla 20
Inversión en capital de trabajo

Inversión en Capital de Trabajo		
	Valor anual	1 mes
Gastos en servicios básicos	\$ 3,300.00	\$ 275.00
Gastos varios	\$ 200.00	\$ 200.00
Muestras	\$ 100.00	\$ 100.00
Gastos de ventas	\$ 2,380.00	\$ 300.00
Gastos de arriendo	\$ 9,000.00	\$ 750.00
Garantía por Arriendo 2	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Certificación orgánica	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
	\$ 17,480.00	\$ 4,125.00

En la tabla 19 se muestra el desglose de los valores que conforman el capital de trabajo, el cual es necesario para comenzar a operar; se estima que las operaciones comiencen un mes antes del año 1 es decir diciembre de 2019.

Tabla 21
Detalle total de la inversión

Total de Inversión Inicial	
Inversión en Activos Fijos	38,695.00
Inversión en Capital de Trabajo	4,125.00
	42,820.00

Tabla 22
Proyección de sueldos

PROYECCIÓN DE ROL DE PAGO AÑO 1 AL 5	2,020	2,021	2,022	2,023	2,024
Gerente General	17,094.51	18,299.69	18,634.60	18,979.52	19,334.76
Asistente de Exportaciones	7,007.56	7,623.85	7,795.11	7,971.49	8,153.14
Contador por hora (proporcional)	1,668.44	1,718.32	1,769.70	1,822.62	1,877.11
Asistente de Marketing (proporcional)	988.70	1,018.27	1,048.71	1,080.07	1,112.36
Supervisor de producción	7,448.46	8,105.84	8,288.51	8,476.65	8,670.42
Operarios	35,803.88	37,095.77	38,012.72	38,957.08	39,929.68
Total	70,011.56	73,861.74	75,549.35	77,287.43	79,077.47

En la tabla 21 se muestran el personal que formaran parte de la empresa y el detalle de sus sueldos, donde se ha establecido un incremento del 2.99% en cada año, tomando como referencia el promedio de la variación porcentual del salario básico unificado presentado durante los últimos 5 años.

En cuanto a los costos y gastos se ha determinado un crecimiento en los próximos años tomando en consideración el promedio de inflación presentado en el período 2013-2018, es decir el 1.82%.

Tabla 23
Gastos Servicios Básicos

Gastos en Servicios Básicos		
CONCEPTO	Gasto / mes	Gasto / año

INTERNET Y TELEFONÍA	25.00	300.00
ELECTRICIDAD	150.00	1,800.00
AGUA POTABLE	100.00	1,200.00
TOTAL	275.00	3,300.00

Tabla 24
Proyección de costos y gastos

PROYECCION DE COSTOS Y GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 35,803.88	\$ 37,095.77	\$ 38,012.72	\$ 38,957.08	\$ 39,929.68
MATERIA PRIMA	\$ 99,998.40	\$ 106,901.23	\$ 114,280.96	\$ 122,170.55	\$ 130,605.25
COSTOS DE EXPORTACION	\$ 3,360.00	\$ 3,421.15	\$ 3,483.42	\$ 3,546.82	\$ 3,611.37
COSTOS INDIRECTOS	\$ 3,023.71	\$ 3,232.68	\$ 3,456.09	\$ 3,694.94	\$ 3,950.30
COSTOS OPERATIVOS	\$ 142,185.99	\$ 150,650.83	\$ 159,233.18	\$ 168,369.39	\$ 178,096.59

Tabla 25
Determinación costo unitario

DETERMINACION COSTO UNITARIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS TOTALES	\$ 142,185.99	\$ 150,650.83	\$ 159,233.18	\$ 168,369.39	\$ 178,096.59
CANTIDADES A VENDER	7680	8064	8467	8891	9335
COSTO UNITARIO	\$ 18.51	\$ 18.68	\$ 18.81	\$ 18.94	\$ 19.08

Tabla 26
Utilidad

UTILIDAD COSTO UNITARIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$ 18.51	\$ 18.68	\$ 18.81	\$ 18.94	\$ 19.08

PRECIO DE VENTA										
	\$	27.40	\$	28.77	\$	30.21	\$	31.72	\$	33.31
UTILIDAD										
	\$	8.89	\$	10.09	\$	11.40	\$	12.78	\$	14.23

Como se puede observar en la Tabla 26, el precio de venta del saco de 25 kilogramos de harina de banano orgánico estará en \$27.40; es decir, € 24.38 en el primer año.

Tabla 27
Proyección ventas

VENTAS PROYECTADAS EN 5 AÑOS					
UNIDADES X PRECIOS	2020	2021	2022	2023	2024
Harina de Banano Orgánico					
25 kg	\$ 210,435.27	\$ 232,004.89	\$ 255,785.39	\$ 282,003.39	\$ 310,908.74
VENTAS TOTALES	\$ 210,435.27	\$ 232,004.89	\$ 255,785.39	\$ 282,003.39	\$ 310,908.74

Tabla 28
Balance General

<i>Balance General Final Proyectado</i>						
ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja/Bancos	\$ 4,125.00	\$ 6,886.40	\$ 18,316.03	\$ 41,697.38	\$ 86,895.86	\$ 148,788.38
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 4,125.00	\$ 6,886.40	\$ 18,316.03	\$ 41,697.38	\$ 86,895.86	\$ 148,788.38
ACTIVOS FIJOS						
Activos de administración	\$ 11,230.00	\$ 11,230.00	\$ 11,230.00	\$ 11,230.00	\$ 11,230.00	\$ 11,230.00
Activos de producción	\$ 22,465.00	\$ 22,465.00	\$ 22,465.00	\$ 22,465.00	\$ 22,465.00	\$ 22,465.00
Adecuaciones e instalaciones	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
(-) Depreciación Acumulada		\$ (5,533.50)	\$ (11,067.00)	\$ (16,600.50)	\$ (20,354.00)	\$ (24,107.50)
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 38,695.00	\$ 33,161.50	\$ 27,628.00	\$ 22,094.50	\$ 18,341.00	\$ 14,587.50
TOTAL ACTIVOS	\$ 42,820.00	\$ 40,047.90	\$ 45,944.03	\$ 63,791.88	\$ 105,236.86	\$ 163,375.88
PASIVOS						
PASIVOS EXIGIBLES						
Préstamo Bancario	\$ 25,692.00	\$ 17,945.70	\$ 9,408.61	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVOS EXIGIBLES	\$ 25,692.00	\$ 17,945.70	\$ 9,408.61	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL DE PASIVOS	\$ 25,692.00	\$ 17,945.70	\$ 9,408.61	\$ -	\$ -	\$ -
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 17,128.00	\$ 17,128.00	\$ 17,128.00	\$ 17,128.00	\$ 17,128.00	\$ 17,128.00
Utilidad del Ejercicio		\$ 4,974.20	\$ 14,433.22	\$ 27,256.46	\$ 41,444.98	\$ 58,139.02
Utilidades Retenidas		\$ -	\$ 4,974.20	\$ 19,407.42	\$ 46,663.88	\$ 88,108.86
TOTAL PATRIMONIO	\$ 17,128.00	\$ 22,102.20	\$ 36,535.42	\$ 63,791.88	\$ 105,236.86	\$ 163,375.88
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	\$ 42,820.00	\$ 40,047.90	\$ 45,944.03	\$ 63,791.88	\$ 105,236.86	\$ 163,375.88

Tabla 29
Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	\$ 210,435.27	\$ 232,004.89	\$ 255,785.39	\$ 282,003.39	\$ 310,908.74
COSTOS OPERATIVOS	\$ 142,185.99	\$ 150,650.83	\$ 159,233.18	\$ 168,369.39	\$ 178,096.59
Materia prima	\$ 99,998.40	\$ 106,901.23	\$ 114,280.96	\$ 122,170.55	\$ 130,605.25
Mano de obra directa	\$ 35,803.88	\$ 37,095.77	\$ 38,012.72	\$ 38,957.08	\$ 39,929.68
Costo de Exportación	\$ 3,360.00	\$ 3,421.15	\$ 3,483.42	\$ 3,546.82	\$ 3,611.37
Costos indirectos de fabricación	\$ 3,023.71	\$ 3,232.68	\$ 3,456.09	\$ 3,694.94	\$ 3,950.30
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 68,249.28	\$ 81,354.06	\$ 96,552.21	\$ 113,634.00	\$ 132,812.14
GASTOS OPERATIVOS	\$ 62,397.28	\$ 64,373.80	\$ 64,485.78	\$ 64,875.20	\$ 64,413.29
<u>GASTOS ADMINISTRATIVOS</u>	\$ 48,256.68	\$ 50,906.79	\$ 51,770.94	\$ 52,823.64	\$ 53,738.00
Sueldos y Salarios	\$ 34,211.88	\$ 36,770.17	\$ 37,540.84	\$ 38,334.55	\$ 39,151.99
Servicio Básicos	\$ 3,300.00	\$ 3,360.06	\$ 3,421.21	\$ 3,483.48	\$ 3,546.88
Arriendo	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,163.80	\$ 9,163.80
Suministro para la producción	\$ 1,744.80	\$ 1,776.56	\$ 1,808.89	\$ 1,841.81	\$ 1,875.33
<u>GASTOS DE VENTAS</u>	\$ 4,680.00	\$ 4,765.18	\$ 4,851.90	\$ 4,940.21	\$ 5,030.12
OTL: REDES SOCIALES FACEBOOK/INSTAGRAM/	\$ 1,680.00	\$ 1,710.58	\$ 1,741.71	\$ 1,773.41	\$ 1,805.68
BTL: STAND FERIAINTERNACIONAL	\$ 2,400.00	\$ 2,443.68	\$ 2,488.15	\$ 2,533.44	\$ 2,579.55
OTL: SITIO WEB	\$ 600.00	\$ 610.92	\$ 622.04	\$ 633.36	\$ 644.89
<u>GASTOS VARIOS</u>	\$ 1,760.00	\$ 1,792.03	\$ 1,824.65	\$ 3,357.86	\$ 1,891.67
Gastos Varios	\$ 1,760.00	\$ 1,792.03	\$ 1,824.65	\$ 1,857.86	\$ 1,891.67
Certificación orgánica				\$ 1,500.00	
<u>GASTOS FINANCIEROS</u>	\$ 2,167.10	\$ 1,376.31	\$ 504.79	\$ -	\$ -
Interés del préstamo	\$ 2,167.10	\$ 1,376.31	\$ 504.79	\$ -	\$ -
<u>OTROS GASTOS</u>	\$ 5,533.50	\$ 5,533.50	\$ 5,533.50	\$ 3,753.50	\$ 3,753.50
Depreciación y Amortización	\$ 5,533.50	\$ 5,533.50	\$ 5,533.50	\$ 3,753.50	\$ 3,753.50
UTILIDAD BRUTA	\$ 5,852.00	\$ 16,980.26	\$ 32,066.43	\$ 48,758.80	\$ 68,398.85
Participación de Utilidades (15%)	\$ 877.80	\$ 2,547.04	\$ 4,809.96	\$ 7,313.82	\$ 10,259.83
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 4,974.20	\$ 14,433.22	\$ 27,256.46	\$ 41,444.98	\$ 58,139.02
Impuesto a la Renta (0%)					
UTILIDAD NETA	\$ 4,974.20	\$ 14,433.22	\$ 27,256.46	\$ 41,444.98	\$ 58,139.02

Tabla 30
Flujo del proyecto

FLUJO DEL PROYECTO								
PERIODOS	AÑO 0	2020	2021	2022	2023	2024		
Unidades		7680	8064	8467	8891	9335		
Precio	\$	\$ 27.40	\$ 28.77	\$ 30.21	\$ 31.72	\$ 33.31		
Ingresos anuales	\$	\$ 210,435.27	\$ 232,004.89	\$ 255,785.39	\$ 282,003.39	\$ 310,908.74		
Costos:	\$	\$ 18.51	\$ 18.68	\$ 18.81	\$ 18.94	\$ 19.08		
Costo de Producción por valor unitario	\$	\$ 142,185.99	\$ 150,650.83	\$ 159,233.18	\$ 168,369.39	\$ 178,096.59		
<u>GASTOS ADMINISTRATIVOS</u>		\$ 48,256.68	\$ 50,906.79	\$ 51,770.94	\$ 52,823.64	\$ 53,738.00		
<u>GASTOS DE VENTAS</u>		\$ 4,680.00	\$ 4,765.18	\$ 4,851.90	\$ 4,940.21	\$ 5,030.12		
<u>OTROS GASTOS</u>								
Gastos Varios	\$	\$ 1,760.00	\$ 1,792.03	\$ 1,824.65	\$ 1,857.86	\$ 1,891.67		
Certificación orgánica					\$ 1,500.00			
Total Costos operacionales o fijos	\$	\$ 54,696.68	\$ 57,463.99	\$ 58,447.49	\$ 61,121.70	\$ 60,659.79		
Total Costos Fijos y variables	\$	\$ 196,882.67	\$ 208,114.82	\$ 217,680.67	\$ 229,491.09	\$ 238,756.39		
<u>GASTOS FINANCIEROS</u>								
Pago Intereses Préstamo	\$	\$ 2,167.10	\$ 1,376.31	\$ 504.79	\$ -	\$ -		
<u>OTROS GASTOS</u>								
Depreciación activos Fijos	\$	\$ 5,533.50	\$ 5,533.50	\$ 5,533.50	\$ 3,753.50	\$ 3,753.50		
Flujo Antes de Participación Trabajadores	\$	\$ 5,852.00	\$ 16,980.26	\$ 32,066.43	\$ 48,758.80	\$ 68,398.85		
(-) Participación Utilidades	\$	\$ 877.80	\$ 2,547.04	\$ 4,809.96	\$ 7,313.82	\$ 10,259.83		
Flujo Antes de Impuestos	\$	\$ 4,974.20	\$ 14,433.22	\$ 27,256.46	\$ 41,444.98	\$ 58,139.02		
(-) Impuesto a la Renta	\$	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		
Flujo después de Impuestos	\$	\$ 4,974.20	\$ 14,433.22	\$ 27,256.46	\$ 41,444.98	\$ 58,139.02		
(+) Depreciaciones:	\$	\$ 5,533.50	\$ 5,533.50	\$ 5,533.50	\$ 3,753.50	\$ 3,753.50		
(-) Amortizaciones de Capital	\$	\$ 7,746.30	\$ 8,537.09	\$ 9,408.61	\$ -	\$ -		
Inversión en Activos fijos	\$	(38,695.00)						
Capital de Trabajo	\$	(4,125.00)						
Flujo de Caja Neto	\$	(42,820.00)	\$ 2,761.40	\$ 11,429.63	\$ 23,381.35	\$ 45,198.48	\$ 61,892.52	

Tabla 31
Evaluación del proyecto

INVERSION INICIAL	-42,820.00	\$	\$	\$	\$	\$
		4,974.20	14,433.22	27,256.46	41,444.98	58,139.02
VAN	\$24,573.59					
TMAR/WACC	20%					
TIR	39.64%					

La evaluación del presente proyecto se realizó a través de los indicadores mostrados en la tabla 30, lo cual demuestra que la exportación y comercialización de harina de banano a España es viable debido a que la Tasa Interna de Retorno (TIR) es mayor a la TMAR, la cual se calculó mediante el Coste promedio ponderado del capital (WACC); otro indicador que confirma la viabilidad del proyecto es el VAN el cual es mayor a 0 lo cual demuestra que el presente proyecto es rentable.

Conclusiones

El presente proyecto de crear una nueva unidad de negocios dedicada a la producción y comercialización de harina de banano orgánico por parte de la empresa exportadora Hoyos Garcés, nace de la idea de aprovechar el banano que es rechazado en las fincas de los productores, y buscar mediante ello la elaboración de un producto con valor agregado. Por ello, se recopilaron datos reales que permitieron conocer la factibilidad del proyecto.

Se pudo determinar mediante estudios que al consumidor español le atrae la idea de consumir productos nuevos, a pesar de que el precio es un determinante en sus decisiones de compra, están dispuestos a invertir más siempre que el producto sea de calidad. También, mediante las herramientas metodológicas aplicadas se conoció que existe un mercado que no ha sido satisfecho al momento con productos como la harina de banano orgánico; aunque si bien es cierto existen productos similares, estos van dirigidos hacia otros mercados destacando principalmente el consumo doméstico; es decir, surge la posibilidad de ofrecer una nueva alternativa para quienes elaboran su producto final por medio de harinas, ya sea de cereales o frutas, además puesto que al ser un producto orgánico genera mayor atracción para un mercado donde el consumo de productos orgánicos ha ido en crecimiento.

Tomando en cuenta que de acuerdo a estadísticas de Trade Map, España tiene entre sus principales exportadores a Ecuador, además de que Ecuador representó aproximadamente el 60% en las importaciones de la Unión Europea bajo la partida arancelaria 11063010, se comprueba que existe la posibilidad de entrar con un nuevo producto como es la harina de banano orgánico donde el mercado meta como ya se mencionó anteriormente serán las panaderías y reposterías de la ciudad de Madrid, España.

Por ello, se estableció captar el 13% de la demanda de panaderías y reposterías de la ciudad de Madrid en el primer año, considerando principalmente la capacidad de las maquinarias, las cuales inicialmente producirán en un 80%, teniendo la posibilidad de incrementar dicho porcentaje en un 5% en los próximos años. Se pretende alcanzar el porcentaje propuesto por medio de estrategias de publicidad tales como las redes sociales, pagina webs, y ferias internacionales, además de ser fundamental ofrecer un producto de calidad.

La oferta exportable se caracteriza por ofrecer el producto en empaques de 25 kilogramos de harina de banano orgánico, ya que según investigaciones es la forma más habitual de presentar este tipo de productos en España.

En cuanto al estudio técnico se pudo conocer que el Ecuador cuenta con las maquinarias y equipos necesarios para la elaboración de la harina de banano orgánica, donde la empresa tendrá una inversión inicial de \$38695 en activos fijos y con esto se va a tener una producción de 800 kilogramos en el primer mes; además, se determinó que el país cuenta con tierras que permiten obtener fruta de calidad como es el banano orgánico, siendo esta la materia prima principal para la obtención del producto ofertado, recalcando que el rechazo de dicha fruta tiene un precio bajo, y no se justificaría venderlo como fruta a nivel nacional.

Finalmente, el análisis financiero determinó que el proyecto es factible financieramente, debido a que los indicadores financieros como la TIR es del 39.30%, significando que la empresa efectivamente tiene una tasa de retorno mayor a la TMAR que es del 20%, además que el VAN que indica el retorno de todos los años de funcionamiento de la empresa, es de \$24,094.47, lo cual indica que esta empresa ciertamente al transcurrir los años va a acumular riquezas.

Recomendaciones

Gracias al Acuerdo Multipartes firmado con la Unión Europea, los emprendedores deberían aprovechar las oportunidades de llevar a cabo proyectos que contribuyan a la economía nacional, para ello es necesario también que se promuevan las exportaciones por medio de labores de acompañamiento, además de brindar mayores facilidades mediante la creación de nuevas leyes y comunicar eficientemente los beneficios que otorgan y con ello permitir a los ecuatorianos aportar al cambio de la matriz productiva.

Por otra parte, es importante que se busque darles mayor valor agregado a los recursos existentes, y buscar en ellos una nueva oportunidad de crecimiento.

Una de las recomendaciones para la empresa Hoyos Garcés S.A., es en un futuro buscar expandirse hacia otras ciudades por medio de la búsqueda de nuevos nichos de mercado, conociendo el interés de los españoles hacia productos orgánicos. Por otra parte, considerar el funcionamiento de la planta durante las 24 horas para aprovechar al máximo la capacidad de las maquinarias, manejando turnos de 12 horas. Por último, es importante que la empresa obtenga certificaciones de calidad que le brinden mayores oportunidades en el mercado internacional, ya que es uno de los aspectos a los que mayor importancia le dan en el mercado europeo.

Además, una recomendación para el sector panadero de la ciudad de Madrid, es buscar nuevas alternativas que aporten valor nutricional a los productos que ofertan, y que además sean saludables para sus consumidores.

Bibliografía

- ABC. (Julio de 2018). *España ha entrado en el «top 10» mundial en términos de volumen de mercado interior*. Obtenido de https://www.abc.es/economia/abci-sector-alimentacion-ecologica-echarraices-espana-201807160236_noticia.html
- ARCSA. (2015). *Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria* . Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/inscripcion-de-notificacion-sanitaria-de-alimentos-procesados-fabricacion-nacional/>
- ARCSA. (2017). *Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria*. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/06/suplementos-reformada.pdf>
- ARCSA. (2019). *Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria*. Recuperado el 8 de Enero de 2019, de <https://www.controlsanitario.gob.ec/homologacion-del-certificado-haccp-bpm/>
- Artaraz, M. (2002). *Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible Miren* . Obtenido de <https://www.revistaecosistemas.net/index.php/ecosistemas/article/download/614/580>
- Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador. (2018). 2017 Se creció en volumen y rendimiento. *Bananotas*, 9-13.
- Asociación de Fabricantes de Harinas y Sémolas de España. (2018). *AFHSE - Producción*. Obtenido de https://www.afhse.es/v_portal/apartados/apartado.asp?te=32
- Asociación Macroregional de Productores para la Exportación de Perú. (2008). *Perfil de mercado, harina de banano*. Obtenido de http://www.academia.edu/14876772/Resumen_Ejecutivo
- Baca, G. (2013). *EVALUACIÓN DE PROYECTOS* (7ma ed.). México: McGraw-Hill.

- Bardón, R., Belmonte, S., Fúster, F., Marino, E., & Ribes, M. Á. (2010). *El sector de los productos de panadería, bollería y pastelería, y galletas en la Comunidad de Madrid. Características de calidad, actitudes y percepción del consumidor*. Obtenido de <http://www.madrid.org/bvirtual/BVCM009863.pdf>
- BCE. (2017). *Evolución de la Balanza Comercial Enero - Diciembre 2017*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201802.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metología de la Investigación: administración, economía, humanidades y Ciencias Sociales 3 Ed. pdf (tercera)*. Colombia: Pearson. Obtenido de <file:///C:/Users/anton/Downloads/Metodologia%20de%20la%20Investigacion%203edici%C3%B3n%20Bernal.pdf>
- Bornay, A. (22 de Febrero de 2018). *El crecimiento de la economía madrileña arrastra a la generación de empleo*. Obtenido de <https://www.elmundo.es/madrid/2018/02/22/5a8dc1fce5fdea67108b4610.html>
- Brunel, J. (04 de Noviembre de 2016). *Propiedades fisicoquímicas y funcionales de la harina de banano*. Obtenido de <http://www.foodnewslatam.com/paises/89-peru/6285-propiedades-fisicoqu%C3%ADmicas-y-funcionales-de-la-harina-de-banano.html>
- Bustos, H. D. (18 de Marzo de 2006). *Proyectos factibles o proyectos viables*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/proyectos-factibles-o-proyectos-viables/>
- Cámara Nacional de Pesquería. (31 de Diciembre de 2016). *Formulario para exportar a Europa según Acuerdo Comercial Ecuador-UE*. Obtenido de <https://camaradepesqueria.com/formulario-para-exportar-a-europa/>

Cano, F. (27 de Agosto de 2018). *Guía para entender el caos de Pedro Sánchez con los nuevos impuestos a las empresas*. Obtenido de https://www.elespanol.com/economia/empresas/20180827/guia-entender-pedro-sanchez-nuevos-impuestos-empresas/332717656_0.html

CFN . (Agosto de 2017). *Corporación Financiera Nacional* . Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2017/09/Ficha-Sectorial-Banano.pdf>

CNP. (2017). Obtenido de Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. SENPLADES.

Constitución de la República del Ecuador. (2008). Sección Séptima Política Comercial. Art. 306. Obtenido de <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2008/6716.pdf>

Control Union Perú S.A.C. (01 de Diciembre de 2018). *CEE 834/2007 - 889/2008 - European Community Regulation for Organic Production*. Obtenido de <https://www.cuperu.com/portal/es/programas-de-certificacion/organico/cee-8342007-8892008>

COPCI. (2010). Ley 0 Registro Oficial Suplemento 351.

Costantini, L. (30 de Septiembre de 2018). *La economía tecnológica avanza en Madrid, pero carece de personal cualificado*. Obtenido de https://elpais.com/ccaa/2018/09/24/madrid/1537805450_682874.html

Crónica Global. (6 de Febrero de 2017). *La política medioambiental en España según la Unión Europea*. Obtenido de https://cronicaglobal.elespanol.com/economia/capital/la-politica-medioambiental-en-espana-segun-la-union-europea_67679_102.html

El Espectador. (21 de Noviembre de 2018). *El día que España volvió a acercarse a Cuba*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/noticias/el-mundo/el-dia-que-espana-olvio-acercarse-cuba-articulo-824864>

El telégrafo. (25 de Enero de 2014a). *¿ 5 millones se ahorrarían en importación de trigo*. Obtenido de Economía: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/15-millones-se-ahorrarian-en-importacion-de-trigo>

El telégrafo. (25 de Marzo de 2014b). *Producción de harina de banano será una realidad*. Obtenido de

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/produccion-de-harina-de-banano-sera-una-realidad>

El telégrafo. (18 de Septiembre de 2018). *Consejera de la UE: "La idea es diversificar y mejorar calidad de exportaciones"*. Obtenido de

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/exportaciones-ecuador-unioneuropea>

Enriquez, C., & Serrano, D. (5 de Junio de 2018). En 8 años, las inversiones fuera de Quito y Guayaquil variaron poco. *Revista Líderes*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/inversiones-cantones-empresas-impuestos-produccion.html>

Environmental Performance Index. (2018). *Environmental Performance Index Results*. Obtenido de

<https://epi.envirocenter.yale.edu/epi-indicator-report/EPI>

European Commission. (01 de Octubre de 2018). Obtenido de

<http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/es/myexport?product=1106301000&partner=EC&reporter=ES&tab=2>

European Commission. (2018). *Trade Helpdesk Statistics*. Obtenido de

<http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/statistics>

European Commission. (2019). *Información TARiC*. Obtenido de

http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/measures.jsp?Lang=es&SimDate=20190201&Area=EC&MeasType=&StartPub=&EndPub=&MeasText=&GoodsText=&op=&Taric=11063010&search_text=goods&textSearch=&LangDescr=es&OrderNum=&Regulation=&measStartDat=&measEndDat=

European External Action Service. (08 de Junio de 2017). *Ecuador y la Unión Europea - Comisión Europea*.

Obtenido de https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/1146/node/1146_es

Expansión. (14 de Diciembre de 2016). *La Eurocámara aprueba el acuerdo comercial entre la UE y*

Ecuador. Obtenido de

<http://www.expansion.com/latinoamerica/2016/12/14/585166d5ca47410f778b4673.html>

FAO. (2012). *Pérdidas y desperdicio de alimentos en el mundo – Alcance, causas y prevención*. Obtenido

de <http://www.fao.org/3/a-i2697s.pdf>

Google Maps. (2018). *Plaza Sai Baba Duran*. Obtenido de

[https://www.google.com/maps/place/Plaza+Sai+Baba+Duran/@-2.192299,-](https://www.google.com/maps/place/Plaza+Sai+Baba+Duran/@-2.192299,-79.824628,15z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0xc970e516294c540!8m2!3d-2.192299!4d-79.824628)

[79.824628,15z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0xc970e516294c540!8m2!3d-2.192299!4d-79.824628](https://www.google.com/maps/place/Plaza+Sai+Baba+Duran/@-2.192299,-79.824628,15z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0xc970e516294c540!8m2!3d-2.192299!4d-79.824628)

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación* (5ta ed.). México:

McGraw Hill.

Hoyos Garcés . (2018). Obtenido de <https://www.hoyosgarces.com/#products>

ICC. (2011). *Halley Cables* . Obtenido de

<http://halleycables.com/img/cms/INCOTERMS%202010%20Guide.pdf>

ICC. (2018). *Internacional Chamber of Commerce*. Obtenido de [https://iccwbo.org/resources-for-](https://iccwbo.org/resources-for-business/incoterms-rules/incoterms-rules-2010/)

[business/incoterms-rules/incoterms-rules-2010/](https://iccwbo.org/resources-for-business/incoterms-rules/incoterms-rules-2010/)

INE. (2018a). *España en cifras 2018*. Obtenido de

[https://www.ine.es/prodyser/espa_cifras/2018/files/assets/common/downloads/publication.pdf](https://www.ine.es/prodyser/espa_cifras/2018/files/assets/common/downloads/publication.pdf?uni=4f7e7b429c56ccbc4bf56b3e93ebc47b)

[?uni=4f7e7b429c56ccbc4bf56b3e93ebc47b](https://www.ine.es/prodyser/espa_cifras/2018/files/assets/common/downloads/publication.pdf?uni=4f7e7b429c56ccbc4bf56b3e93ebc47b)

INE. (1 de Julio de 2018b). *Población residente en España*. Obtenido de

[https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176951&m](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176951&menu=ultiDatos&idp=1254735572981)

[enu=ultiDatos&idp=1254735572981](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176951&menu=ultiDatos&idp=1254735572981)

Instituto Español de Comercio Exterior. (2018). Obtenido de [https://www.icex.es/icex/es/navegacion-](https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/relaciones-bilaterales/index.html?idPais=EC)

[principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-](https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/relaciones-bilaterales/index.html?idPais=EC)

[pais/relaciones-bilaterales/index.html?idPais=EC](https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/relaciones-bilaterales/index.html?idPais=EC)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2016). *¿Qué es el índice de precios al consumidor?* Ciudad

Autónoma de Buenos Aires: INDEC. Obtenido de

https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/economia/ipc_que_es_06_16.pdf

ITC. (2017). *TradeMap*. Obtenido de

https://www.trademap.org/Bilateral_10D_TS.aspx?nvpm=3%7c724%7c%7c218%7c%7c110630%7c%7c%7c8%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1

Kayser, B. (2 de Marzo de 2018). *Las panaderías de Madrid que han devuelto el sabor a sus barrios*.

Obtenido de https://elpais.com/ccaa/2018/03/01/madrid/1519899979_048182.html

Krugman, P., & Obstfeld, M. (2006). *Economía Internacional: Teoría y Política* (7ma ed.). Madrid:

PEARSON EDUCACIÓN, S.A. Obtenido de

http://webdelprofesor.ula.ve/economia/oscard/materias/E_E_Mundial/Economia_Internacional_Krugman_Obstfeld.pdf

Leon, F. (2015). *¿SABES QUÉ ES UN ESTUDIO DE MERCADO?* Obtenido de

<https://www.merca20.com/sabes-que-es-un-estudio-de-mercado/>

León, R. P. (01 de Junio de 2018). *Los nubarrones en el horizonte económico del Gobierno de Pedro*

Sánchez. Obtenido de https://www.eldiario.es/economia/Pedro-Sanchez-nubarrones-horizonte-economico_0_777623135.html

Mendieta, L. (2014). *Un reporte sobre el despilfarro y los estándares de calidad en la producción*

bananera en el Ecuador. Obtenido de

https://issuu.com/elmaizal.audiovisual/docs/a._reporte_rechazo_111111

Mendoza, S., & Velasco, T. (2018). *Estudio de factibilidad comercial para el acceso al mercado Cono Sur*

para una empresa exportadora de banano. Guayaquil.

Meza, J. d. (2017). *EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS* (4ta ed.). Obtenido de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2017/04/Evaluaci%C3%B3n-financiera-de-proyectos-4ta-Edici%C3%B3n.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior . (Diciembre de 2017). *Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones*. Obtenido de <https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2017/12/Informe-sector-bananero-espa%C3%B1ol-04dic17.pdf>

MuyHistoria. (2018). *¿Cuántas mociones de censura ha habido en la democracia de España?* Obtenido de <https://www.muyhistoria.es/curiosidades/preguntas-respuestas/cuantas-mociones-de-censura-ha-habido-en-la-democracia-891527850089>

Nations, U. (2007). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. Obtenido de <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, FAO. (2018). *NORMA PARA EL BANANO (PLÁTANO) (CODEX STAN 205-1997)*. Obtenido de http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/sh-proxy/en/?Ink=1&url=https%253A%252F%252Fworkspace.fao.org%252Fsites%252Fcodex%252FStandards%252FCODEX%2B205-1997%252FCXS_205s.pdf

Pecina, M. (2011). *Clusters y competitividad*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/900/indice.htm>

Pro Ecuador. (2017). *Guía del Exportador*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/guia-del-exportador/>

Pro Ecuador. (20 de Marzo de 2018). *Plátano en España 2018*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/platano-en-espana/>

- Procolombia. (2016). *Conozca las diferencias entre aranceles y subpartidas arancelarias*. Obtenido de <http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/agroindustria/conozca-las-diferencias-entre-aranceles-y-subpartidas-arancelarias>
- Ramírez, C., & Solórzano, S. (2012). *BANANO RECHAZADO PARA EXPORTACIÓN EN ECUADOR: PROPUESTA DE CREACIÓN DE VALOR PARA LOGRAR SU INTRODUCCIÓN AL MERCADO INTERNACIONAL (Tesis de maestría)*. Universidad Politécnica Salesiana, Guayaquil. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2840/1/UPS-GT000315.pdf>
- Revista Aral. (Marzo de 2018). Productos ecológicos, tendencia saludable al alza. *Revista Aral*. Obtenido de <http://www.revistaaral.com/es/notices/2018/03/productos-ecologicos-tendencia-saludable-al-alza-79404.php#.XE0keVwzblU>
- Ricardo, D. (1821). *On the principles of political economy and taxation* (3ra ed.). Canadá: Batoche Books. Obtenido de <https://socialsciences.mcmaster.ca/econ/ugcm/3ll3/ricardo/Principles.pdf>
- Rodríguez, M., Atencio, B., Atencio, B., Romero, M., & Castro, R. (2002). Análisis estratégico del proceso productivo en el sector industrial. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, VIII(1), 135-156.
- Santander. (Diciembre de 2018). *ESPAÑA: LLEGAR AL CONSUMIDOR*. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/espana/llegar-al-consumidor>
- Santos, T. S. (2008). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN: ETAPAS EN SU ESTUDIO*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (1 de Enero de 2013). Obtenido de https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2013/ARANCEL_FINAL_1_DE_ENERO_R93.pdf
- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. (29 de Diciembre de 2014). *La certificación de productos orgánicos es posible en Ecuador*. Obtenido de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/la-certificacion-de-productos-organicos-es-posible-en-ecuador/>

Smith, A. (2007). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* (S.M. Soares ed.).

MetaLibri Digital Library. Obtenido de

https://www.ibiblio.org/ml/libri/s/SmithA_WealthNations_p.pdf

TradeMap. (2018). Obtenido de

https://www.trademap.org/Bilateral_10D_TS.aspx?nvpm=3%7c724%7c%7c218%7c%7c0803901

[000%7c%7c%7c8%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Bilateral_10D_TS.aspx?nvpm=3%7c724%7c%7c218%7c%7c0803901000%7c%7c%7c8%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1)

Vaca, A. (2014). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA RELACIONADA CON LA ELABORACIÓN DE HARINA DE BANANO, EN EL CANTÓN PASAJE, PROVINCIA DE EL ORO.*

Machala: Universidad Técnica de Machala .

Venegas, V. M. (2015). *MINUTA DE CONFECCIÓN ESTUDIO TÉCNICO DE ANF C-33, 9.* Obtenido de

<http://sitio.gorebiobio.cl/wp-content/uploads/2015/11/ESTUDIO-TECNICO.pdf>

Apéndices

A. Formato de las encuesta

Objetivo.- Obtener información acerca del mercado español principalmente las panaderías y reposterías ubicadas en Madrid para que soporte el estudio que estamos realizando previo a la obtención del título en Ingeniería en comercio y finanzas de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

- 1. ¿Con qué frecuencia compra harina para la elaboración de panes, tortas, biscochos, galletas, entre otros?**
- 2. ¿Cuántos kilogramos de harina compra mensualmente para la elaboración de sus productos?**
- 3. ¿Alguna vez ha escuchado de la harina de banano orgánico?**
- 4. De conocer o no sobre la harina de banano, ¿estaría dispuesto añadir como nuevo ingrediente en la preparación de sus productos?**
- 5. ¿Conoce de algún proveedor que oferte harina de banano?**
- 6. ¿Qué otras causas le impedirían utilizar la harina de banano en la elaboración de sus productos?**
- 7. En caso de existir, ¿una nueva marca que oferte harina de banano con previa asistencia técnica sobre su uso estaría dispuesto a comprar e implementarlo como parte del valor agregado de sus productos?**

Apéndice B. Presentación de harina de plátano Nativo de 400gr.



Apéndice C. Presentación de Harina de plátano de Grupo Oriental de 400 y 200 gramos.



Apéndice D. Prodicereal, en presentaciones de fundas de 500 gr., paca x 25 unidades y sacos de 22,5 kg.



Apéndice E. Alimentos Dominic, en presentaciones de fundas de 400 y 200 gramos.



Apéndice F. Cotización proveedores

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	VALOR TOTAL
1	BALANZA DE PISO 40 X 50 CAS - HD MARCA: CAS MODELO: AKX CAPACIDAD: 200 KILOS SERIE # 180480874	350,00	350,00

GARANTIA 1 AÑO

CANCELADO
20.12.2018
[Signature]



DECLARACIÓN AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Jennifer Malu, Medranda Barahona**, con C.C: # **0930243431** y **Pedro Luis, Soledispa Sarcos**, con C.C. **0925651986**, autores del trabajo de titulación; **Producción de harina de banano orgánico y Comercialización hacia España**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 20 de marzo de 2019

f. _____

Jennifer Malu, Medranda Barahona

C.C. # 0930243431

f. _____

Pedro Luis, Soledispa Sarcos

C.C. #0925651986



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Producción de harina de banano orgánico y Comercialización hacia España.		
AUTOR(ES)	Jennifer Malu, Medranda Barahona; Pedro Luis, Soledispa Sarcos		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Jaime Santillán Pesantes		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Comercio y Finanzas Internacionales		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	18 de marzo del 2019	No. DE PÁGINAS:	94
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comercio Internacional, Exportación, Estudio de mercado		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Acuerdo multipartes, cadena de valor, rechazo, Unión Europea, oferta exportable		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>Entre las principales exportaciones no petroleras del país se encuentra la exportación de banano, lo que quiere decir que su producción en tierras ecuatorianas es abundante para satisfacer tanto a la demanda nacional como internacional; sin embargo, el mercado internacional requiere el cumplimiento de mayores exigencias con respecto a la fruta. Es por ello que se genera lo conocido como rechazo de banano, ya que la fruta no cumple con los requisitos exigidos por dicha demanda, de ahí nace la idea del presente trabajo de titulación de producción de harina de banano orgánico y exportación hacia España, donde se plantea que la empresa Hoyos Garcés S.A., exportadora actualmente de banano orgánico, utilice eficientemente dicha fruta y con ello incrementar la cadena de valor de la producción de banano. El trabajo consta de 6 capítulos, para ello se utilizó una metodología analítica descriptiva, donde se realizó un estudio del mercado español por medio de encuestas e investigaciones con respecto a la situación actual del país; adicional, se realizó el estudio técnico para conocer las maquinarias necesarias para la elaboración de la harina de banano orgánico y la producción necesaria para satisfacer la demanda determinada, y finalmente se determinó mediante indicadores financieros los resultados que demuestran la viabilidad de este proyecto.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-2174690	E-mail: Jennifer.medrandab@hotmail.com pedro_sole_dispa@hotmail.com	

CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Econ. Coello Cazar David, Mgs.
	Teléfono: +593-4-(2222024, 2222025 (call center) ext: 5129 – 5021 PBX: 043804600
	E-mail: David.coello@cu.ucsg.edu.ec
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA	
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	