



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TEMA:

**Factibilidad para producir y comercializar pulpa de banano de Ecuador a Rusia
en el año 2022**

AUTORES:

JOHN PETER CRUZ HURTADO

ANABELLA CUADROS CENTENO

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en Comercio y
Finanzas Internacionales Bilingüe**

TUTOR:

Lcdo. Layana Ruiz Javier Francisco, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

A los 25 días del mes de febrero del año 2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **John Peter Cruz Hurtado y Anabella Cuadros Centeno**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

TUTOR:

 Firmado electrónicamente por:
**JAVIER
FRANCISCO
LAYANA RUIZ**
f. _____

Lcdo. Layana Ruiz Javier Francisco, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.

Guayaquil, a los 25 días del mes de febrero del año 2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Cruz Hurtado, John Peter**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Factibilidad para producir y comercializar pulpa de banano de Ecuador a Rusia en el año 2022** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe y Licenciada 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, a los 25 días del mes de febrero del año 2022

EL AUTOR

f. John Cruz Hurtado

Cruz Hurtado, John Peter



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Cuadros Centeno, Anabella**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Factibilidad para producir y comercializar pulpa de banano de Ecuador a Rusia en el año 2022** previo a la obtención del título de **Licenciada 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, a los 25 días del mes de febrero del año 2022

LA AUTORA

f. _____

Cuadros Centeno, Anabella



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

AUTORIZACIÓN

Yo, Cruz Hurtado, John Peter

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Factibilidad para producir y comercializar pulpa de banano de Ecuador a Rusia en el año 2022**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 25 días del mes de febrero del año 2022

EL AUTOR:

f. John Cruz Hurtado

Cruz Hurtado, John Peter



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

AUTORIZACIÓN

Yo, Cuadros Centeno, Anabella

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Factibilidad para producir y comercializar pulpa de banano de Ecuador a Rusia en el año 2022**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 25 días del mes de febrero del año 2022

LA AUTORA:


f. _____

Cuadros Centeno, Anabella

Certificación de Antiplagio

URKUND

Documento	CUADROS_CRUZ.docx (D127355701)
Presentado	2022-02-08 07:54 (-05:00)
Presentado por	Javier Francisco Layana Ruiz (javier.layana@cu.ucsg.edu.ec)
Recibido	javier.layana.ucsg@analysis.orkund.com

0% de estas 32 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.



Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado: **Factibilidad para producir y comercializar pulpa de banano de Ecuador a Rusia en el año 2022**, presentado por los estudiantes **Anabella Cuadros Centeno y John Peter Cruz Hurtado**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al **0%**, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

 Firmado electrónicamente por:
**JAVIER
FRANCISCO
LAYANA RUIZ**

Lcdo. Layana Ruiz Javier Francisco, Mgs.

TUTOR

Agradecimiento

Quiero agradecer primero a Dios por darme salud, sabiduría, conocimientos y fuerzas para poder terminar este logro para poder compartir con las personas que más quiero en este mundo.

Agradecer a mis padres por estar en todo el momento apoyando, dándome ánimos en mi vida y en mi carrera universitaria, brindándome todo su apoyo en todo momento en lo personal y económico, para convertirme en un profesional como siempre lo anhelé.

Agradecer a mis hermanos por estar en todo momento sacándome una sonrisa, siempre estuvieron ahí para sentirme feliz en cada momento, para poder seguirme fortaleciéndome gracias a la empatía que transmiten cada uno.

A mi querido tutor, el profesor Javier Layana, por brindarme todos sus conocimientos, me queda agradecer por todo su valioso tiempo en cada sesión, para poder terminar mi proyecto y carrera. A mi compañera de proyecto por brindarme todo su tiempo para poder trabajar en equipo y terminar esto que tanto soñamos.

A mi familia por apoyarme y esperarme muchos años de mi vida, al iniciar y culminar mi carrera.

- John Peter Cruz Hurtado

Agradecimiento

En primer lugar, reconozco a Dios todos los días porque siempre hay motivos para estar agradecidos, en este caso por darme la oportunidad de tener una gran experiencia y formar parte de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil por prepararme en un ser profesional para alcanzar mis logros y victorias.

También agradezco a mi tutor de tesis el Lcdo. Javier Layana Ruiz por haberme ofrecido sus acertados comentarios y guía durante el desarrollo del trabajo de titulación y a mi compañero Peter Cruz por su colaboración en el avance del presente trabajo por la confianza que me brindó en este proceso exhaustivo de formación.

A toda mi familia y seres queridos por apoyarme y enseñarme el significado de la vida, el trabajo, la dedicación y conocimiento, a mis compañeros, quienes me dieron el apoyo moral para seguir adelante día a día.

- Anabella Cuadros Centeno

Dedicatoria

Dedico este trabajo de titulación a mi papá Dr. Xavier Cruz, mi mamá Mery Hurtado, a mis hermanos Christian y Evelyn, que son las personas que más amo en esta vida, por verme crecer y llegar a ser un profesional, este título de Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales se los dedico a ellos por motivarme cada día y sentirme capaz de lograr todo lo que me proponga.

- John Peter Cruz Hurtado

Dedicatoria

Dedico este gran logro para mis padres por hacer de mí una buena persona cada día a través de sus consejos, enseñanzas y amor.

A mi abuelita Magaly por su apoyo incondicional y confianza en todo lo necesario para desempeñar mis metas como persona y estudiante.

A mi tío Francisco por ser mi ejemplo a seguir y brindarme su apoyo para concluir mi carrera.

A mis hermanas por estar siempre presente, acompañándome.

A todo el resto de mi familia y mis amigos que de una u otra manera me han llenado de sabiduría y me motivaron constantemente para alcanzar mis éxitos y a cada persona que en algún momento me ha deseado éxitos a lo largo de este transcurso.

- Anabella Cuadros Centeno



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Lcdo. Layana Ruiz Javier Francisco, Mgs.

TUTOR

f. _____

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.

DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

f. _____

Ing. Echeverría Bucheli, Mónica Patricia. Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Alcívar Avilés, María Josefina. PhD.

OPONENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

CALIFICACIÓN

Apellidos y Nombres	Nota Final del Tutor
Cruz Hurtado John Peter	
Cuadros Centeno Anabella	

f.  Firmado electrónicamente por:
JAVIER
FRANCISCO
LAYANA RUIZ

Lcdo. Layana Ruiz Javier Francisco, Mgs.

TUTOR

INDICE

CAPÍTULO I.....	XX
RESUMEN.....	XX
ABSTRACT.....	XXI
Introducción.....	2
Antecedentes.....	3
Reseña histórica sobre el crecimiento del sector bananero y su influencia en la generación de comercialización internacional.....	3
Planteamiento del problema.....	4
Formulación del problema.....	4
Preguntas de investigación.....	5
Objetivos.....	5
Objetivo General.....	5
Objetivos Específicos.....	5
Justificación.....	5
Delimitación del Tema.....	6
Limitaciones.....	7
CAPÍTULO II.....	8
Teoría Clásica de la ventaja absoluta.....	8
Teoría de la ventaja competitiva.....	8
Teoría de la Elección Racional.....	9
Teoría del comportamiento económico.....	9
Exportación.....	9
Importación.....	10
Comercialización.....	10
Oferta de exportación.....	10
Cartera de productos.....	10
Nicho de exportación.....	11
Acuerdos comerciales.....	11
Importancia de la pulpa de banano.....	11
CAPÍTULO III.....	12
Enfoque de investigación.....	12
Niveles de la investigación.....	12
Fuentes de Investigación.....	12

Población y Muestra	13
Población.....	13
Muestra.....	13
CAPÍTULO IV	14
Empresa Banapulp S.A.S.....	14
Plan Estratégico	14
Misión.....	14
Visión	14
Valores empresariales	14
Estructura Organizacional	16
Logo y Slogan	17
Localización de la empresa	17
Producto	18
Detalle del producto	19
Valor nutricional	20
Empaque	20
Proceso de producción	21
Elaboración de la pulpa de banano.....	22
Análisis FODA.....	25
Fortalezas	25
Debilidades.....	26
Factor de oportunidad.....	27
Factor de amenaza.....	28
Análisis de las 5 Fuerzas de Porter	29
Análisis PESTAL.....	30
Factores Políticos	30
Factores Económicos.....	31
Factores Sociales	32
Factor Tecnológico.....	33
Factores Legales.....	34
Factores Ambientales	34
Arancel.....	34
Estrategia de Marketing	35
Requisitos de exportación.....	35
Requisitos en Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS)	35

Incoterm	37
Compañía Limitada	37
CAPÍTULO V.....	38
Principales productos exportados en Ecuador	38
Principales productos importados por Ecuador	38
Producción nacional de banano	39
Oferta Exportable de banano Ecuador - Rusia.....	42
Demanda Rusa	46
Análisis de casos	47
Caso Peruano.....	48
Caso Colombiano	50
Análisis del mercado frente a la inserción de subproductos alimenticios	51
Pronóstico del mercado de pulpa de banano (2021-2026).....	52
Análisis del segmento de mercado de pulpa de banano: por aplicación	53
Análisis del segmento de mercado de pulpa de banano: por distribución	53
Análisis de segmento de mercado de pulpa de banano: por geografía.....	54
Impulsores del mercado Pulpa de banano	54
Desafíos del mercado de pulpa de banano	55
Perspectiva de la industria del mercado de pulpa de banano:	56
Asociaciones/Lanzamientos de productos	56
Análisis de los resultados de la Investigación.....	57
Resultados de la entrevista	57
Resultados de la encuesta	60
CAPÍTULO VI	67
Inversión y capital inicial.....	67
Amortizaciones y Depreciaciones.....	69
Participación de la sociedad consolidada.....	73
Uso estimado del presupuesto.....	74
Flujo de caja.....	76
CONCLUSIONES	80
RECOMENDACIONES	81
REFERENCIAS	82

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Estructura organizacional de Banapulp S.A.S.....	16
Figura 2: Logo de la empresa.....	17
Figura 3: Croquis de la hacienda.....	18
Figura 4: Presentación de Banapulp 65g.....	21
Figura 5: Proceso productivo pulpa de banano.....	22
Figura 6: Principales productos importados.....	39
Figura 7: Producción Nacional por Región 2020.....	40
Figura 8: Producción Nacional vs Ventas 2020.....	41
Figura 9: Hectáreas Plantadas Nacional vs Internacional 2020.....	42
Figura 10: Exportaciones de productos primarios perecibles de Perú hacia el mundo 2020.....	48
Figura 11: Exportaciones Perú- Rusia vs Demanda Rusa Total 2018 - 2020.....	49
Figura 12: Exportaciones de productos de Colombia hacia el mundo 2020.....	50
Figura 13: Exportaciones Colombia- Rusia vs Demanda Rusa Total.....	51
Figura 14: Pulpa de banano Segmento de mercado, por geografía (%).....	53
Figura 15: Sexo de los encuestados (%).....	60
Figura 16: Edad de los encuestados (%).....	61
Figura 17: Exportación de Rusia (%).....	62
Figura 18: Comercio futuro de Productos orgánicos (%).....	63
Figura 19: Presentación de la pulpa de banano (%).....	64
Figura 20: Característica del producto: pulpa de banano (%).....	65
Figura 21: Producción de otros subproductos del banano (%).....	66
Figura 22: Fórmula del TIR.....	79
Figura 23: Fórmula del VAN.....	79
Figura 24: Fórmula del TMAR.....	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: <i>Detalle del producto: Pulpa de banano</i>	19
Tabla 2: <i>Valor nutricional de la pulpa de banano</i>	20
Tabla 3: <i>Proceso de producción y manufactura de la pulpa de banano.</i>	23
Tabla 4: <i>Fortalezas</i>	25
Tabla 5: <i>Debilidades</i>	26
Tabla 6: <i>Oportunidades</i>	27
Tabla 7: <i>Amenazas</i>	28
Tabla 8: <i>Principales productos exportados</i>	38
Tabla 9: <i>Porcentaje de ventas respecto a la producción nacional 2020</i>	40
Tabla 10: <i>Superficie plantada y cosechada de banano 2020</i>	43
Tabla 11: <i>Importaciones históricas de banano ecuatoriano a Rusia en Tn</i>	44
Tabla 12: <i>Estadísticas del análisis regresivo</i>	44
Tabla 13: <i>Análisis de Varianza</i>	45
Tabla 14: <i>Exportación de banano ecuatoriano a Rusia en Tn proyectados</i>	45
Tabla 15: <i>Importaciones de Banano compradas por Rusia en Tn</i>	46
Tabla 16: <i>Tn de demanda insatisfecha de banano en Moscú</i>	47
Tabla 17: <i>Sexo</i>	60
Tabla 18: <i>Edad de los encuestados</i>	61
Tabla 19: <i>Exportación a Rusia</i>	62
Tabla 20: <i>Comercio futuro de Productos orgánicos</i>	63
Tabla 21: <i>Presentación de la pulpa de banano</i>	64
Tabla 22: <i>Característica del producto: pulpa de banano</i>	65
Tabla 23: <i>Producción de otros subproductos del banano</i>	66
Tabla 24: <i>Inversiones de Activos Fijos</i>	67
Tabla 25: <i>Costos de operación</i>	68
Tabla 26: <i>Gastos preoperacionales</i>	68
Tabla 27: <i>Porcentajes de Depreciaciones</i>	69
Tabla 28: <i>Activos fijos</i>	69
Tabla 29: <i>Depreciación</i>	69
Tabla 30: <i>Sueldos y salarios</i>	70
Tabla 31: <i>Materia prima directa</i>	70
Tabla 32: <i>Materia prima indirecta</i>	70
Tabla 33: <i>Mano de obra directa</i>	71

Tabla 34: <i>Mano de obra indirecta</i>	71
Tabla 35: <i>Costos fijos</i>	71
Tabla 36: <i>Costos variables</i>	72
Tabla 37: <i>Gastos preoperativos</i>	72
Tabla 38: <i>Gastos administrativos</i>	73
Tabla 39: <i>Gasto de ventas</i>	73
Tabla 40: <i>Inversiones totales</i>	73
Tabla 41: <i>Financiamiento de socios</i>	74
Tabla 42: <i>Capacidad de producción anual</i>	74
Tabla 43: <i>Pronóstico de ventas de fundas anuales</i>	74
Tabla 44: <i>Costo de producción Unitario</i>	75
Tabla 45: <i>Precio de venta al mercado ruso</i>	75
Tabla 46: <i>Pronóstico de ventas</i>	75
Tabla 47: <i>Balance General</i>	76
Tabla 48: <i>Estado de resultados</i>	77
Tabla 49: <i>Flujo de caja</i>	78

CAPÍTULO I

PREÁMBULO DE LA INVESTIGACIÓN

RESUMEN

En la actualidad, la mayor cantidad de producción y desarrollo de subproductos bananeros se centran en el puré de banano y solo para consumo local para producción de pulpa de banano en Ecuador. Sin embargo, ha logrado insertar este producto en el mercado internacional y aumentar la exportación de forma progresiva. Sin embargo, el mercado asiático y el ruso se han estancado en este sentido.

El objetivo principal de este trabajo de titulación es Determinar la factibilidad de exportación de pulpa de banano desde una óptica de diversificación de subproductos, para lograr comprender el potencial de exportación que existe en el sector al innovar y lograr su inserción en Rusia.

En términos metodológicos se realizaron 384 encuestas a empleados de empresas exportadoras de banano, de las cuales el 64% piensa que los productos orgánicos se pueden comercializar bien en Rusia; desde el punto de vista de la presentación del producto los encuestados estimaron mejor las presentaciones de 65g (56%) y 200g (23%).

El análisis financiero muestra que es factible la exportación de pulpa de banano por la empresa Banapulp S.A.S. la cual se dedica a actividades de comercio internacional hacia Rusia desde el código 0803.00.12.00 ligado a su insumo principal banano cavendish dado que su flujo de caja refleja un TIR de 17% lo cual es mayor que la TMAR de 12.54%.

Palabras clave: pulpa de banano, factibilidad, Rusia, Ecuador, exportación.

ABSTRACT

Currently, the largest amount of production and development of banana by-products is focused on banana puree and only for local consumption for the production of banana pulp in Ecuador. However, it has managed to insert this product in the international market and progressively increase exports. However, the Asian and Russian markets have stagnated in this regard.

The main objective of this titling work is to determine the feasibility of exporting banana pulp from a by-product diversification perspective, in order to understand the export potential that exists in the sector by innovating and achieving its insertion in Russia.

In methodological terms, 384 surveys were conducted of employees of banana exporting companies, of which 64% think that organic products can be marketed well in Russia; From the point of view of the presentation of the product, the respondents estimated better the presentations of 65g (56%) and 200g (23%).

The financial analysis shows that the export of banana pulp by the company Banapulp S.A.S. is feasible. which is dedicated to international trade activities towards Russia from the code 0803.00.12.00 linked to its main input Cavendish bananas since its cash flow reflects an IRR of 17% which is higher than the MARR of 12.54%.

Keywords: banana pulp, feasibility, Russia, Ecuador, export

Introducción

El comprender las dinámicas relacionadas a la generación de riqueza y de empresa en Ecuador requiere comprender las variables que las componen. Es así que, al pensar en Ecuador, en exportaciones, en especial en las no petroleras, se debe analizar al banano. No obstante, haciendo ese mismo ejercicio, el banano ha comenzado a perder fuerza en comparación de la exportación camaronera. Esto, ya que desde 2019, el banano no ocupa el primer lugar de exportaciones no petroleras.

Según el Banco Central del Ecuador (2021), el país ha reducido el volumen de exportación bananera en relación a 2020 (-5.97%) y ligeramente por encima de la cifra de exportación de 2019 (2%). Por ende, el sector bananero debe recomponerse en cuanto a producción, tecnificación y diversificación de productos derivados (como pulpas, frutos secos y las distintas variedades de banano existentes). Caso contrario, este sector se estancará en el segundo lugar de las exportaciones y el mercado potencial que buscaba ampliar el sector bananero no tendrá éxito.

¿Qué se puede hacer? Buscar nuevos mercados, buscar soluciones en relación a estudios que se estén realizando frente al sector. Esto tiene sentido al ver al nicho que ha apuntado el Ecuador. El país se ha centrado en exportar principalmente a Estados Unidos, China, Colombia, Rusia y España, países que acumulan la mayoría de las exportaciones no petroleras (Banco Central del Ecuador, 2021). Luego le siguen países europeos y latinoamericanos. Sin embargo, el mercado asiático en general no ha sido aún explorado de forma efectiva, situación que se replica en África y que aún no se ve un cambio notorio en este sentido.

Es así que, al sector bananero se lo debe observar desde una óptica de necesidad de innovación, mejoría y diversificación de modelos de gestión de comercialización. Para que, a su vez, el mercado camaronero no sea el único que despunta en su crecimiento. Se necesita generar mayores atractivos e incentivos para inversionistas y que, a través de la Inversión Extranjera Directa, se logre transformar el sector en cuanto a tecnificación y modernización de procesos de producción en masa.

Antecedentes

En un análisis regional, el Ecuador es el principal productor y exportador de banano. No obstante, la exportación de subproductos o derivados es un ámbito poco desarrollado. Al realizar una revisión sobre producción de pulpa de banano en Ecuador, se denota que la mayor cantidad de producción y desarrollo de subproductos bananeros se centran en el puré de banano y solo para consumo local. Según Revista Líderes (2018), los productos como el puré de banano puede hacerse uso de aquella materia prima orgánica y darle nuevos usos. Estos subproductos se han logrado insertar en el mercado internacional y aumentar la exportación de forma progresiva. Sin embargo, el mercado asiático y el ruso se han estancado en este sentido.

Reseña histórica sobre el crecimiento del sector bananero y su influencia en la generación de comercialización internacional

Según Robert Aguilar (2015), la influencia del sector bananero ha sido esencial para la economía local. Sin embargo, es entre 1944 y 1948 que este sector comienza a proyectarse hacia la internacionalización de productos. Es en esta época que la producción y exportación del banano (y derivados del mismo) comenzó a generar divisas en favor de la economía ecuatoriana. Ya que la producción centroamericana se diezmoó en esa época, el Ecuador se instituyó como el principal punto de venta para el mercado europeo y estadounidense.

Desde entonces, el sector bananero ecuatoriano tomó fuerza hasta que, a mediados de los años 60 y 70, plagas como la Sigatoka o el Fusarium Raza 1 y 2 destruyeron gran parte de la producción local. No obstante, la recuperación del sector se potenció con la creación de la Asociación Nacional de Bananeros del Ecuador (ANBE) y el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP). Ambos lograron luchar en contra de plagas del sector, coordinar acciones con el gobierno y establecer impuestos para protección o fortalecimiento del banano a nivel nacional (Aguilar, 2015).

Planteamiento del problema

Ecuador es un país que se caracteriza por tener un comportamiento de exportación de productos primarios. No obstante, el auge del sector de producción agrícola no ha logrado diversificar su cartera de destinos de exportaciones. Es por ello por lo que, el insertar productos agrícolas es una de las variables o factores que reduce la correcta expansión dentro de un mercado internacional.

Según las cifras del Banco Central del Ecuador (2021), entre enero a agosto de 2021 la exportación de banano y plátano varió en -10.19 frente al mismo periodo de 2020. Con ello, las exportaciones de este sector se acercan a las cifras de 2019, denotando una contracción comercial.

En esta ocasión se tomará como zona focal de exportación a Rusia, principalmente a la ciudad de Moscú, la principal ciudad de los 85 sujetos federales de este país. En esta ciudad se concentra el mayor porcentaje poblacional y el mayor rendimiento económico (Oficina de Información Diplomática, 2021).

El sector agrónomo focalizado en la exportación es una de las principales fuentes de generación de empleo del Ecuador (Zambrano, 2016). Es por ello, que se necesita un estudio amplio sobre la agro producción del Ecuador y sus mecanismos de comercialización e internacionalización de productos como el banano o el camarón, que, a agosto de 2021, siguen siendo los productos de mayor internacionalización en Europa y Asia (Banco Central del Ecuador, 2021).

Ante esta realidad, la posibilidad de hacer uso de la pulpa de banano como un subproducto de exportación ingresa en el debate sobre comercialización del banano. Actualmente, Colombia destaca en su elaboración y exportación (SENA, 2013) No obstante, Ecuador, que produce en mayor volumen y exporta a más zonas económicas no ha ingresado al mercado de forma incisiva con este subproducto. Incluso otros países han elaborado proyectos o estudios de comercialización de productos bananeros, como es el caso peruano, que desde Piura buscan producir puré de banano para consumo local y exportarlo en una segunda etapa (Guzmán, 2014).

Formulación del problema

¿Es factible exportar pulpa de banano hacia el mercado ruso para generar mayores mecanismos de inserción comercial del banano?

Preguntas de investigación

- ¿Cómo se mide la factibilidad de exportar pulpa de banano a Moscú?
- ¿Es posible exportar pulpa de banano hacia Rusia?
- ¿Exportar pulpa de banano puede generar rentabilidad en un plazo de 5 años?

Objetivos

Objetivo General

Determinar la factibilidad de exportación de pulpa de banano desde una óptica de diversificación de subproductos, para lograr comprender el potencial de exportación que existe en el sector al innovar y lograr su inserción en Rusia.

Objetivos Específicos

- a) Analizar las teorías de las dinámicas de internacionalización y de ventajas competitivas en base a modelos de exportación agrícola.
- a) Identificar la oportunidad de la inserción de la pulpa de banano en Rusia.
- b) Plantear el correcto desarrollo de una sociedad de acciones simplificadas y el proceso de producción y comercialización de la pulpa de banano.

Justificación

La presente investigación buscará dilucidar que la exportación de los subproductos bananeros puede generar esta noción de innovación, que al sector bananero tanta falta le hace. Así mismo, se necesita generar mayor investigación en cuanto a modernización y diversificación en cuanto a exportaciones no petroleras ecuatorianas. Razones por las cuales, el identificar nudos críticos del sector bananero será parte de la presente investigación y se espera aclarar los puntos a mejorar o corregir tanto desde el accionar estatal (políticas públicas), el sector privado (con tecnificación e inversión) y el comportamiento del mercado.

Bajo esta lógica, Moscú agrupa 12.4 millones de habitantes 8% de la población total del país (Statista, 2021). El resto de las ciudades tienen menos de 2 millones de habitantes. Adicionalmente, el ingreso y el núcleo económico de Rusia se concentra en su capital Moscú. Es por ello, que la exportación de pulpa de banano deberá versarse y enfocarse en esta ciudad mencionada.

La generación de resultados positivos para las exportaciones será necesario en el análisis y en el uso de teorías que, de forma análoga, comiencen a discernir la viabilidad de exportar subproductos bananeros, especialmente de pulpa. Es así como, al discutir temáticas sobre exportaciones será necesario acompañar con mecanismos de medición válidos para analizar un mercado tan difuso como el de los subproductos alimenticios.

Por lo mencionado, será necesario realizar una investigación lineal, histórica, teórica y comparativa entre modelos de ventas, innovación y generación de inversiones dentro del sector. Con ello, se comprobará o negará la necesidad de focalizar esfuerzos en nuevas estrategias para el sector de producción bananera.

Delimitación del Tema

En la generación de este espacio investigativo, se centrarán 3 puntos principales: el primero, será el comprender el mercado ecuatoriano relacionado a las exportaciones y el contexto del sector bananero; el segundo, se centrará sobre la producción de pulpa de banano y las distintas teorías sobre generación de competencia, internacionalización y de maximización de beneficios por producir pulpa de banano; finalmente, como tercer punto, se abordará un espacio de análisis ecuatoriano sobre la producción pulpa de banano y se explorarán distintos mecanismos para consolidar un nuevo producto en el mercado ruso, en especial en la ciudad de Moscú. Con ello, se podrá medir la factibilidad que existe en torno a desarrollar una línea de producción, comercialización y de internacionalización de la pulpa de banano en la principal ciudad comercial de Rusia en un tiempo de análisis a 5 años plazo.

El presente trabajo investigativo no consolidará resultados, debido a que aún no se insertará el producto en el presente. Sin embargo, se dejarán datos claros y posturas nutridas de una comprensión holística del mercado internacional en relación a la producción de pulpa de banano y subproductos similares.

Limitaciones

El análisis de datos e información tendrá que restringirse a comparación estadística y fáctica ya que, compararlo en primera persona en territorio ruso es inviable. Adicionalmente, realizar un análisis de espectro abierto a toda Rusia sería inviable debido a dos razones: la información clara y actualizada no está disponible en la gran mayoría de las regiones en la Federación de Rusia. Es por ello, que el análisis se reduce a la ciudad principal de la Federación: Moscú.

Adicionalmente, la carencia de recursos imposibilita aplicar mecanismos de evaluación sobre tendencias de consumo en locales de Moscú. Sin embargo, se hará uso de estudios comparativos sobre predilección y aceptación de productos latinoamericanos en el mercado ruso. Esto, para determinar en un primer momento, si es adecuado el generar un modelo de inserción de comercialización e internacionalización de la pulpa de banano en Rusia.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

Teoría Clásica de la ventaja absoluta

Según la teoría planteada por Adam Smith, existe una teoría que fusiona un análisis entre distintas capacidades de producción. Ante esto, Javier Prado y Pablo de Diego Ángeles (1994), aseguran que las economías y naciones se enriquecen a través del libre comercio. Sin embargo, en la dinámica de producción de bienes existen países que logran manufacturar o generar ciertos bienes con mayor facilidad que otros países o viceversa. En este sentido, la teoría se centra en que la ventaja absoluta es la medida en la que la capacidad para producir un bien, se lo puede efectuar a un costo absolutamente menor al de otro productor, en términos de unidades de trabajo.

Es así que, se debe comprender y conectar la noción de producción bananera ecuatoriana. Esto, porque al ser Rusia un país eminentemente importador de banano se convierte en el sujeto pasivo (que compra) y el Ecuador el sujeto activo (que oferta). Generando una relación mercantil de ventaja absoluta entre sujetos.

Teoría de la ventaja competitiva

Esta teoría popularizada y diagramada por Michael Porter, esboza que existen múltiples factores que permiten que la competencia sirva de propulsor a las naciones. En esta descripción sobre la competencia de Porter, se construye una abierta perspectiva sobre el ideal de la competitividad. En este ideario, toman fuerza las nociones de liderazgo, integración económica regional, abrir el mercado aún más para bajar los mecanismos de regulación mercantil e incrementar la productividad en conjunto al incremento del comercio internacional (Porter, 1982).

Para dejarlo en el contexto ecuatoriano, se debe expresar que la necesidad de eliminar barreras comerciales, aumentar la productividad y tomar el liderazgo dentro de una integración económica regional que impulse a las exportaciones ecuatorianas es necesario. Así mismo, tomando prestada esta teoría, el comercio debe ampliarse. Por ello, la generación de nuevas mecánicas de comercialización e innovación son necesarias. La producción de pulpa es parte de esta innovación y parte de la generación o adopción de nuevas mecánicas de comercialización. Por ello, al lograr competir con nuevos productos

que agreguen mayor competencia dentro del mercado, permitiría incrementar la rentabilidad para el productor.

Teoría de la Elección Racional

La teoría que nace desde una visión economicista que busca expandir las opciones que permitan generar la mayor cantidad de beneficios, al optimizar esfuerzos, se la conoce como la teoría de la elección racional. Esta teoría analiza el comportamiento social, sus preferencias, las interacciones humanas, su intencionalidad y su racionalidad. Esta teoría surge como parte de la visión utilitarista, en la cual debes accionar y tomar decisiones en virtud de lo útil que puede llegar a ser y sin considerar necesariamente las cuestiones negativas. Se da preferencia al individualismo o al colectivismo selectivo (Rodríguez, 2017).

Teoría del comportamiento económico.

La economía del comportamiento, según Richard Thaler (2018) busca incorporar ideas multidisciplinarias, en especial la psicología. Esta teoría se centra en incluir un análisis del comportamiento humano para lograr determinar el futuro y las variaciones dentro de cualquier sistema económico. No obstante, este modelo de hacer uso de dos modelos subteóricos: los "modelos normativos que caracterice la solución óptima de problemas específicos y modelos descriptivos que capten el comportamiento humano" (Thaler, 2018, p. 10).

En este sentido, la teoría conductual y de análisis humano deberá adherirse a los mecanismos de preferencias de consumo. Con ello, se podrá acentuar el análisis sobre la idoneidad de la exportación de productos derivados del banano.

Exportación

Según Hill (2007), la exportación se caracteriza por el ejercicio de intercambio, como las ventas, de productos en un país para residentes o nacionales de otro. Es por ello que, según Hill, el resultado del ejercicio de comercialización provoca una relación de incremento de oportunidades de mejora de ingresos entre los mercados extranjeros y la oportunidad de ser partícipe de más industrias.

Así mismo, se expone que el intercambio de mercancías debe discutirse como el producto de un correcto proceso de comercio exterior de las naciones. Sin embargo, no se debe

descuidar la balanza comercial. No permitir que las importaciones superen a las exportaciones y mantener una balanza comercial adecuada.

Importación

El ejercicio de importar es la "operación mediante la cual se somete a una mercancía extranjera a la regulación y fiscalización tributaria, para poderla después libremente destinar a una función económica de uso, producción o consumo" (Tratado de Derecho Comunitario Europeo, 1986, p. 19). En este tópico, según lo menciona el mismo tratado, se deben considerar y analizar lo siguiente: la legislación aplicable, es decir la ley aduanera, impuesto de importación y las restricciones de importación; el origen de las importaciones y las regulaciones especiales para la importación; finalmente, el financiamiento para concretar las importaciones como eje promotor de un dinamismo económico entre países.

Comercialización

En la construcción del concepto de comercialización, según Kotler (en Olivieri, 2010, p. 10), se bifurca entre la forma en como lo social y lo administrativo se encargan de que, los productos, servicios o beneficios que generan, se puedan intercambiar con sus pares locales o internacionales. Esto, como un proceso de beneficio mutuo, en el que se suplen necesidades de obtención de un bien "A" y a cambio, se genera un intercambio de un bien, producto, servicio o réditos económicos.

Oferta de exportación

Según lo expone Robayo (2019), la oferta de exportación es todo aquel mecanismo, estrategia y el uso de productos o servicios para ponderar como la cara visible de una empresa o país, que busca expandir su comercio a través de más ofertas de productos a comercializar. Así mismo, este apartado se enlaza con el consolidar una cartera de productos.

Cartera de productos

La cartera de productos, según Robayo (2019), es la sumatoria ordenada y clasificada de productos, bienes y servicios, de una empresa o país. Con ello, se logrará ofertar y comercializar hacia el exterior. Es así como, a través de un ejercicio de oferta de exportación y una cartera de productos amplia y variada, se puede consolidar un buen programa de exportaciones.

Nicho de exportación

En el año 2000, la CEPAL define que existen nichos explotables en América Latina. Estos nichos son todos aquellos puntos focales en los cuales deberá dirigirse la estrategia de comercialización e internacionalización.

Así mismo, para Piedad Martínez (2007), los nichos de mercado se consideran y deben ser vistos como una oportunidad de expansión económica. La cual deberá regular su impacto para lograr adecuarse con el comportamiento del mercado en general.

Acuerdos comerciales

En base a la clasificación de acuerdos que realiza Solano y Alonso (2019), los acuerdos comerciales son el mecanismo legal de establecimiento de derechos y obligaciones entre Estados, para definir un horizonte comercial mutuo. Entre ellos existen acuerdos comerciales: preferenciales, regionales, megaregionales; así también, existen: acuerdos multilaterales y plurilaterales. Cada uno con funciones y objetivos que proporcionen beneficios entre las partes.

Importancia de la pulpa de banano

“Los subproductos de las cadenas agroindustriales constituyen alrededor del 90% de la parte del cultivo, por lo cual, establecer alternativas de aprovechamiento puede ser importantes para los productores.” (Melo et al., 2015). Según los autores, a través del uso de la pulpa del banano se pueden extraer, con un tratamiento enzimático con alfa amilasa, una mejora significativa en las propiedades del producto.

De la misma forma, se considera que el banano y sus subproductos como son: las hojas, pseudotallo, la cáscara y su pulpa, contienen nutrientes necesarios para los seres humanos, los cuales pueden ser aprovechados (Blasco & Gómez, 2014). Según estos autores, el banano y sus subproductos han “demostrado tener un alto contenido de nutrientes específicamente proteínas, lípidos, fibra y compuestos con capacidad antioxidante...” (Blasco & Gómez, 2014, p. 5), los cuales sirven de complemento y fortificador de otros alimentos. Además, pueden servir con el propósito de “aumentar la disponibilidad de alimentos, así como facilitar la accesibilidad de los mismos, por lo que es necesario continuar con estudios en los diferentes subproductos de la platanera...” (Blasco & Gómez, 2014, p. 5)

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

El enfoque que de investigación es de corte cualitativo y el alcance es descriptivo-explicativo, ya que su objetivo es encontrar a través de la literatura, características y propiedades de los acuerdos de comercio del mundo globalizado y su relación en las temáticas de las cuales forman parte. Este método que fue planteado por Hernández y Baptistas (2014) aplica el uso de literatura disponible como punto de partida para la realización de investigaciones basadas en el análisis, recopilación e interpretación de la información en búsqueda de la generación de conclusiones resultantes de los objetivos de investigación. Se utilizan fuentes de información documentales.

Enfoque de investigación

Para fines de este estudio se utilizó el enfoque mixto, por un lado la investigación cualitativa con la finalidad de recolectar datos sin medición numérica y conocer la percepción de los actores involucrados a través de técnicas de entrevistas en profundidad; Y por otro lado, el enfoque cuantitativo que colaboró a la recolección de datos para probar las hipótesis planteadas bajo la fundamentación numérica y análisis estadístico de los resultados arrojados, por medio de la técnica de encuesta y una entrevista aplicada a los clientes de la empresa en estudio.

Niveles de la investigación

La investigación a realizar se considera es de carácter inductivo porque de acuerdo a Arrieta (2018) esta busca encontrar diversas soluciones a determinado problema, para lo cual se plantea un sin número de hipótesis que deben ser probadas mediante el levantamiento de información, la investigación también se considera es de carácter inductiva debido a que tiene como fin sustentar una teoría basada en experiencias o resultados obtenidos en investigaciones parecidas, también se puede indicar que son parte de las observaciones empíricas que construyen teorías en base a lo observado.

Fuentes de Investigación

Las fuentes de información con las que se realizará la investigación serán de origen primario y secundario, de acuerdo a la publicación de la Biblioteca de la Universidad de Alcalá (2019) los datos de origen primario se basan en documentaciones, análisis y medidas técnicas realizados por empresas públicas y privadas, tesis, tesinas,

casos de estudios que servirán como guía para realizar la investigación, también se consideran datos primarios a toda la información presentada en libros, revistas, artículos de periódicos, folletos, entre otras. Los datos de origen secundario se basan en censos de carácter económicos, industriales, laborales, en proyecciones estadísticas de la población o de variables relevantes para el tema de estudio, informes estadísticos, compendios y análisis de temas relacionados que se encuentran disponibles en bibliotecas virtuales de universidades, revistas científicas, libros, entre otros.

El primer paso de la metodología es determinar el problema el cual este sujeto a una justificación y a una necesidad de buscar solución o soluciones, luego se procede a realizar el estudio de mercado que inicia con el análisis situacional tanto interno como externo que permite recopilar información significativa que permitirá determinar la demanda objetivo a abastecer con el plan de negocios, cuando se conoce la demanda se procede a realizar el estudio técnico, organizacional y legal; este estudio es el que determinará si el plan de negocios es rentable y debe ser ejecutado.

Población y Muestra

Población

La población a la cual nos referiremos corresponde a los exportadores de banano en Ecuador; los cuales, según los datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería corresponden a 840 empresas para el año 2021 y respecto al número de empleados corresponden 16.800.

Muestra

Se procedió a realizar el cálculo del tamaño muestra (384 individuos) con la ayuda de la fórmula estadística correspondiente a una muestra de población finita:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times c}{E^2}$$

- n: tamaño de la muestra
- Z: representa la distribución normal
- p: la probabilidad de que ocurra un evento
- c: la probabilidad de que no ocurra un evento.
- e: error máximo aceptado

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Empresa Banapulp S.A.S.

Banapulp S.A.S. es una empresa con sede administrativa en Guayaquil – Ecuador que se dedica a la comercialización y proceso de la pulpa de banano para su posterior exportación hacia el mercado internacional guardando calidad total en todas las etapas de manipulación directa e indirecta del producto con la utilización de técnicas y procesos de inocuidad y selección que orienten el valor de preferencia hacia los clientes.

La sede productiva de la empresa se encuentra en la provincia de Los Ríos, por medio de la plantación de 80 Ha. de banano destinadas al comercio internacional y no al mercado nacional.

Actualmente, la empresa genera empleo a 40 personas dentro del área operativa y 6 en el área administrativa contando con profesionales y técnicos de alta competencia que permiten el desarrollo constante de la empresa tanto a nivel de marca como a nivel económico.

Plan Estratégico

Misión

Producir y exportar pulpa de banano con la mayor ética empresarial y responsabilidad guardando las normativas de los mercados nacional y extranjeros comprometiéndose con la satisfacción de cada cliente por el aporte de todos sus operarios y administrativos.

Visión

Ser reconocida a nivel internacional como una empresa que cuida de la innovación y calidad de sus productos, cumpliendo con la exigencia tanto en procesos de calidad como de conservación del producto.

Valores empresariales

Los valores fundamentales de la empresa deben estar en el gran escenario, bajo un reflector brillante, para que todos los vean.

Eso es lo que hace una excelente comunicación interna. Continuamente llama la atención sobre los valores de la empresa con una cadencia constante de recordatorios sobre lo que hace que la organización sea única.

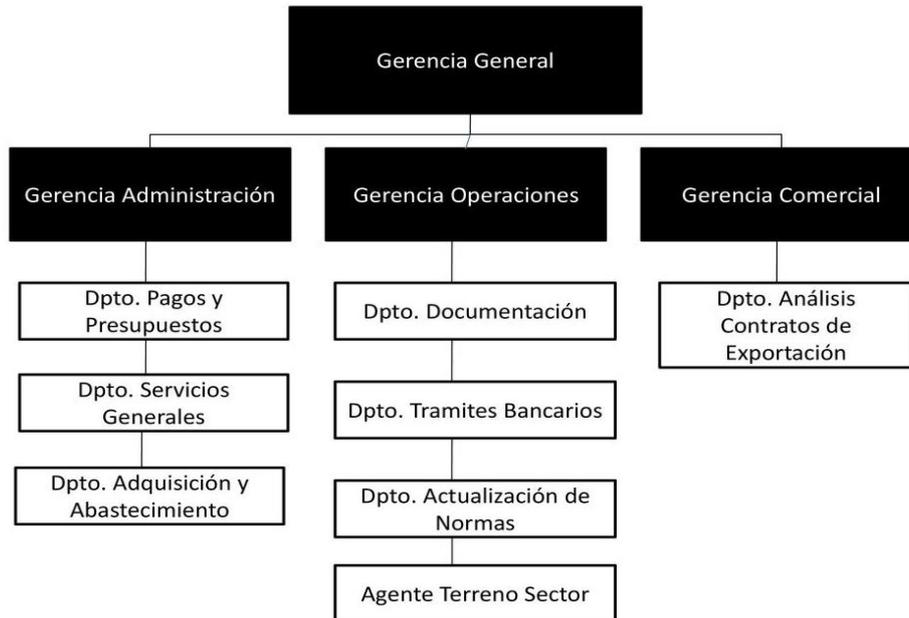
- **Integridad.** Actuar con una fuerte ética es una prioridad para todos los que representan a la organización, así como el comportamiento de la empresa.
- **Honestidad.** No es sólo la mejor política. Es una práctica comercial central actuar de manera transparente y confiable que gane el respeto de colegas, clientes y el público.
- **Justicia.** Tratar a todos con la decencia común que todos merecemos y esperamos.
- **Responsabilidad.** Aceptar la responsabilidad de sus acciones (e inacciones) es la mejor manera de generar confianza interna y externamente.
- **Promesa a los clientes.** La creación de una excelente experiencia para el cliente comienza con mantenerse fiel a las palabras que decimos y los vínculos que creamos.
- **Diversidad e inclusión.** Las organizaciones tienen éxito al traer diferentes experiencias vividas y una variedad de antecedentes en un entorno compartido donde todos tienen las mismas oportunidades.
- **Aprendiendo.** Nadie tiene todas las respuestas. Una cultura de humildad y aprendizaje continuo es un principio básico de las empresas exitosas.
- **Trabajo en equipo.** Cuando las personas trabajan juntas, pueden crear algo más grande que ellos mismos como individuos.
- **Pasión.** Tener alegría no solo por el trabajo en sí, sino también por las personas que nos rodean, para que todos puedan ser audaces, innovadores y creativos.
- **Calidad.** Las empresas son juzgadas por la artesanía de sus productos y servicios, por lo que se deben mantener los más altos estándares.

Estructura Organizacional

Banapul S.A.S es una empresa de sociedad por accionas simplificadas cuya constitución legal toma en cuenta tanto los objetivos, los inversores y a la estructura organizacional que se detalla posteriormente.

Figura 1

Estructura organizacional de Banapul S.A.S.



Nota: En la figura se observan las áreas de la empresa Banapul S.A.S.

4.2.4.1 Gerencia General

La gerencia general en Banapul S.A.S. se constituye de un individuo en funciones, propuesta por la junta de accionistas para la gestión conjunta de la planificación estratégica orientada al cumplimiento de las diversas metas a las que se sujete la empresa.

Un gerente o CEO dentro de Banapul S.A.S., es la persona o individuo de más alto rango en una empresa u organización.

4.2.4.2 Gerencia Administrativa

La gerencia administrativa tiene como función mantener el flujo del negocio en orden, mediante una gestión de riesgos, de presupuestos y de abastastecimiento óptima. Esta gerencia la conforma el departamento de pagos y presupuestos de servicios generales de adquisición y abastecimiento.

4.2.4.3 Gerencia Operativa

La gerencia operativa se subdivide en los departamentos de documentación, de trámites bancarios, de actualización y de normativas de agencia del terreno. En la gerencia operativa se compendian toda logística transaccional interna de Banapulp S.A.S.

4.2.4.4 Gerencia Comercial

La gerencia comercial se subdivide en el departamento de analítica contractual, el cual coordina la pertinencia para la empresa de cada uno de los contratos a celebrarse con los clientes por el mundo. En la gerencia comercial se compendian toda logística transaccional externa de Banapulp S.A.S.

Logo y Slogan

Figura 2

Logo de la empresa



Nota: En la figura se observa el logotipo de la empresa Banapulp S.A.S.

Slogan:

Calidad y Frescura

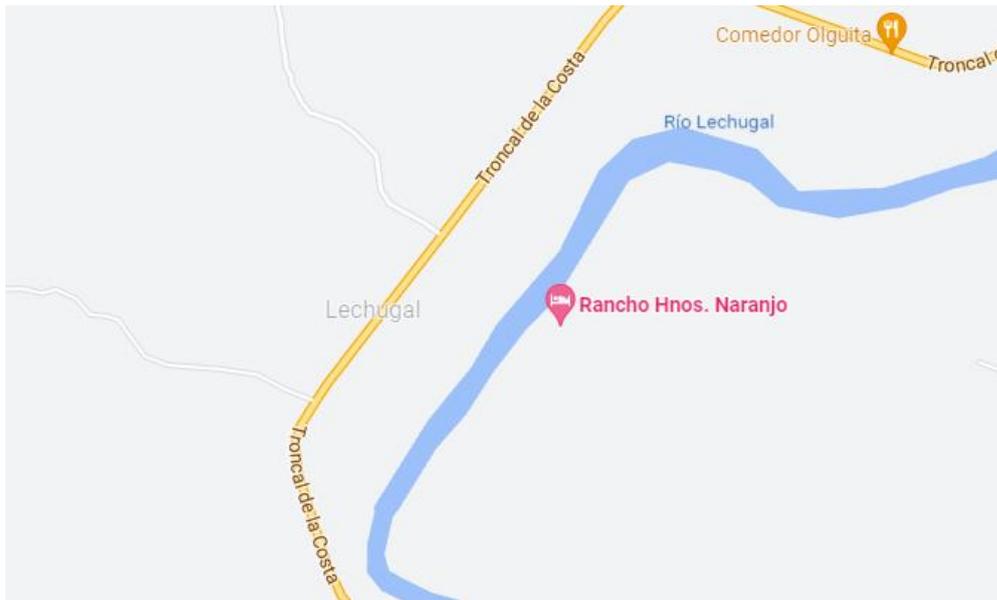
Localización de la empresa

La oficina administrativa de Banapulp S.A.S. está ubicada en las calles El Oro y Los Ríos de la ciudad de Guayaquil. Por otra parte, la producción se realiza en su hacienda ubicada en la provincia de Los Ríos.

A continuación, se mostrará el croquis en el cual se ven las coordenadas geográficas de la plantación.

Figura 3

Croquis de la hacienda



Nota. Mapa proporcionado por el satélite GPS de Google Maps, propiedad de Alphabet INC.

Producto

La pulpa de banano guarda las características nutricionales del banano. En la actualidad, Rusia presenta una transición en los hábitos de consumo de alimentos a medida que varía su ingreso per cápita. Los consumidores son cada vez más conscientes de los beneficios nutricionales que ofrecen los productos alimenticios que compran y la demanda de cultivos alimenticios no cereales, frutas y productos animales (lácteos y aves) se está expandiendo.

Los productos de valor agregado como purés, mermeladas, bebidas saludables, batidos y jugos, todos los cuales usan frutas como base, pueden satisfacer este cambio en la preferencia de consumo. El banano es una fruta fácilmente disponible y tiene un precio sensible a la energía diaria del consumidor de bajos ingresos. necesidades.

Detalle del producto

El procesamiento de la fruta del banano para aprovechar su valor nutritivo debe seguir siendo muy sensible a las preocupaciones sobre el precio que generará a nivel nacional en esta fuente de energía. El banano tiene una vida útil de 6 a 7 días, lo que lo convierte en un cultivo frutal altamente perecedero (Evans et al., 2020).

El producto Pulpa de banano se obtiene mediante el procesamiento comercial de frutos de banano sanos, maduros y maduros que poseen el sabor y el color característicos del banano. La pulpa final se obtiene pasando por una manga de 0,7 mm.

El preservante que el producto utilizará es el diacetato de sodio, el cual es seguro y es aceptado dentro de la legislación ecuatoriana y rusa; también dentro de los estándares como ISO 22000 y GOST Estándar.

Tabla 1

Detalle del producto: Pulpa de banano

Acidez	0,3 - 0,4 por ciento
Duración	6 meses
Característica	Frescura, Buena Calidad, Pureza
Tipo de embalaje	Contenedores de plástico
Vitaminas Disponibles	vitamina B6
Almacenamiento	Lugar fresco y seco

Nota: En la tabla se observan las características del producto: Pulpa de banano de la empresa Banapulp S.A.S.

Al ser rico en hierro, con la fibra dietética requerida, el potasio, las vitaminas B6 y C, los productos procesados de banano serán demandados por los consumidores urbanos que necesitan altas fuentes de energía en los alimentos listos para el consumo.

Valor nutricional

En términos de nutrición, el banano como fruta fresca tiene un precio relativamente más bajo y, a menudo, sirve como fuente de energía disponible para los pobres. Esta fruta es rica en hierro, con bajos niveles de grasas saturadas, bajo contenido de sodio y proporciona fibra dietética, potasio, vitamina B6 y vitamina C muy necesarios. Comparamos el valor nutritivo de los insumos utilizados para crear chips e informamos los hallazgos en la mesa de abajo.

Tabla 2

Valor nutricional de la pulpa de banano

Componente Nutritivo	Cantidades	Requisito diario de adulto
Energía (kl)	105	1800–3000
Hidratos de carbono (g)	27	130
Fibra (g)	3.1	25,2–33,6
Proteína (g)	1.3	46–56
Magnesio (mg)	31,9	320–420
Fósforo (mg)	26	700
Potasio (mg)	422	4,700
Vitamina C (mg)	10.3	75–90
Folato (mcg DFE)	23.6	400
Betacaroteno (mcg)	30.7	Sin datos
Alfa caroteno (mcg)	29.5	Sin datos

Fuente: La tabla nutricional fue obtenida según el estudio de Chandler & Gowen (1995).

Empaque

Banapulp S.A.S ofrece pulpa de fruta ecológica y vegana en una presentación de 65g. Un suministro de energía instantáneo en una cómoda bolsa: consúmela en dos o tres veces gracias a su tapa que se puede volver a cerrar y colócala en el bolsillo trasero de un maillot de ciclismo o una mochila de trail running.

Figura 4

Presentación de Banapulp 65g



Nota: En la figura se observa la presentación del producto: Pulpa de banano de la empresa Banapulp S.A.S.

El producto se exporta en presentación de cilindros cónicos de 250 kg, es decir un cuarto de Tn. Dentro de cada uno de los cilindros se ofrecen 3850 fundas de pulpa de banano.

El cilindro cónico se refiere a la forma de embalaje para el producto (así como las cajas), el mismo que contiene en su interior el lote completo de lo requerido por los supermercados rusos a los cuales destinamos la producción.

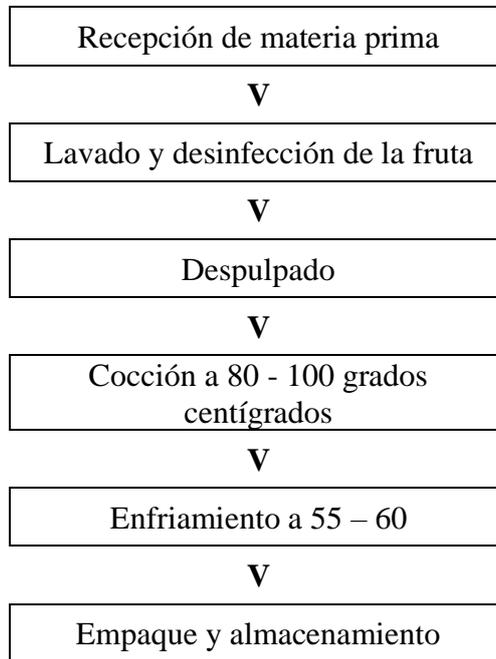
Proceso de producción

A continuación, se describe el proceso productivo para la elaboración de la pulpa de banano por parte de Banapulp S.A.S. El proceso inicia con la recepción de la materia prima cosechada, luego se procede a lavar y desinfectar el banano previamente receptado.

Luego del lavado, el despulpado consiste en la extracción pulpa y la separación de la cascara. Una vez todos los bananos estén despulpados se cocina en hornos a 80 – 100 grados centígrados para luego enfriar la pulpa cocida en cámaras de frío hasta que llegan a entre 50 – 60 grados centígrados, se empaca y almacena. Teniendo en cuenta todos estos pasos el producto queda listo para exportarse.

Figura 5

Proceso productivo pulpa de banano



Nota: En la figura se observan el proceso productivo del producto: Pulpa de banano de la empresa Banapulp S.A.S.

Elaboración de la pulpa de banano

Según SENA, la elaboración de la pulpa de banano genera una serie de procesos en los cuales se debe tener en cuenta el proceso adecuado para lograr éxito en su producción. Se debe realizar el proceso de tratamiento, selección, cocción y calcular la rentabilidad. Es por ello que existe una serie de pasos a seguir:

Tabla 3

Proceso de producción y manufactura de la pulpa de banano.

Proceso de tratamiento

Se debe seleccionar la fruta:

Banano de calidad

Banano en su punto máximo de madurez

Lavar por inmersión:

Sumergir el banano dentro de recipientes con agua para suavizar impurezas exteriores

Lavar por aspersion:

Soltar las impurezas con el uso de agua a presión

Excluir partes dañadas:

Se retiran secciones negras, golpeadas y dañadas

Proceso de escaldación:

“Se colocan los bananos en una olla con agua hirviendo por un minuto. (Rebaja bacterias, inactivas enzimas, fija color).” (SENA, 2013, p. 5)

Pelar, picar, licuar, moler y pesar.

Cocción

Después se debe dosificar la preparación y unirlo con los siguientes ingredientes:

Una tasa de la preparación (pulpa en estado incompleto).

Se debe hervir la pulpa con la grasa para reducir espuma y evitar que la pulpa se adhiera al envase.

Luego, aplicar limón.

Finalmente, se debe envasar y colocar todo en envases secos, fríos y con medidas y pesos proporcionales para la venta. Para luego, esterilizar los productos.

Para este último apartado, se debe calcular y medir tiempos de cosecha, época de siembra para poder monetizar el valor por:

Calcular la rentabilidad

Kilo de banano

Kilo de limones

Grasa (margarina o aceite)

Frascos

Tapas

Mano de obra

Nota: Adaptado del manual “Elaboración de pulpas. Agroindustria. Pulpa de banano.” del Sistema Nacional de Aprendizaje (SENA)

Este proceso, es el primer punto de generación de la innovación bananera. Transformar el objetivo tradicional de exportar netamente banano y transferir recursos para nuevas iniciativas es necesario.

Análisis FODA

El análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas se realizó desde el punto de vista del Ecuador ganando cuotas de mercado en el mercado bananero de Rusia. En consecuencia, el análisis se enfoca solo en aquellos temas relevantes para el mercado ruso.

Fortalezas

Tabla 4

Fortalezas

Factor	Comentario
• El producto guarda un sabor agradable.	• El limitante de este factor está en que los consumidores rusos valoran más otros factores como el precio y la calidad.
• El producto goza de una disponibilidad en la totalidad del año.	• La demanda ecuatoriana para el producto es mayor cuando escasea la producción de otros países como Perú y Colombia.
• Se puede producir durante la totalidad del año.	• La incidencia hacia las enfermedades del banano son mucho menores que en otros países por el clima del Ecuador.
• Gran organización en asociaciones de bananeros.	• Las asociaciones buscan dar realce al producto con certificaciones que permitan una gran imagen hacia el exterior.

Nota: En la tabla se observan las fortalezas de la empresa Banapul S.A.S.

Debilidades

Tabla 5

Debilidades

Factor	Comentario
<ul style="list-style-type: none">• Se requieren de trámites burocráticos para la obtención de una certificación orgánica.	<ul style="list-style-type: none">• El costo de los trámites de cada una de las certificaciones necesarias para la realización de las diversas actividades de la empresa es alto no solo en términos económicos sino en tiempos, etc.
<ul style="list-style-type: none">• Los productores tienden a no especializarse mucho más allá de un tercer nivel.	<ul style="list-style-type: none">• La educación debe de ser primordial para el avance de la industria y es por ello, que, todos los miembros de la empresa deben de educarse.
<ul style="list-style-type: none">• Existen diversos entes que exigen cumplimiento a la empresa.	<ul style="list-style-type: none">• Se suele tener retraso en la realización de diversas actividades por el desconocimiento de los entes implicados en diversas etapas de estos.
<ul style="list-style-type: none">• Imagen no desarrollada de pulpa de bananas entre los participantes del mercado ruso.	<ul style="list-style-type: none">• La imagen que muestra es producto aun no llega a expandirse hacia su óptimo por lo que se debe publicitar de manera ingeniosa para convencer a los clientes.
<ul style="list-style-type: none">• El tonelaje no es alto porque el mercado de la pulpa de banano se encuentra en expansión.	<ul style="list-style-type: none">• El mercado de la pulpa de frutas aún se está desarrollando por lo que por el momento no se están exportando muchas toneladas.

Nota: En la tabla se observan las debilidades de la empresa Banapulp S.A.S.

Factor de oportunidad

Tabla 6

Oportunidades

Factor	Comentario
<ul style="list-style-type: none">• El crecimiento de la demanda en Rusia se ha dado incluso con la recesión económica.	<ul style="list-style-type: none">• Los productos orgánicos en su conjunto representa el 4,5 % de las ventas de productos agrícolas de los supermercados en 2010, y las ventas siguen siendo altas desde la recesión
<ul style="list-style-type: none">• El producto tiene un gran potencial de expandirse por todo el territorio de la Federación de Rusia.	<ul style="list-style-type: none">• Potencial para la pulpa de banano al ser un producto orgánico para comercializarse de manera concesionada en colaboración de la marca de Dole Company.
<ul style="list-style-type: none">• Los minoristas especializados con el objetivo de comercio para Banapulp S.A.S en un modelo de negocio B2B.	<ul style="list-style-type: none">• El enfoque de negocio se dará en un tipo de modelo de ventas B2B de término empresarial para los comerciantes rusos en cadenas minoristas como Whole Foods y otras cadenas que expenden productos allá.
<ul style="list-style-type: none">• Se busca realizar asociación con algunos de nuestros clientes minoristas para establecimiento de canales de venta.	<ul style="list-style-type: none">• Los consumidores de Rusia confiarán más en los productos que se comercialicen dentro de los canales de venta rusos.

Nota: En la tabla se observan las oportunidades de la empresa Banapulp S.A.S.

Factor de amenaza

Tabla 7

Amenazas

Factor	Comentario
<ul style="list-style-type: none">• El mercado de la Federación Rusa posee dentro de sus características una alta competitividad, no tiene al mismo tiempo restricciones con otros países lo que facilita la fácil inserción de nuevos competidores.	<ul style="list-style-type: none">• Los nuevos competidores que ingresen puede dar graves fallos en la determinación de la demanda final por lo que se debe de determinar un escenario económico pesimista o conservador.
<ul style="list-style-type: none">• Otras marcas que también se alíen con empresas como Dole pueden establecer una mayor problemática de tipo de cuota de mercado establecida.	<ul style="list-style-type: none">• A pesar de ser una de las pocas empresas que ofertan el producto se debe de preservar un liderazgo en calidad para evitar que otros productos reemplacen al nuestro.
<ul style="list-style-type: none">• Durante los primeros meses del año la competencia suele ser férrea.	<ul style="list-style-type: none">• La calidad en el producto pulpa de banano en los primeros meses del año tiende a ser un factor de gran cuantía puesto que es el tiempo en el año donde la mayoría de los productos se suelen intentar insertar en Rusia.
<ul style="list-style-type: none">• El alto costo energético incide en los costos de transportación.	<ul style="list-style-type: none">• Esto afecta a la gran mayoría exportadores.
<ul style="list-style-type: none">• Se busca un estándar casi perfecto con el esperado respecto al banano en presentación convencional.	<ul style="list-style-type: none">• La calidad es tan importante para Rusia que no se deben de tener errores en ninguna de las etapas de la producción-comercialización.

Nota: En la tabla se observan las amenazas de la empresa Banapulp S.A.S.

Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

El modelo de las Cinco Fuerzas de Porter está fuertemente tomado del campo tradicional de la microeconomía. Las cinco fuerzas que determinan la estructura industrial de la organización en el caso de estudio de caso son:

1. **Poder de negociación de los proveedores de pulpa de banano:** si los proveedores tienen un fuerte poder de negociación, obtendrán un precio más alto de pulpa de Banano.
2. **Amenaza de nuevos participantes:** si existe una fuerte amenaza de nuevos participantes, los competidores actuales estarán dispuestos a obtener menos ganancias para reducir las amenazas. El comercio ha ido en aumento. “Luego de dos años consecutivos de crecimiento sostenido, se espera que las exportaciones mundiales de banano, sin incluir el plátano, alcancen los 18,1 millones de toneladas en 2017”, escribió la Organización para la Agricultura y la Alimentación en un informe reciente.

Sin embargo, señala la FAO, “una serie de tormentas tropicales en el Caribe en septiembre de 2017 causó graves interrupciones en el suministro y el transporte en el cuarto trimestre del año, lo que resultó en pérdidas significativas de cultivos y menores envíos en varios países del Caribe”. El clima afectó la salida en Honduras, Guatemala y México. El ganador: Ecuador, que sufrió menos.

3. **Poder de negociación de los compradores de pulpa de banano:** si los compradores tienen un fuerte poder de negociación, generalmente tienden a reducir el precio, lo que limita el potencial de Banapulp S.A.S. para obtener ganancias sostenibles. El mercado mundial de las bananas se ha visto afectado por un aumento del apetito ruso por la fruta. Las importaciones rusas de bananas aumentaron un 32 % a 1,4 millones durante los primeros 11 meses de 2017, desde 946,8 millones de toneladas en 2010. Los Países Bajos, un centro comercial clave, han aumentado las importaciones para aumentar la oferta a medida que suben los precios.

Los grandes productores de banano del mundo y los centros comerciales parecen estar a la altura. Las exportaciones de nueve de los diez principales exportadores de banano del mundo aumentaron durante los primeros 11 meses de 2017.

4. **Rivalidad entre los competidores existentes:** si la competencia es intensa, se vuelve difícil para los competidores existentes, como Banapulp S.A.S., obtener ganancias sostenibles.

5. **Amenaza de productos y servicios sustitutos:** si la amenaza de sustitutos es alta, entonces Banapulp S.A.S. tiene que invertir continuamente en I+D o corre el riesgo de perder frente a los disruptores de la industria.

Análisis PESTAL

Factores Políticos

Administración Gubernamental

Después de la disolución de la **Unión Soviética** en 1991, se convirtió en la Federación de Rusia que consta de 85 sujetos federales. Ella sigue el sistema de gobierno semi presidencial, donde el primer ministro es el jefe de gobierno y el presidente es el jefe de estado y república.

El país es el sucesor de los 15 ex estados soviéticos como Lituania, Letonia, Estonia, Turkmenistán, Tayikistán, Moldavia, Kirguistán, Georgia, Azerbaiyán, Armenia, Uzbekistán, Kazajstán, Bielorrusia y Ucrania.

Organizaciones Mundiales

Rusia es miembro de las principales organizaciones mundiales. Como ella es el miembro permanente del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas, miembro de la OMC (organización mundial del comercio), la Comunidad de Estados Independientes, el Consejo de Europa, la Organización Mundial del Turismo, la Organización de Cooperación Económica del Mar Negro, la Cooperación Económica del Pacífico Asiático, la Organización de Cooperación de Shanghai (SCO), Unión Económica Euroasiática, Unión Aduanera de la UE, G20, BRICS y muchos otros.

Relación Con China

Rusia juega un papel importante en la política mundial debido a que es grande y poderosa. Tiene relaciones bilaterales con diferentes países del mundo. Su relación con China es la más importante de todas. Es porque ambos países son económicamente grandes y comparten muchos intereses comunes en varios campos. USA es su gran competidor y más poderoso que ella.

Falta De Libertad

Según un informe de Human Right Watch , las personas tienen una libertad de expresión muy limitada y no son los valores tradicionales de Rusia. Si ella sigue el sistema presidencial democrático de los Estados Unidos, entonces las cosas serían muy diferentes. El informe cuenta la historia opuesta a lo que dijo Vladimir Putin de que el pueblo ruso no quiere el sistema político estadounidense.

Expansión Militar

Rusia tiene el mayor stock de armas nucleares del mundo y el segundo ejército más grande que comprende fuerzas terrestres, navales y aéreas. También es la principal fabricante de armas del mundo y comercia con más de 70 países de todo el mundo. El comercio de armas hace una gran contribución a su economía.

Factores Económicos

Alto PIB

Según una estimación financiera, el PIB (Producto Interno Bruto) anual de Rusia en 2020 fue de 4.021 billones de dólares estadounidenses y el sexto más alto del mundo. De los cuales su ingreso per cápita fue de 27.394 dólares estadounidenses y el quincuagésimo más alto del mundo. Su reserva de divisas e internacionales compuesta por 594.400 millones de dólares a fines de 2020. Le da la ventaja para manejar la crisis internacional (Mukhametzyanov et al., 2021).

Confiar En El Petróleo Y El Gas

Rusia depende de la producción y el comercio de recursos naturales como el petróleo y el gas. Ella estaba produciendo 10,1 mil barriles de petróleo todos los días. Se ha reducido significativamente desde los 11 millones de barriles por día desde 2019 debido a la pandemia de covid-19. Aproximadamente el 59% de sus exportaciones totales se componen de petróleo y gas.

Importaciones Y Exportaciones

Algunas de las otras exportaciones importantes de Rusia son aluminio, fertilizantes, maderas, computadoras, maquinaria, metales costosos, cereales, acero y hierro. Algunas de sus principales importaciones son productos agrícolas, alimentos,

productos químicos, equipos de transporte y maquinaria. Sus socios importadores son China y Alemania.

IED

Rusia es miembro de la organización BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica). Promueve la inversión extranjera en los países de los miembros del grupo. Le ha ayudado a desarrollar una infraestructura para hacer negocios entre sí.

Factores Sociales

Demografía

Rusia es el país más grande del mundo en términos de tamaño de área total. Su población es muy baja si la comparas con su tamaño. La vida media de hombres y mujeres en Rusia es de 63 y 75 años respectivamente. El cristianismo ortodoxo y el Islam son dos religiones principales en el país. Algunas de las otras creencias religiosas son ateos, hindúes, judíos, paganos, budistas, etc.

Clase Media Y Tendencias

La clase media está aumentando en Rusia. Su gente está mostrando interés en las marcas extranjeras de lujo, alimentos y bebidas. Según un estudio reciente, las marcas británicas son cada vez más populares entre el mercado de clientes ruso. La gama de precios económicos de los productos chinos también ha influido mucho en su mercado.

Población En Declive

Según una estimación, la población rusa se ha reducido en aproximadamente 700 personas por día. Se debe a la tasa de natalidad, la tasa de inmigración y las regulaciones alimentarias y sanitarias más bajas del país. Pronto se enfrentaría a serios problemas en la fuerza laboral.

Configuración Social Desigual

Aproximadamente más de 70 multimillonarios viven en Rusia. Aproximadamente más de 20 millones viven por debajo de la pobreza en Rusia. Muestra la gran desigualdad en la distribución de la riqueza en el país. Ha aumentado durante los meses de pandemia.

Entretenimiento

Rusia tiene una rica historia de filosofías, arte y música. Ella es la tierra de la alegría, el entretenimiento y la diversión. Las actividades divertidas en San Petersburgo y Moscú son similares a las actividades en Nueva York.

Factor Tecnológico

Comercio Electrónico

Según una estimación, la industria del comercio electrónico en Rusia ha estado creciendo en los últimos años. Ha aumentado en 15.200 millones de dólares en la primera mitad de 2020. Continuaría aumentando en un 40 % en los próximos 5 años con una tasa de crecimiento anual del 10-15 %.

Medios De Comunicación Propiedad Del Gobierno

Los funcionarios del gobierno o tienen vínculos estrechos con ellos son dueños de la mayoría de los canales y medios de comunicación en Rusia. Significa que el gobierno controla el contenido que se reproduce en la televisión.

Zonas De Alta Tecnología

La cadena de mando y la dura burocracia es el principal obstáculo en el desarrollo tecnológico. Pero no ha impedido que la gente lo pruebe. Algunas personas orientadas a la tecnología han establecido parques y zonas tecnológicas de alta tecnología. El propósito de la innovación tecnológica es mejorar la vida de las personas.

Industria De IT

Como sabemos, el desarrollo tecnológico requiere la importación de hardware y software. El costo de fabricación es muy alto. La demanda de análisis de datos y computación en la nube está aumentando y ambos están cambiando la economía del país.

Factores Legales

Corrupción Gubernamental

Los funcionarios del gobierno y los políticos tienen una gran influencia en todo el país. Controlan los recursos, la riqueza y los medios de comunicación del país. La corrupción entre políticos y funcionarios del gobierno es algo común. Una persona común no puede hacer mucho sin tener su influencia.

Rigor En El Trabajo De Horas Extras

La ley laboral rusa ha establecido 8 horas de jornada laboral y 5 días a la semana al igual que muchos otros países europeos. Proporciona 28 días hábiles de vacaciones al año a todos los empleados. Ella es muy estricta con las horas extras. Un empleado tiene que hacer una solicitud por escrito de horas extras y justificar su intención.

Factores Ambientales

Industria Del Turismo

Rusia alberga los 23 sitios del patrimonio mundial de la UNESCO y atraen a millones de turistas de todo el mundo. Los museos, las ciudades antiguas, la belleza natural, los sitios del patrimonio cultural y muchas otras cosas promueven su industria turística.

Cuestiones Ambientales

Rusia se enfrenta a graves problemas ambientales como los desechos nucleares, la erosión del suelo, la deforestación, la contaminación del aire, la contaminación del agua, los daños a los vertederos y muchos otros problemas. Según un estudio de la High School of Economics, el 94% de su gente se preocupa por los desafíos ambientales.

Arancel

Si bien, el gobierno ecuatoriano ha logrado diversificar el entorno de exportaciones e importaciones. Estos beneficios, al menos en los primeros 6 o casi 7 meses desde iniciado el gobierno se ha focalizado en importaciones. No obstante, en cuanto a exportaciones y en especial, en la exportación bananera, el arancel establecido para la comercialización de todo producto y subproducto de este insumo agrícola es el "08.03.00.19.10" (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, 2016).

Estrategia de Marketing

El proceso de generación de una campaña de marketing debe ser la base del proyecto de exportación de cualquier producto. Por ello, en este caso, la formulación de ideas de expansión de imagen será dirigidas por la teoría del marketing estratégico de Luz Vallejo (2016), quien divide al proceso de marketing en cuatro partes: el entorno del marketing, el marketing mix, estudio de mercado y marketing estratégico.

Es así que, con relación al primer punto, la pulpa de banano se deben identificar la correcta gestión de marketing, en este sentido, existen 2 opciones: el marketing operacional y el estratégico. En cada una, se debe construir una imagen atractiva para promocionar el producto y luego generar un llamado a la acción “call to action” (Vallejo, 2016). También se debe consolidar el enfoque del marketing en torno al productor, las ventas y el cliente. De esta forma, se consolidará el modelo de negocio entre productores de banano, productores de pulpa de banano, su dinámica comercial y sus clientes potenciales a los cuales se ofertará su producto.

Requisitos de exportación

Los requisitos son principalmente el registro en UNIBANANO:

- Entrega del formulario Anexo 5 para exportar.
- Presentación del RUC con datos actuales, presentando la actividad de comercialización de banano como mayorista.
- Presentación de copias del Título de marcas registradas.
- Presentación de las cartas que autorizan el uso comercial de marca.
- Presentación de copias de escritura constituyente de Banapulp S.A.S.
- Presentación de las copias del responsable de la representación legal.
- No poseer cuentas pendientes con SRI ni Superintendencia de Compañías (Superintendencia de Compañías, 2021).

Requisitos en Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS)

Este tipo de sociedad es un tipo de compañía que se puede constituir desde una sola persona (accionista) naturales o jurídicas por un trámite más corto y sin costo. Esto busca incrementar los emprendimientos y en el desarrollo de éstos, mejorar sus procesos productivos.

El portal de la Superintendencia de Compañías (2020), a través de su "Guía de Constitución de Sociedades por Acciones Simplificadas", señala que, para instaurar esta nueva sociedad se deben obtener los siguientes requisitos:

- Presentación del contrato o escritura privada.
- Certificación electrónica que representa al accionista.
- Inscripción por medio de petición en el registro de usuario en el sistema.
- Copias de pasaporte y de cédula de los representantes legales de la empresa.
- Reservas de denominaciones.
- Nombramiento.

Tras ello, se debe enfocar en crear la reserva de denominación a través del trámite digital del portal de la "Supercias".

Con ello, se daría inicio al proceso de generación de la empresa de exportación bananera, bajo la modalidad de Sociedad de Acciones Simplificadas (SAS).

Según el Sistema Nacional de Servicio de Aduanas, para poder exportar un producto, primero, hay que seguir unos pasos y registrarse como Exportador. Los requisitos para ser exportador son los siguientes:

1. Obtención del RUC en el Servicio de Rentas Internas
2. Obtención del Certificado Digital para la firma electrónica por el Banco Central del Ecuador.
3. Finalmente, una vez adquirido el Certificado Digital, se procede a registrarse en el portal web del ECUAPASS como exportador.

Para iniciar el proceso de exportación, se debe realizar lo siguiente:

1. Transmitir la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema web ECUAPASS. La DAE debe de ser acompañado de la factura comercial y Certificado de Origen de la mercadería a exportar.

2. La mercancía llega a la Zona Primaria cuando la DAE es aceptada. Una vez aprobada, la mercancía es registrada y trasladada al depósito temporal en donde será almacenada previo a su exportación.

3. Luego la mercancía será notificada el canal de aforo que ha sido asignado, los cuales pueden ser:

- Aforo Automático
- Aforo Documental
- Aforo Físico Intrusivo

Incoterm

Se utilizará el Incoterm Cost, Insurance and Freight (CIF), el cual el vendedor se hace responsable de todos los gastos, los cuales cubren los gastos transporte, seguro y documentación de logística. El vendedor se hace responsable de que la mercadería sea transportada desde sus bodegas hasta que la mercadería sea embarcada en el puerto de origen.

Compañía Limitada

Según la Superintendencia de Compañías, se deben considerar ciertos requisitos para instaurar una compañía de responsabilidad limitada.

Primero, generar un nombre, el cual deberá acompañarse de "una razón social, una denominación objetiva o de fantasía" (Superintendencia de Compañías, 2021). Además, este nombre deberá ser aprobado por la máxima institución de Compañías o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías o sus equivalentes nacionales en el resto de provincial habilitadas.

El nombre, según la Ley de Compañías en su art. 16, especifica que las denominaciones de las empresas deben cubrir dos campos: el de seguir el rigor de los principios de propiedad y; por otro lado, el principio de inconfundibilidad o peculiaridad. (Ley de Compañías, 2008)

El siguiente requisito para la conformación es el de la solicitud de aprobación, la cual se la expone ante el Superintendente de Compañías o a quien está autoridad designe para recibir tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía.

Socios

Se debe medir la capacidad. Esto significa que, se requiere capacidad civil para generar contratos. Esto también sugiere que existe una prohibición para contratar, pero específicamente para "padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges" (Ley de Compañías, 2008).

También se debe analizar el mínimo de socios que, según la misma Superintendencia, debe ser desde dos mínimos socios hasta un máximo de 16 socios.

CAPÍTULO V
ESTUDIO DE MERCADO

Principales productos exportados en Ecuador

Los datos del Banco Central del Ecuador muestran para el año 2021 la siguiente lista con los principales productos exportados por el país.

Tabla 8

Principales productos exportados

PRODUCTO	TM
Petróleo crudo	15.985.219,2
Banano cavendish	5.556.903,1
Derivados de petróleo	2.952.142,3
Otras mercancías	577.484,5
Banano valery	488.928,1
Camarones	328.305,4
Cacao	293.277,2
Otras maderas	271.211,9

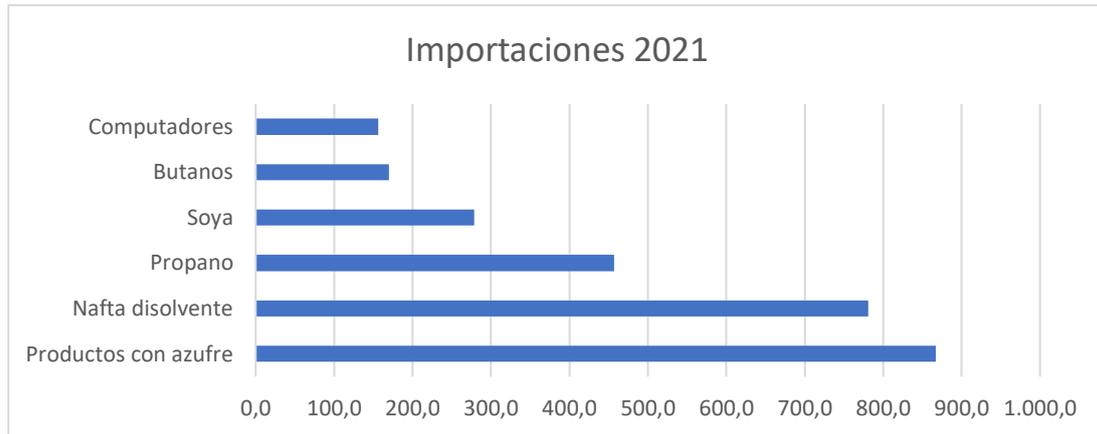
Nota: En la tabla se observan los principales productos exportados por el Ecuador en 2021 según el BCE (2022).

Principales productos importados por Ecuador

Los datos del Banco Central del Ecuador (2021) muestran la siguiente lista con los principales productos importados por el país.

Figura 6

Principales productos importados



Nota: En la figura se observan los principales productos importados por el Ecuador en 2021 según el BCE (2022).

De los productos importados, Rusia no tiene una participación significativa dado que son otros países quienes suplen a Ecuador de sus necesidades tales como EE.UU., UE y China. Los principales destinos de comercio exportador ruso son China, Países Bajos, Alemania, Bielorrusia y Turquía (Mamadjanova, 2020).

Producción nacional de banano

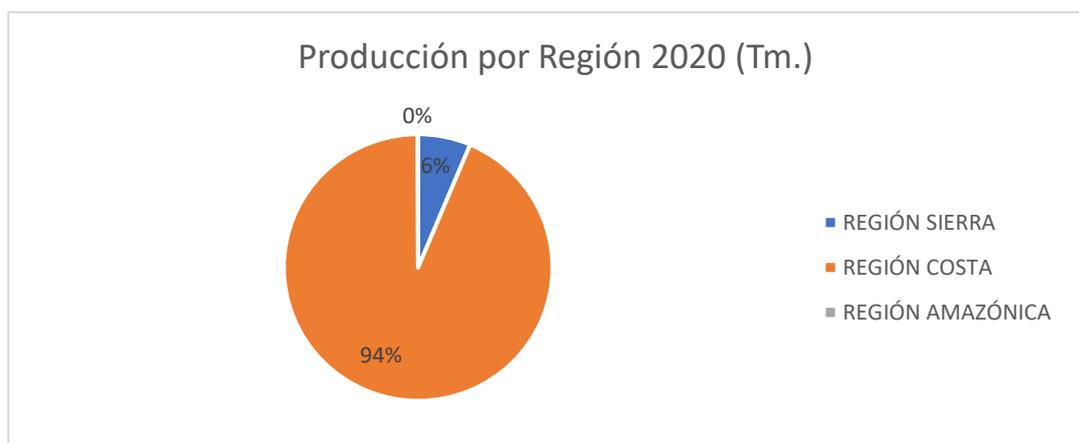
Según la encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC) realizada por el INEC para el año 2020, respecto de la producción bananera en el país, las provincias que mayor producción tienen del producto son Guayas (26%), Los Ríos (41%) y El Oro (25%), provincias propias de la costa.

En cantidades menores, también otras provincias lo producen tanto en la región Los datos del Instituto de Estadísticas y Censos registran la mayor producción en la provincia Los Ríos con un 41% (2.493.492,1 Tn.) de la producción total del país (INEC - ESPAC, 2020).

Al mismo tiempo, la encuesta del INEC determinó la producción de banano por región para el año 2020 que estipula que el 94% de la producción se realizó en la Costa, aproximadamente un 5% en la región Sierra y menos del 1% en la región Amazónica.

Figura 7

Producción Nacional por Región 2020



Nota: Tomado de los datos de la ESPAC, encuesta realizada por el INEC (2020).

En el año 2020, respecto a los resultados de la producción total se lograron vender para la región Costa un 98% de la producción, al igual en la región Sierra con ventas del 98% y un 72% de la producción vendida en la región amazónica. La región Galápagos no se registró en la encuesta del INEC.

Tabla 9

Porcentaje de ventas respecto a la producción nacional 2020

Año 2020	PRODUCCIÓN (Tm.)	VENTAS (Tm.)	Porcentaje de Ventas
SIERRA	381.109	373.934	98%
COSTA	5.639.403	5.541.560	98%
REGIÓN AMAZÓNICA	2.878	2.075	72%

Nota: Tomado de los datos de la ESPAC, encuesta realizada por el INEC (2020).

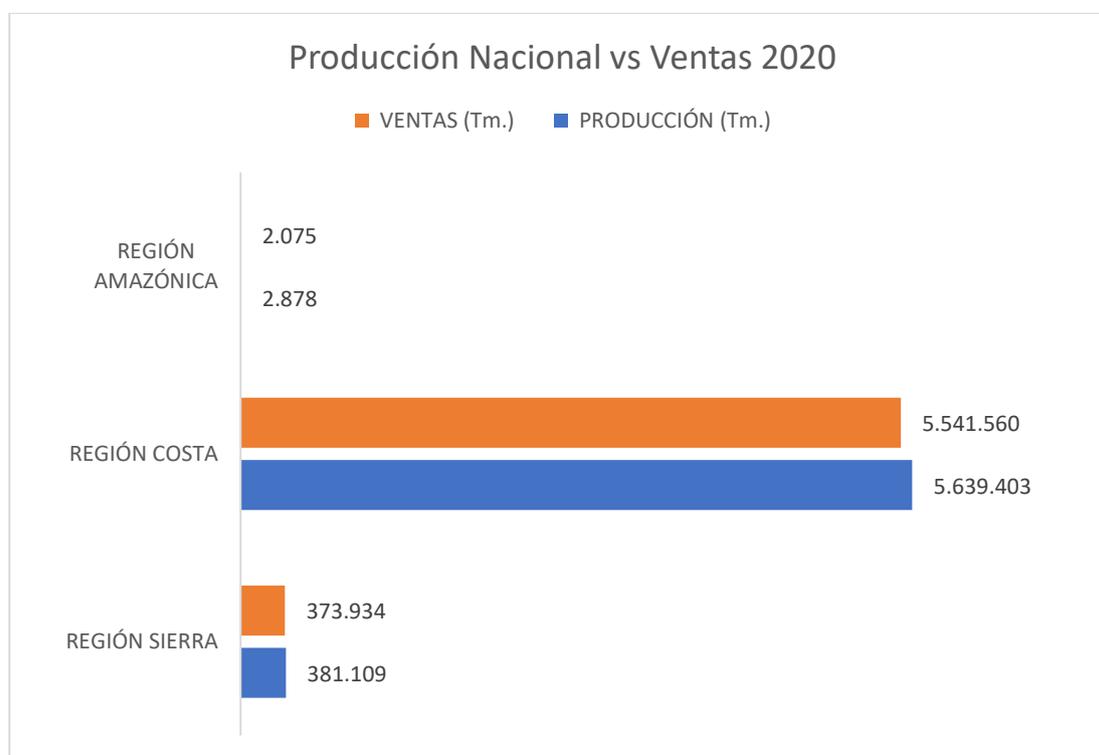
Uno de los datos relevantes del estudio del mercado nacional determinó que a pesar de tener una producción tan amplia en la región Costa, las ventas son congruentes con la producción 5,5 millones de toneladas respecto a 5,6 millones de toneladas; un 98% de la producción plantada fue vendida.

Así también en la Sierra con 373 mil toneladas de las 381 mil producidas; un 98% de la producción plantada fue vendida.

Sin embargo, en la región amazónica, a pesar de representar menos del 1% de la producción nacional solo se lograron vender 2 mil toneladas de las 2,8 mil toneladas producidas.

Figura 8

Producción Nacional vs Ventas 2020



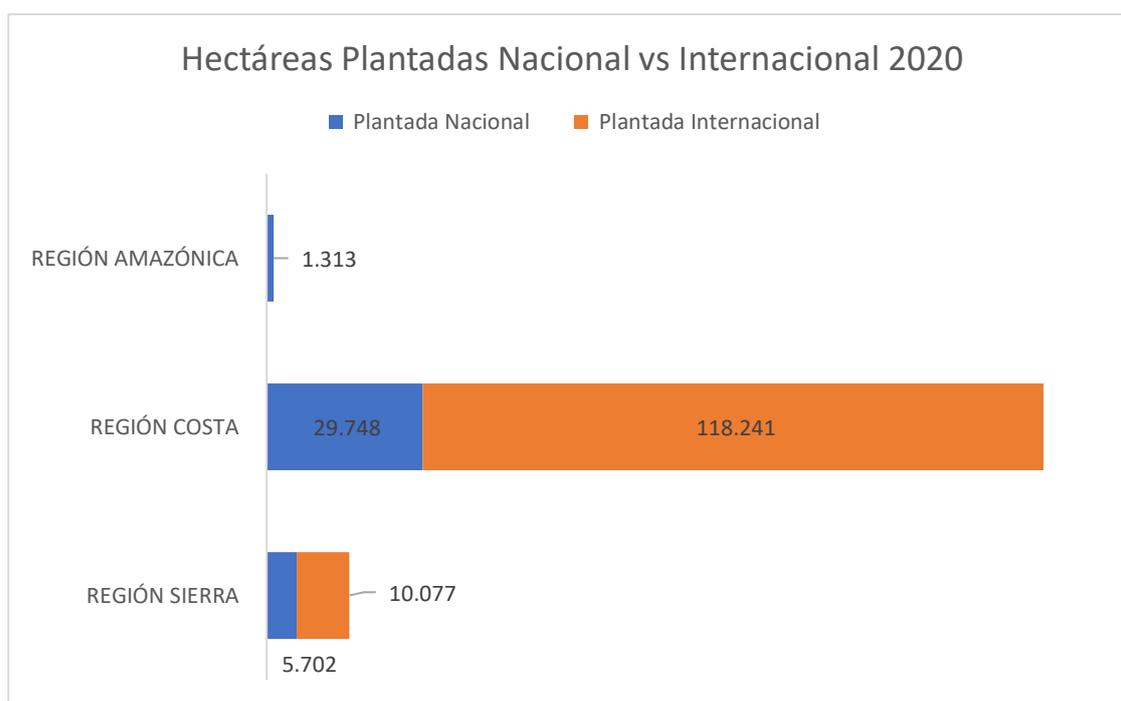
Nota: Tomado de los datos de la ESPAC, encuesta realizada por el INEC (2020).

Desde otra perspectiva, la encuesta del ESPAC que se realiza de manera continua por el INEC también muestra que el destino de la producción plantada a medida en la superficie plantada se dedicó en un 78% para la comercialización internacional y un 22% para consumo nacional interno.

También se determinó que, en total las hectáreas plantadas en el año 2020 fueron 165.080 en todo el territorio del Ecuador. A la vez se presenta la tabla que fue tomada de los datos recolectados del INEC para ilustrar de mejor manera esta distribución por destino de la producción.

Figura 9

Hectáreas Plantadas Nacional vs Internacional 2020



Nota: Tomado de los datos de la ESPAC, encuesta continua realizada por el INEC (2020).

Oferta Exportable de banano Ecuador - Rusia

La determinación de la demanda rusa utilizará la ecuación de consumos aparentes; es decir, el valor de lo producido localmente más las importaciones menos las exportaciones. Ecuador le exportó a Rusia en 2020 1.116.769 toneladas, cada tonelada promedia el valor de 310 dólares por lo que Ecuador recibió USD 346.198.390.

Oferta exportable de pulpa de banano

Respecto a la oferta exportable de pulpa de banano, se tiene que Banapulp S.A.S. ofertará una producción inicial anual de 38.500 unidades de empaque de 65g los cuales representan 2,5 toneladas iniciales las cuales se irán incrementando a medida que el proyecto vaya obteniendo beneficios año a año.

Tabla 10*Superficie plantada y cosechada de banano 2020*

Región y Provincia	SUPERFICIE (Has.)			
	Plantada	Plantada Nacional	Plantada Internacional	Cosechada
TOTAL, NACIONAL	165.080	36.763	128.318	160.630
REGIÓN SIERRA	15.778	5.702	10.077	15.529
REGIÓN COSTA	147.989	29.748	118.241	144.415
REGIÓN AMAZÓNICA	1.313	1.313	0	686

Nota: Tomado de los datos de la ESPAC, encuesta continua realizada por el INEC (2020).

En la región Costa la superficie plantada para la producción nacional representó el 20% de las hectáreas y un 80% o lo que es lo mismo 118.241 hectáreas para el mercado internacional.

En la región Sierra, la producción nacional representó en 36% y el 64% para la producción internacional.

En la región Amazónica la superficie plantada para la producción nacional representó el 0.9% de las hectáreas y unas 1.313 hectáreas fueron producidas para el mercado nacional.

A continuación, se muestran los datos históricos de exportaciones de banano ecuatoriano por Rusia.

Tabla 11*Exportación histórica de banano ecuatoriano a Rusia en Tn*

Años	Y(tn)
2016	980.660
2017	1.095.652
2018	1.108.300
2019	1.082.175
2020	1.072.627

Nota: Datos proporcionados por Trade Map (2021).

El resultado del análisis de regresión a un nivel de confianza del 95% arrojó un coeficiente de determinación de 83,41%; es decir, que la variable independiente tiempo explica en un 83% a los datos históricos de las importaciones de banano ecuatoriano a Rusia.

Tabla 12*Estadísticas del análisis regresivo*

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0,9133
Coefficiente de determinación R ²	0,8342
R ² ajustado	0,5842
Error típico	486602,06
Observaciones	5

Nota: En la tabla se observan las estadísticas de regresión según los datos obtenidos en Trade Map (2021).

Respecto de la pertinencia del modelo, también encontramos un valor-p de 0.02066302 el cual es menor al valor crítico 0.05; esto muestra que el modelo es estadísticamente significativo.

Tabla 13*Análisis de Varianza*

	<i>Grados de libertad</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Valor-p</i>
Regresión	1	4,765E+12	4,765E+12	20,1239539	0,02066302
Residuos	4	9,4713E+11	2,3678E+11		
Total	5	5,7121E+12			

Nota: En la tabla se observa el análisis de varianza según los datos obtenidos en Trade Map (2021).

A continuación, se muestra la proyección de la importación de banano ecuatoriano en toneladas por Rusia.

Tabla 14*Exportación de banano ecuatoriano a Rusia en Tn proyectados*

Año	Y(tn)
2016	980.660
2017	1.095.652
2018	1.108.300
2019	1.082.175
2020	1.072.627
2021	1.766.040
2022	2.060.380
2023	2.354.720
2024	2.649.060
2025	2.943.400

Nota: En la tabla se observa la predicción de importación rusa de banano según los datos obtenidos en Trade Map (2021).

Demanda Rusa

Para contrastar la proyección de importaciones, se determinará la demanda insatisfecha de banano en Rusia basados en la recomendación del Consejo Europeo de Información Alimenticia que asegura una dieta equilibrada con 45 gramos de banano diaria, multiplicando este valor por 365 días tenemos una recomendación de consumo de 16.43 kg de banano anuales.

Tabla 15

Importaciones de Banano compradas por Rusia en Tn

Exportadores	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019	Valor importado en 2020
<i>Mundo</i>	999.194	1.140.356	1.154.742	1.119.904	1.116.769
Ecuador	980.660	1.095.652	1.108.300	1.082.175	1.072.627
Guatemala	220	4.425	9.187	1.898	14.743
Costa Rica	11.217	14.990	16.172	11.416	12.671
Colombia	308	3.751	8.842	17.226	11.010
Viet Nam	884	2.614	1.686	3.695	4.547
México	4.133	16.784	9.004	1.944	691
Honduras	0	0	17	814	173
Tailandia	31	27	9	119	113
China	63	45	42	46	84
Nicaragua	0	0	0	0	53
India	31	0	0	0	28
Filipinas	1.306	2.057	1.175	410	17
Nigeria	4	3	6	10	13
Zona Nep	0	0	0	1	0
Bosnia y Herzegovina	0	3	4	1	0
Brasil	265	0	119	63	0
Belarús	27	0	3	1	0
Sri Lanka	0	3	1	0	0

Nota: Datos proporcionados por Trade Map (2021).

Para determinar la demanda aparente se realizará una proyección con los datos históricos por medio de un modelo de regresión del tipo $Y = a + bX_n$.

Tabla 16

Tn de demanda insatisfecha de banano en Moscú (Toneladas)

Años	Recomendación consumo (Tn)	Consumo individual (Tn)	Déficit de consumo (Tn)	Población Moscow (Millones)	Tn de demanda insatisfecha
2016	0,01643	0,01068	0,00575	146,8	844.173
2017	0,01643	0,01066	0,00577	146,88	847.047
2018	0,01643	0,01065	0,00578	146,89	848.882
2019	0,01643	0,01063	0,00580	146,92	851.119
2020	0,01643	0,01061	0,00582	146,95	853.879
2021	0,01643	0,01060	0,00583	146,97	856.175
2022	0,01643	0,01058	0,00585	146,99	857.943
2023	0,01643	0,01056	0,00587	147,02	859.297
2024	0,01643	0,01055	0,00588	147,05	860.351
2025	0,01643	0,01053	0,00590	147,09	861.221

Nota: En la tabla se observan las proyecciones de consumo según los datos obtenidos en Trade Map (2021).

Demanda de pulpa de banano

Respecto a la pulpa de banano se tiene que el al menos el 30% de la población de Moscú son los consumidores potenciales los cuales corresponden a 50 millones de personas que tienen un perfil ligado al consumo de productos orgánicos y siguen las recomendaciones de los especialistas respecto del consumo de fibra y vitamina B6.

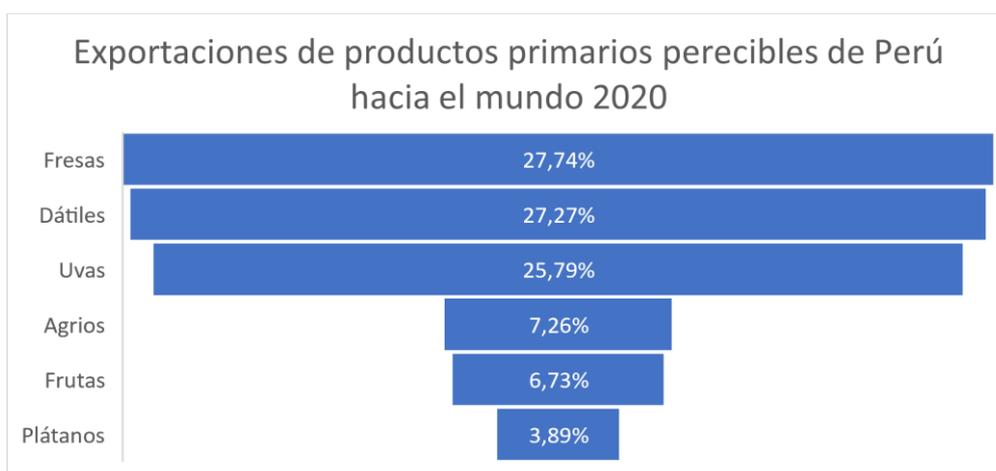
Análisis de casos

Caso Peruano

El perfil exportador de Perú en 2020 se basó en las ventas de fresas (28%), dátiles (27%), uvas (26%) y cítricos agrios (7%) como el componente principal de su cartera de productos primarios hacia el mundo. Respecto al banano, este representó el 4% de sus exportaciones totales con un total exportado de 149.651 Tn hacia el mundo; sin embargo, el caso de exportación del banano peruano hacia Rusia es particular.

Figura 10

Exportaciones de productos primarios perecibles de Perú hacia el mundo 2020

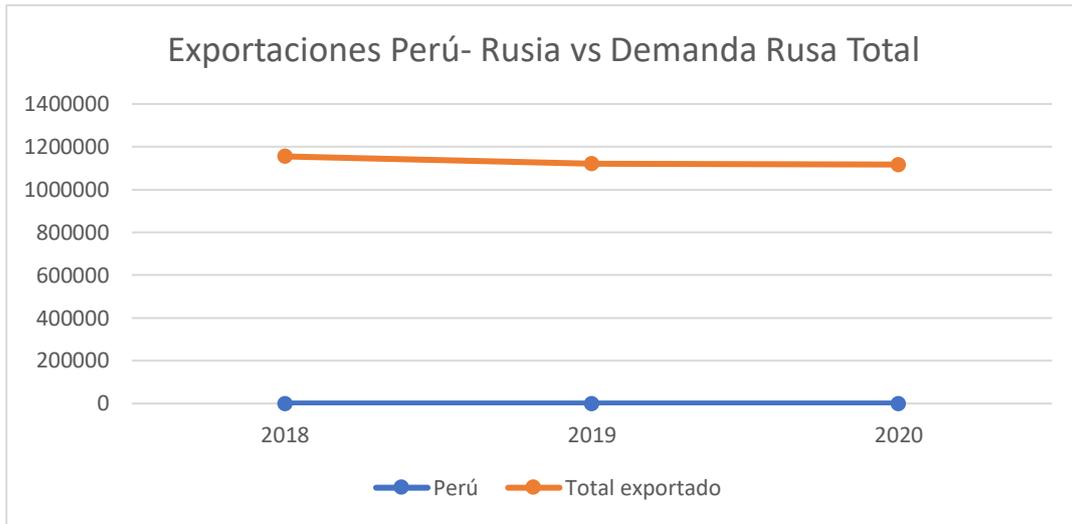


Nota: Datos proporcionados por Trade Map (2021).

Según el portal Trade Map (2022) el país vecino Perú únicamente ha exportado hacia Rusia 46 Toneladas de banano frente a las 1.119.904 de Toneladas que Rusia importó al resto de países en el mundo. Realmente el mercado ruso, no ha mostrado interés en consumir banano peruano y es que en cifras porcentuales las toneladas exportadas por Perú únicamente representan el 0.004% de toda la demanda rusa para el año 2019.

Figura 11

Exportaciones Perú- Rusia vs Demanda Rusa Total 2018 – 2020



Nota: Datos proporcionados por Trade Map (2021).

La producción exportada por Perú es en su mayoría orgánica, y a nivel mundial contribuye con un 2,9% de la producción. En el año 2020, las Ha. Producidas fueron de 5.500. La concentración de estas exportaciones se dio en Lambayeque y Piura.

Respecto al tipo de empresas que exportan en Perú, estas suelen abastecerse de producciones de fincas de máximo 4 Ha. pero así también se ha observado un incremento de las toneladas exportadas en los últimos 10 años que ha representado un total de 142 millones de dólares en 2019 por la venta de banano al mundo.

Las empresas peruanas que representan a la mayor cantidad de tonelaje reportado según el Ministerio de agricultura peruano en su encuesta SUNAT – PROMPERU son las siguientes:

- Inkabanana SAC
- Bio Costa SAC
- Corporación Peruana de Desarrollo Bananero SAC
- Biorgánika SAC
- Central Piruana de Asociaciones de pequeños productores de Banano

Respecto a la partida arancelaria dividen a los productos derivados del banano en los siguientes (Cantos, 2017):

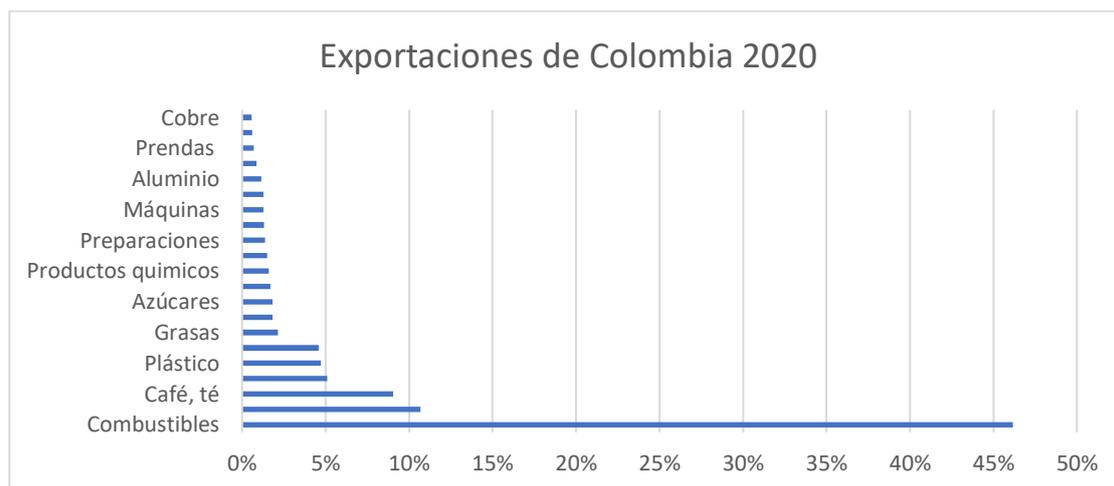
- 0803.00.12.00 Bananas o plátanos frescos, tipo cavendish valery.
- 0803.00.19.00 Las demás bananas o plátanos frescos.
- 0803.00.20.00 Bananas o plátanos secos.
- 1106.30.10.00 Harina, sémola y polvo de bananas.

Caso Colombiano

El perfil exportador de Colombia en 2020 se basó en las ventas de combustibles al 46%, perlas finas (11%), café y té (9%), plantas (5%), plástico (5%) y frutas (5%) como el componente principal de su cartera de productos hacia el mundo. Respecto al banano, este representó el 4% de sus exportaciones totales con un total exportado de 990.338 Tn hacia el mundo; sin embargo, el caso de exportación del banano colombiano hacia Rusia es particular.

Figura 12

Exportaciones de productos de Colombia hacia el mundo 2020

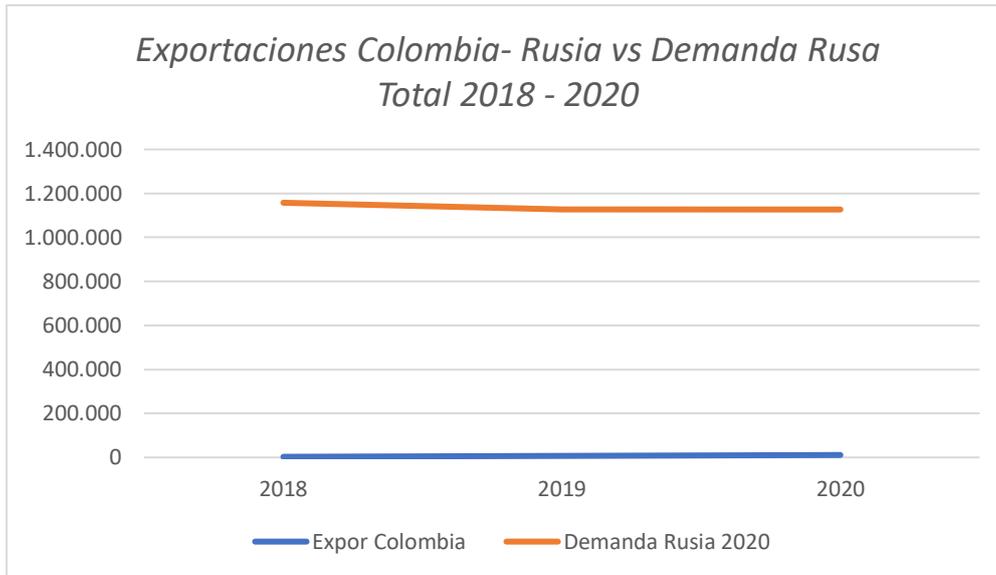


Nota: Datos proporcionados por Trade Map (2021).

Según el portal Trade Map (2022) el país vecino Colombia únicamente ha exportado hacia Rusia 11.042 Toneladas de banano frente a las 1.119.904 de Toneladas que Rusia importó al resto de países en el mundo. Realmente el mercado ruso, no ha mostrado interés en consumir banano peruano y es que en cifras porcentuales las toneladas exportadas por Perú únicamente representan el 0.99% de toda la demanda rusa para el año 2020.

Figura 13

Exportaciones Colombia- Rusia vs Demanda Rusa Total 2018 – 2020



Nota: Datos proporcionados por Trade Map (2021).

Muestra de ello es el incremento de pedidos que están teniendo las empresas exportadoras de banano Banasan, Agropecuaria El Tesoro S.A.S., Sociedad Agropecuaria La Gaira S.A.S. y Bananeras de Urabá S.A.S., Uniban y C.I. Tropical.

Análisis del mercado frente a la inserción de subproductos alimenticios

Según el portal Citradedata (2022) en Rusia las importaciones de pulpa de banano representaron ingresos para empresas de Italia, Hungría, Moldova, Tailandia, China, Alemania, Uzbekistán, Letonia y Corea del Sur. El precio total que los diversos productores cobraron por el producto osciló entre USD 27.074 a USD 5.231 dólares para cada productor de manera individual, el total de Tn vendidas fue de 117 Tn tan solo en el año de 2020 por lo cual se puede avistar una oportunidad de negocios viable.

Se estima que el tamaño del mercado de Pulpa de banano alcanzará los \$ 1.6 mil millones para 2026, creciendo a una CAGR de 3.8% durante el período de pronóstico 2021-2026. La producción de banano implica el procesamiento de banano, incluidos los comestibles y el jugo que contiene partes del banano, como el mesocarpio o el endocarpio, que se extrae triturando las membranas del tejido vegetal para crear una pasta espesa.

Esta pulpa se utiliza ampliamente como ingrediente clave en productos como mermeladas, jaleas, jugos, yogures, alimentos para bebés, etc. debido a su sabor y alto valor nutritivo. La larga vida útil y la facilidad de transporte, el aumento del conocimiento relacionado con la agricultura orgánica y el almacenamiento de pulpas de banano están alentando a los fabricantes a aumentar la producción, lo que se prevé impulsará el mercado. Sin embargo, el hecho de que la textura espesa y el fuerte sabor de las pulpas de banano no sean atractivos para un segmento importante de consumidores en las regiones desarrolladas puede suponer un desafío para la industria de la pulpa de banano.

Pronóstico del mercado de pulpa de banano (2021-2026)

El informe de Industry ARC, cubre un análisis en profundidad de los siguientes segmentos del mercado de pulpa de banano.

- **Por Forma:** Líquido y Polvo
- **Por Aplicación:** Alimentos y Bebidas.
- **Por Distribución:** Comercio Electrónico, Tiendas de Conveniencia, Supermercados/Hipermercados, Tiendas de Especialidades y Otros.
- **Por Geografía:** Norteamérica (Canadá y México), Europa (Alemania, Reino Unido, Francia, Italia, España, Rusia y resto de Europa), Asia-Pacífico (Rusia y China), América del Sur (Brasil, Argentina y Resto de América del Sur) y Oceanía.

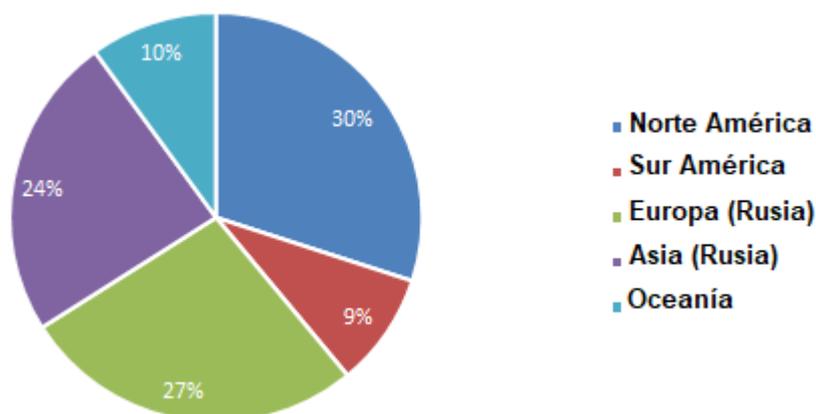
Geográficamente, el mercado de pulpa de banano de América del Norte representó la participación de ingresos más alta en 2020 y está a punto de dominar el mercado durante el período 2021-2026 debido al aumento de la conciencia y la demanda de productos alimenticios saludables en la región (Briones et al., 2019).

Se anticipa que el crecimiento en el uso de pulpa de banano como edulcorante en una amplia gama de aplicaciones, como refrigerios, batidos y yogures, impulsará el mercado durante el período de pronóstico. Sin embargo, el uso de pesticidas sintéticos en cultivos y el impacto negativo en la salud resultante es un gran desafío para el mercado.

En el informe Banano Market proporciona un análisis detallado de la fortaleza, las debilidades y las oportunidades de los competidores destacados que operan en el mercado.

Figura 14

Pulpa de banano Segmento de mercado, por geografía (%)



Nota: La figura muestra por geografía (%) los datos de consumo de pulpa de banano.

Análisis del segmento de mercado de pulpa de banano: por aplicación

El mercado Pulpa de banano basado en el Tipo de aplicación se puede segmentar aún más en Alimentos y bebidas. El segmento de bebidas ocupó la mayor parte del mercado en 2020 y se prevé que permanezca como líder del mercado durante el período de pronóstico 2021-2026. El crecimiento se atribuye al cambio en la preferencia de los clientes de las bebidas carbonatadas con sabor artificial a sustitutos más saludables y naturales, como las bebidas hechas con pulpa de banano, debido al aumento en los casos globales de enfermedades del estilo de vida y obesidad (Kessler et al., 2019).

También se prevé que el segmento de alimentos experimente un rápido crecimiento con una CAGR del 4,1 % durante el período de pronóstico debido al aumento en su uso en una amplia gama de aplicaciones, como mermeladas, jaleas, néctares, pudines, productos lácteos, etc.

Análisis del segmento de mercado de pulpa de banano: por distribución

El mercado Pulpa de banano basado en el tipo de distribución se puede segmentar en comercio electrónico, tiendas de conveniencia, supermercados / hipermercados, tiendas especializadas y otros. El Se anticipa que el segmento de comercio electrónico tendrá la mayor participación del mercado y también está listo para registrar el

crecimiento más rápido con una tasa compuesta anual del 4,4 % durante el período de pronóstico 2021-2026. El rápido crecimiento en el segmento se debe al mayor uso de teléfonos inteligentes y la conectividad a Internet en las regiones en desarrollo. Por ejemplo, la cantidad de usuarios de teléfonos inteligentes en India aumentó de alrededor de 250,7 millones en 2015 a más de 844 millones en 2021. Además, las mayores ofertas y descuentos que brindan los sitios web de compras en línea los convierten en una opción más atractiva que los otros segmentos. Se anticipa que los bloqueos y restricciones impuestos por varios gobiernos para contener la pandemia de Covid-19 impulsarán aún más el crecimiento del segmento de comercio electrónico (Dastagiri et al., 2020).

Análisis de segmento de mercado de pulpa de banano: por geografía

Según la geografía, el mercado de Pulpa de banano se puede segmentar aún más en América del Norte, Europa, Asia-Pacífico, América del Sur y el resto del mundo. La región de América del Norte dominó el mercado en 2020 con una participación del 30% y se prevé que mantenga el liderazgo durante el período de pronóstico 2021-2026 debido a la mayor demanda de sustitutos saludables para los abundantes productos de comida rápida en la región (Sokolova et al., 2020).

Los altos niveles de inversión en I+D por parte de entidades tanto públicas como privadas para su proceso de desarrollo es otro factor clave que provoca el crecimiento. Se pronostica que la región de Asia Pacífico tendrá la tasa de crecimiento más rápida durante el período de pronóstico debido a la gran conciencia de los productos de pulpa de banano en la región. Además, la presencia de un clima tropical favorable para el cultivo ha propiciado la existencia de vastas plantaciones lo que reduce las posibilidades de escasez de materia prima durante la fabricación.

Impulsores del mercado Pulpa de banano

Se prevé que el aumento de la vida útil de los productos de pulpa de banano impulsará el crecimiento del mercado.

Las pulpas de banano se pueden esterilizar y envasar asépticamente en bolsas o latas. Esto les permite almacenarse durante largos períodos de tiempo sin riesgo de descomposición en comparación con el banano. Además, esta vida útil se puede prolongar aún más mediante el uso de conservantes. Esto significa que los fabricantes y proveedores no necesitan realizar grandes inversiones en almacenamiento y transporte. Los casos de lotes dañados también se reducen debido a su larga vida útil. Esto está atrayendo a los

fabricantes al mercado de pulpa de banano y, por lo tanto, impulsando el mercado (Pacheco et al., 2021).

Se prevé que el aumento de la demanda de alimentos orgánicos impulse la demanda de productos.

Ha habido un crecimiento en la demanda de productos alimenticios orgánicos en las regiones desarrolladas debido a los efectos adversos del uso de fertilizantes y pesticidas sintéticos tanto en los consumidores como en el medio ambiente. Los alimentos orgánicos están hechos por agricultura orgánica donde se utilizan prácticas como la rotación de cultivos y la siembra complementaria. Además, solo se utilizan fertilizantes de origen orgánico para el cultivo y, por lo tanto, evitan cualquier riesgo para la salud de quienes consumen los productos del banano. Por lo tanto, se prevé que el rápido aumento de la agricultura orgánica de banano y su popularidad en las regiones desarrolladas impulsen el mercado.

Desafíos del mercado de pulpa de banano

Uso de pesticidas y fertilizantes nocivos en el cultivo de banano para obstaculizar el crecimiento del mercado.

A pesar del rápido crecimiento de los métodos de agricultura orgánica, la mayoría de los bananos utilizadas para la fabricación de pulpa de banano están sujetas al uso de fertilizantes químicos, pesticidas e insecticidas nocivos para promover el crecimiento y prevenir la descomposición. Sin embargo, estos químicos son absorbidos por las banano y pequeñas trazas llegan a la pulpa. Esto puede tener un impacto adverso en los consumidores. Se anticipa que la creciente conciencia y preocupación con respecto a tales efectos dañinos reducirá la demanda de productos de pulpa de banano durante el período de pronóstico (Nyombi, 2020).

La producción de bacterias y virus en la pulpa alimentaria puede limitar el desarrollo del mercado

Varios tipos de bacterias, virus y hongos pueden introducirse en los productos de pulpa de banano durante las etapas de cultivo, procesamiento o envasado. Estos microorganismos causan el deterioro de los alimentos y pueden provocar enfermedades cuando se consumen. Este es un gran desafío que enfrenta el mercado. Por ejemplo, en 2010, la Administración de Drogas y Alimentos de RUSIA retiró del mercado la pulpa

de banano de mamey congelada debido a la presencia de la bacteria Salmonella Typhi que causa la fiebre tifoidea.

Perspectiva de la industria del mercado de pulpa de banano:

Los lanzamientos de productos, fusiones y adquisiciones, empresas conjuntas y expansiones geográficas son estrategias clave adoptadas por los competidores en el mercado Pulpa de banano. Según Voora et al. (2020) las 10 principales empresas de este mercado son:

- Iprona AG
- Grupo Agrana
- Grupo Keventer
- Grupo Doehler
- Tropicana
- shimlahills
- Marcas Conagra Inc
- Jugo de Tropa
- Búsqueda
- Banano tropical

Asociaciones/Lanzamientos de productos

En septiembre de 2020, Tropicana lanzó la gama de jugos 'Tropicana Lean' con un 40% menos de azúcar y un 40% menos de calorías.

En abril de 2019, Dohler Group adquirió una participación mayoritaria en el procesador español de frutas dulces Zucasa. La experiencia de Zucasa en la producción de jugos, purés, pulpas y concentrados de frutas y verduras para alimentos y bebidas ayudará a Dohler a aumentar su presencia en el mercado europeo (Muknhametzyanov et al., 2021).

Análisis de los resultados de la Investigación

Resultados de la entrevista

Entrevista 1

Se realizó la entrevista a los representantes internacionales respecto de la embajada que se encuentra en Ecuador para lo cual se obtuvieron las siguientes respuestas:

1. *¿Cómo considera que se encuentra el mercado de exportación de banano y sus subproductos a Rusia actualmente?*

El mercado de exportación de banano al año 2022 deja muchos beneficios al comercio internacional ecuatoriano alrededor de 1 millón de toneladas del banano Cavendish se importan por parte del mercado ruso.

2. *¿Qué opina sobre los resultados estimados de un crecimiento de mercado de pulpa de banano para el mercado ruso?*

Los resultados conservan la tendencia que se ha venido suscitando alrededor de los años por medio de cada una de las partidas respecto del banano ecuatoriano, este producto suele ser también clave en la redistribución y comercio con países cercanos que dan también beneficios a Rusia.

3. *¿Cuál ha sido el mayor acierto de la industria ecuatoriana del banano para ingresar de manera tan exponencial a Rusia?*

El mayor acierto fue el tratamiento que se realizó en la década del 2000 para las enfermedades del banano que dejó sin cosecha a muchos países y puso en la mira a Ecuador que se hizo acreedor de gran parte del comercio internacional de banano.

4. *¿Podría definir qué características del producto le resultan más atractivas entre calidad, precio, ergonomía y valor agregado?*

La promesa por parte de los exportadores de Ecuador es la conservación de la calidad del producto en su sello, y el hecho por el cual Rusia sigue estimando un creciente comercio internacional.

5. *¿Piensa que la crisis de contenedores actual podría afectar la exportación de pulpa de banano a Rusia en un futuro próximo?*

Respecto a la crisis de contenedores, esta no tiene mucha influencia dado que las rutas marítimas rusas son distintas a las estadounidenses.

6. *¿Cuál ha sido la relación entre Ecuador y Rusia en los últimos años en el ámbito de acuerdos comerciales?*

La relación ha sido positiva, en el gobierno del presidente Moreno se concertó un tratado comercial con condiciones favorables para la República del Ecuador.

7. *¿Piensa que la actual tendencia hacia el consumo de productos orgánicos puede ayudar a la expansión del mercado de la pulpa de banano? ¿Por qué?*

Claro, y de manera positiva porque la pulpa de banano se produce de manera orgánica y guarda los criterios de nuestros proveedores por parte de otros países de la Unión Europea.

8. *¿Cómo mejoraría nuestro producto referente al nivel de contenido, calidad, estilo visual y otros?*

Pienso que una presentación en el idioma ruso daría mayor relevancia en el consumo de su producto para el mercado interno ruso.

9. *¿Existen barreras de entrada para la pulpa de banano en el mercado ruso?*

Al momento el Ecuador se encuentra en buenas relaciones con Rusia por lo que las únicas barreras de entrada serían la entrega de la documentación de la empresa respecto a sus actividades y producto que verifiquen su calidad.

Entrevista 2

Así también, se realizó una entrevista a un representante de Frutadeli: Pedro Ayala, analista encargado de la exportación de banano ecuatoriano en Rusia:

1. *¿Cómo considera que se encuentra el mercado de exportación de banano y sus subproductos a Rusia actualmente?*

El mercado ecuatoriano tiene buenas expectativas para la exportación a Rusia porque este mercado cada año da mayor apertura en términos de tonelaje al país.

2. *¿Qué opina sobre los resultados estimados de un crecimiento de mercado de pulpa de banano para el mercado ruso?*

Pienso que son correctos, nuestra empresa ha tenido un crecimiento sostenido por medio de la exportación con muchos países y entre ellos, Rusia es uno de nuestros mayores y más confiables mercados.

3. *¿Cuál ha sido el mayor acierto de la industria ecuatoriana del banano para ingresar de manera tan exponencial a Rusia?*

El mayor acierto fue el mantener la calidad del producto en todas las instancias, desde la cosecha, el embarque, el desembarque y guardando los tiempos de entrega de manera responsable.

4. *¿Podría definir qué características del producto le resultan más atractivas entre calidad, precio, ergonomía y valor agregado?*

El valor agregado de ser un producto basado en lo orgánico le da relevancia como un producto que no le hará daño a ningún consumidor y guardará todas las especificaciones de la tabla nutricional.

5. *¿Piensa que la crisis de contenedores actual podría afectar la exportación de pulpa de banano a Rusia en un futuro próximo?*

No, realmente el mercado ruso tiene una ruta comercial propia por lo que la desligo de ese tema.

6. *¿Cuál ha sido la relación entre Ecuador y Rusia en los últimos años en el ámbito de acuerdos comerciales?*

La relación ha sido positiva, siempre con respeto y cordialidad; nuestros clientes son personas educadas y muy emprendedoras.

7. *¿Piensa que la actual tendencia hacia el consumo de productos orgánicos puede ayudar a la expansión del mercado de la pulpa de banano? ¿Por qué?*

Es positivo, la tendencia de lo orgánico y lo fitness da una gran apertura de ese tipo de subproductos por lo que es una gran señal de la expectativa para la pulpa de banano en Rusia.

8. *¿Cómo mejoraría nuestro producto referente al nivel de contenido, calidad, estilo visual y otros?*

Agregaría otras presentaciones a parte de la de 65g para el consumo familiar ruso y el idioma del producto también lo cambiaría.

9. *¿Existen barreras de entrada para la pulpa de banano en el mercado ruso?*

Siempre y cuando la empresa esté registrada, no habrá problema en el ingreso a Rusia, en cualquier ciudad de este país les dan apertura a los productos procedentes de Ecuador.

Resultados de la encuesta

Los siguientes análisis están basados en los resultados de la encuesta a 384 empleados de las exportadoras de banano ecuatoriano a diversos países.

Sexo

El sexo de los encuestados fue de 105 hombres, 270 mujeres y 9 personas que no lo especificaron, lo cual corresponde al 28% para los hombres, 70% para las mujeres y 2% para los que no lo dijeron.

Tabla 17

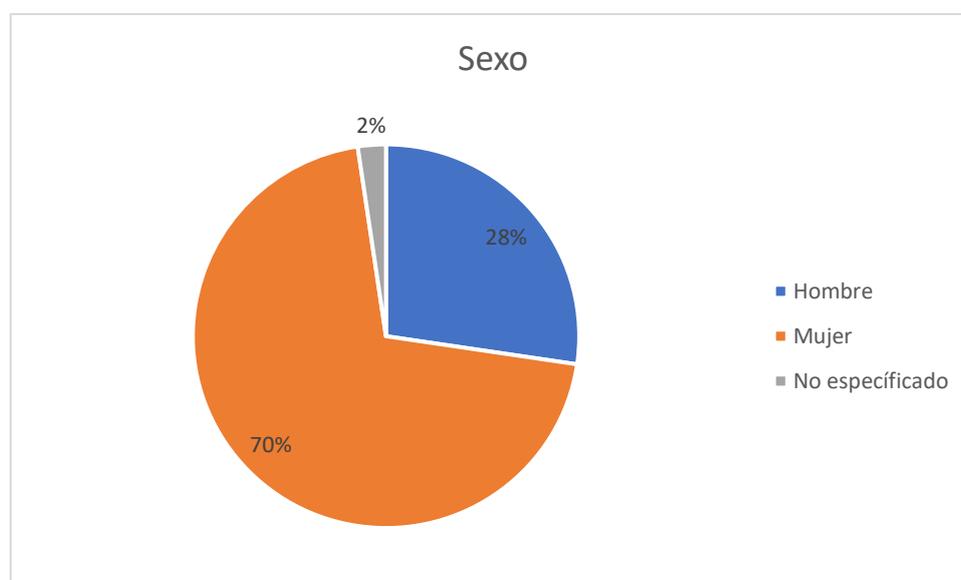
Sexo

Detalle	Sexo
Hombre	105
Mujer	270
No especificado	9

Nota: La tabla muestra los valores de la encuesta para la variable sexo.

Figura 15

Sexo de los encuestados (%)



Nota: La figura muestra los valores de la encuesta para la variable sexo.

Edad

Respecto a la edad de los encuestados 15 (4%) de ellos respondieron que son mayores de 61 años, 137 (36%) que su edad oscila entre 18 - 30 años, 123 (32%) dijeron entre 31 - 40 años, 33 (8%) que de 41 - 50 años y 76 (20%) de 51 - 60 años.

Tabla 18

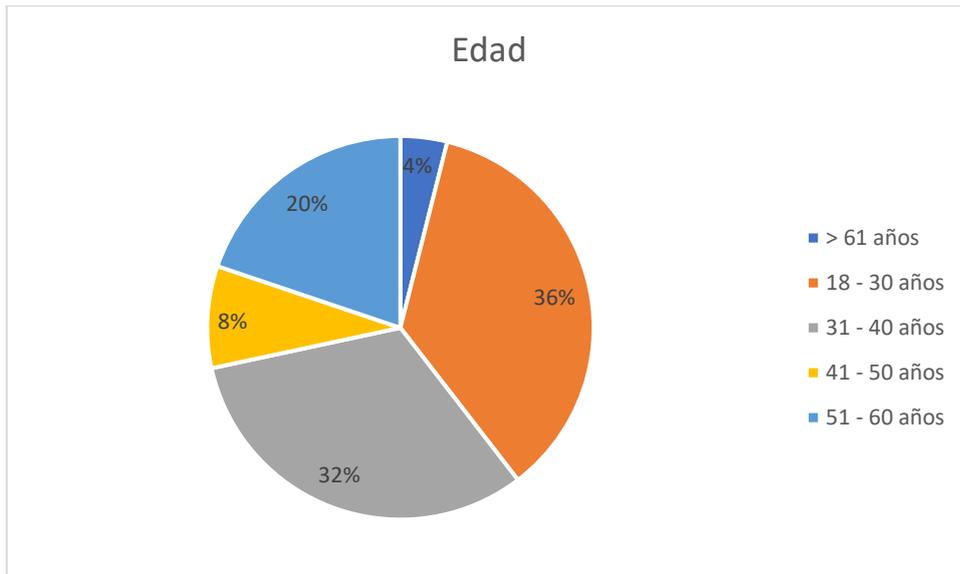
Edad de los encuestados

Detalle	Edad
> 61 años	15
18 - 30 años	137
31 - 40 años	123
41 - 50 años	33
51 - 60 años	76

Nota: La tabla muestra los valores de la encuesta para la variable edad.

Figura 16

Edad de los encuestados (%)



Nota: La figura muestra los valores de la encuesta para la variable edad.

Exportación a Rusia

Para la variable exportación a Rusia los resultados de los encuestados fueron de 136 (35%) dijeron que no exportan a Rusia y 248 (65%) que su empresa sí exporta a Rusia.

Tabla 19

Exportación a Rusia

Detalle	¿Su empresa exporta a Rusia?
No	136
Sí	248

Nota: La tabla muestra los valores de la encuesta para la variable exportación a Rusia.

Figura 17

Exportación de Rusia (%)



Nota: La figura muestra los valores de la encuesta para la variable exportación a Rusia.

Comercio futuro de Productos orgánicos

Respecto del comercio futuro de productos orgánicos de los encuestados fue de 46 individuos piensas que no se pueden comercializar bien en Rusia (12%), 246 (64%) respondieron que sí y 92 (24%) tal vez se podría comercializar productos orgánicos en Rusia.

Tabla 20

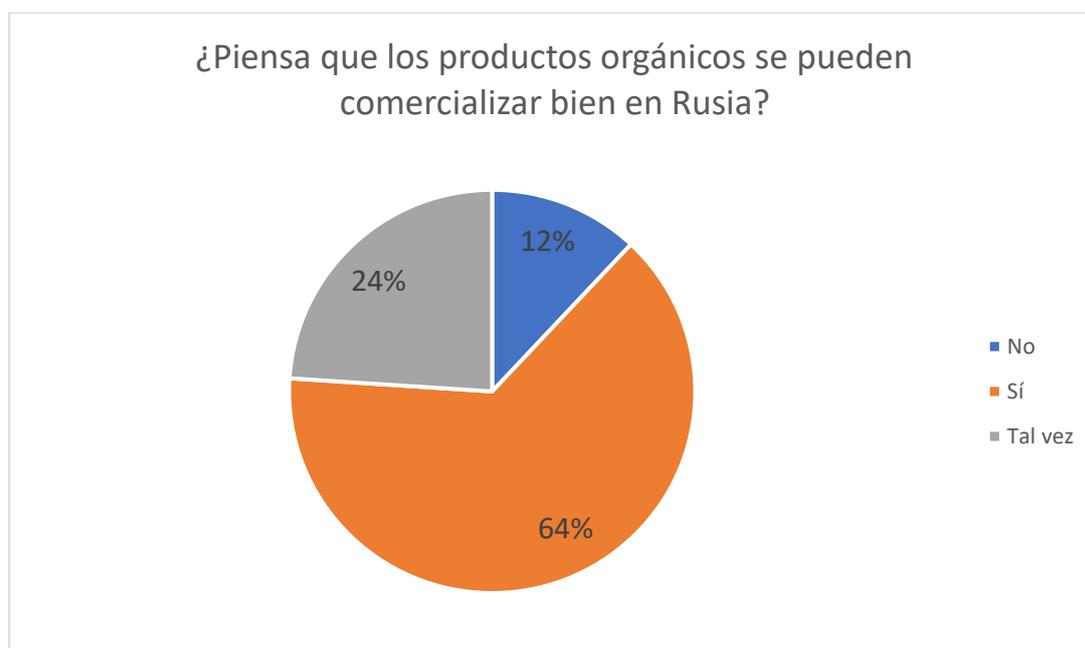
Comercio futuro de Productos orgánicos

Detalle	¿Piensa que los productos orgánicos se pueden comercializar bien en Rusia?
No	46
Sí	246
Tal vez	92

Nota: La tabla muestra los valores de la encuesta para la variable comercio futuro de Productos orgánicos.

Figura 18

Comercio futuro de Productos orgánicos (%)



Nota: La figura muestra los valores de la encuesta para la variable comercio futuro de Productos orgánicos.

Presentación de la pulpa de banano

Respecto de la presentación de la pulpa de banano los resultados de los encuestados fueron de 80 (21%) que la presentación debería ser de 115g, 88 (23%) que la presentación debería ser de 200g y 216 que la presentación debería ser de (56%) 65g.

Tabla 21

Presentación de la pulpa de banano

Detalle ¿Qué presentación prefiere para la pulpa de banano en Rusia?	
115g	80
200g	88
65g	216

Nota: La tabla muestra los valores de la encuesta para la variable presentación de la pulpa de banano.

Figura 19

Presentación de la pulpa de banano (%)



Nota: La figura muestra los valores de la encuesta para la variable presentación de la pulpa de banano.

Característica del producto: pulpa de banano

Respecto a la característica que prefieren el mercado ruso, los encuestados respondieron: 43% Calidad, 67 de los encuestados (17%) Ergonomía, 91 de la muestra (24%) Precio y 60 de los encuestados (16%) Valor agregado.

Tabla 22

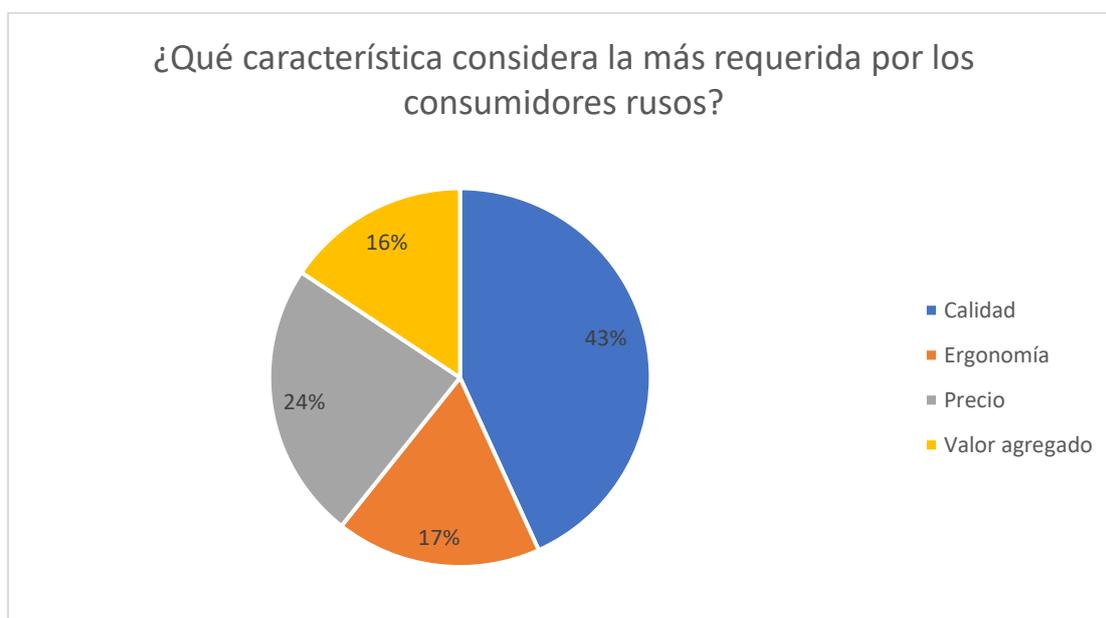
Característica del producto: pulpa de banano

Detalle	¿Qué característica considera la más requerida por los consumidores rusos?
Calidad	166
Ergonomía	67
Precio	91
Valor agregado	60

Nota: La tabla muestra los valores de la encuesta para la variable característica del producto.

Figura 20

Característica del producto: pulpa de banano (%)



Nota: La figura muestra los valores de la encuesta para la variable característica del producto.

Producción de otros subproductos del banano

Respecto de la producción de otros subproductos del banano 153 encuestados respondieron Banano frito (40%), 93 encuestados (24%) Labial de banano y 138 encuestados Mantequilla de banano al (36%).

Tabla 23

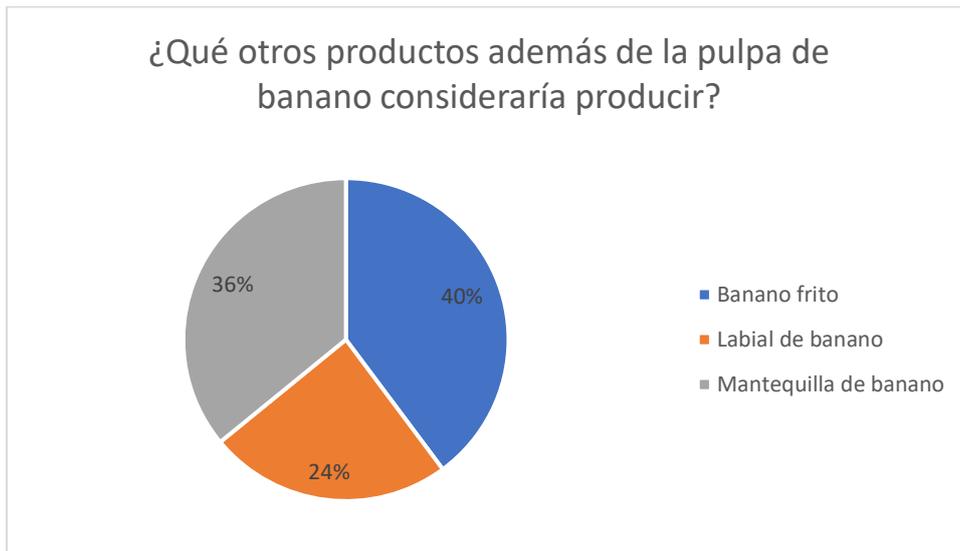
Producción de otros subproductos del banano

Detalle	¿Qué otros productos además de la pulpa de banano considerarían producir?
Banano frito	153
Labial de banano	93
Mantequilla de banano	138

Nota: La figura muestra los valores de la encuesta para la variable producción de otros subproductos del banano.

Figura 21

Producción de otros subproductos del banano (%)



Nota: La figura muestra los valores de la encuesta para la variable producción de otros subproductos del banano.

CAPÍTULO VI

ANÁLISIS FINANCIERO

El siguiente análisis financiero es de suma importancia para la demostración de la factibilidad y viabilidad del presente estudio de factibilidad por medio de los siguientes indicadores evaluativos.

Inversión y capital inicial

Tabla 24

Inversiones de Activos Fijos

No.	MAQUINARIAS	P. por unidad	Totales
1	HORNO DE COCCIÓN CAPACIDAD 25 Tn.	\$ 800,00	\$ 800,00
10	CONGELADOR NEGRO MARCA INDURAMA	\$ 500,00	\$ 5.000,00
SUBTOTALES			\$ 5.800,00

No.	VEHÍCULOS	P. por unidad	Totales
1	CAMIÓN HINO K4000	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00
SUBTOTALES			\$ 14.000,00

No.	EQ. COMPUTO	P. por unidad	Totales
3	PC CORE I5	\$ 400,00	\$ 1.200,00
1	IMPRESORA INYECCIÓN	\$ 200,00	\$ 200,00
SUBTOTALES			\$ 1.400,00

No.	EQ. OFICINA	P. por unidad	Totales
2	TELEFONOS DE CABLE	\$ 15,00	\$ 30,00
SUBTOTALES			\$ 30,00

No.	MUEBLES Y ENSERES	P. por unidad	Totales
3	ESCRITORIOS	\$ 60,00	\$ 180,00
3	SILLAS RECLINABLES	\$ 60,00	\$ 180,00
3	CAJONES DE ARCHIVAR	\$ 10,00	\$ 30,00
SUBTOTALES			\$ 390,00

No.	CONEXIONES ELECTRICAS	P. por unidad	Totales
350	CABLES Y BREAKERS	\$1,00	\$350,00
SUBTOTALES			\$350,00

TOTAL, ACTIVOS FIJOS			\$21.970,00
-----------------------------	--	--	--------------------

Nota: La tabla muestra los valores de activos fijos de Banapulp S.A.S.

Capital de Trabajo

El cálculo del capital del trabajo se obtiene por medio de la tabla de costos de producción la cual se detalla a continuación y está compuesta a su vez por otras cuentas.

Tabla 25

Costos de operación

Costos de operación	
Materia prima	\$ 10.010,00
M.O.	\$ 34.800,00
C.I.F.	\$ 3.657,50
Materiales y suministros	\$ 380,00
Servicio Básico Total	\$ 6.000,00
Embarque y logística	\$ 4.200,00
TOTAL	\$ 59047,5

Nota: La tabla muestra los valores de costos de operación de Banapulp S.A.S.

Gastos preoperacionales

Se deben de realizar para poner en operación a la producción bajo los estándares legales pertinentes para su funcionamiento y exportación para Banapulp S.A.S.

Tabla 26

Gastos preoperacionales

GASTOS PRE-OPERACIONALES		
Gastos Registro Sanitario	1	130
Permiso Registro Sanitario	1	122
Permiso Bomberos	1	80
Seguridad incendios	1	75
Registro RUC	1	0
Inscripción SuperCias	1	0
Registro Mercantil	1	143
Inscripción Nombramiento	1	30
Registro Exportación	1	20
Honora. Abogado	1	210
Gastos Fonética	1	19
Registro Marca	1	211
TOTAL, GASTOS PRE-OPERACIONALES		1040

Nota: La tabla muestra los valores de gastos pre operacionales de Banapulp S.A.S.

Amortizaciones y Depreciaciones

La empresa no tomará en cuenta las amortizaciones de capital dado que el financiamiento que se dará al proyecto será de aporte total de los que conforman la sociedad. En adición, es relevante conocer la depreciación de los activos fijos por su uso lo cual se expone:

Tabla 27

Porcentajes de Depreciaciones

Nomenclatura del activo	%	Años
maquinaria	10%	10
equipo de computación	33%	3
instalaciones	10%	10
equipos de oficina	10%	10
muebles y enseres	10%	10
vehículo	20%	5

Nota: La tabla muestra los valores de porcentajes de depreciaciones de Banapul S.A.S.

Tabla 28

Activos fijos

ACTIVOS FIJOS	Valor	Dep. Anual
MAQUINARIA	\$ 5.800,00	\$ 580,00
VEHICULO	\$ 14.000,00	\$ 4.620,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 1.400,00	\$ 140,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 30,00	\$ 3,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 390,00	\$ 39,00
EQUIPOS DE CONEXIÓN E INSTALACION	\$350,00	\$ 70,00
Depreciación		\$ 5.452,00

Nota: La tabla muestra los valores de depreciación anual de Banapul S.A.S.

Tabla 29

Depreciación

DEPRECIACION anual	1	2	3	4	5
Activos fijos	\$ 5.452,00	\$ 5.452,00	\$ 5.452,00	\$ 5.312,00	\$ 5.312,00

Nota: La tabla muestra los valores de depreciación proyectados de Banapul S.A.S.

Banapul estimó contratar a 6 empleados para el inicio de sus operaciones, se describe el desarrollo de su salario a través del tiempo.

Tabla 30

Sueldos y salarios

SUELDOS Y SALARIOS	MENSUAL	13	14	1	2	3	4	5
CEO	\$ 544,23	\$544.23	\$425	\$7.500,00	\$ 7.500,00	\$ 7.500,00	\$ 7.500,00	\$7.500,00
CEO OPERATIVE	\$ 428,84	\$428.84	\$425	\$6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$6.000,00
CEO FINANCE	\$ 428,84	\$428.84	\$425	\$6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$6.000,00
OPERATIVO 1	\$ 390,38	\$390.38	\$425	\$5.100,00	\$ 5.100,00	\$ 5.100,00	\$ 5.100,00	\$5.100,00
OPERATIVO 2	\$ 390,38	\$390.38	\$425	\$ 5.100,00	\$ 5.100,00	\$ 5.100,00	\$ 5.100,00	\$5.100,00
CONDUCTOR	\$ 390,38	\$390.38	\$425	\$ 5.100,00	\$ 5.100,00	\$ 5.100,00	\$ 5.100,00	\$5.100,00
TOTAL	\$ 2.900	\$2573	\$2550	\$ 34.800,00	\$ 34.800,00	\$ 34.800,00	\$ 34.800,00	\$4.800,00

Nota: La tabla muestra los valores de sueldos y salarios de Banapulp S.A.S.

Materia prima directa

Los costos ligados a materia prima directa son de 10.010 dólares conformados por distintos valores dependiendo de la temporada.

Tabla 31

Materia prima directa

Temporada alta

No.	Nombre	P. unitario	T. Mes	T. Año
26950	Retoños de banano	\$ 0,04	\$ 1.078,00	\$ 8.624,00

Temporada baja

No.	Nombre	P. unitario	T. Mes	T. Año
11550	Retoños de banano	\$ 0,04	\$ 462,00	\$ 1.386,00

Total, Anual

\$ 10.010,00

Nota: La tabla muestra los valores de materia prima directa de Banapulp S.A.S.

Materia prima indirecta

Los costos ligados a materia prima indirecta son de 3.657 dólares conformados por el precio del empaque para el producto.

Tabla 32

Materia prima indirecta

No.	Nombre	P. unitario	T. Mes	T. Año
38500	Empaque	\$ 0,02	\$ 731,50	\$ 3.657,50
Total, Anual				\$ 3.657,50
COSTO TOTAL DE MPD Y MPI				\$ 13.667,50

Nota: La tabla muestra los valores de materia prima indirecta de Banapulp S.A.S.

Mano de obra

Las siguientes tablas muestran los valores desembolsados de mano de obra directa e indirecta de la empresa Banapulp S.A.S.

Tabla 33

Mano de obra directa

Mano de obra directa	Mensual	Año
Gerente de operaciones	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Operador 1	\$ 425,00	\$ 5.100,00
Operador 2	\$ 425,00	\$ 5.100,00

Nota: La tabla muestra los valores de mano de obra directa de Banapulp S.A.S.

Tabla 34

Mano de obra indirecta

MOI	Mensual	Año
CEO	\$ 625,00	\$ 7.500,00
CONDUCTOR	\$ 425,00	\$ 5.100,00
TOTAL, MOD + MOI		\$ 28.800,00

Nota: La tabla muestra los valores de mano de obra indirecta de Banapulp S.A.S.

Tabla 35

Costos fijos

COSTOS FIJOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos y salarios	\$ 34.800,00	\$ 34.800,00	\$ 34.800,00	\$ 34.800,00	\$ 34.800,00
Depreciaciones	\$ 5.452,00	\$ 5.452,00	\$ 5.452,00	\$ 5.312,00	\$ 5.312,00
SERVICIOS BASICOS	\$ 6.000,00	\$ 6.100,00	\$ 6.200,00	\$ 6.300,00	\$ 6.400,00
Suministros y materiales	\$ 380,00	\$ 385,00	\$ 390,00	\$ 395,00	\$ 400,00
Publicidad Redes sociales	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
TOTAL, COSTOS FIJOS	\$ 47.132,00	\$ 47.237,00	\$ 47.342,00	\$ 47.307,00	\$ 47.412,00

Nota: La tabla muestra los valores de costos fijos de Banapulp S.A.S.

Tabla 36*Costos variables*

COSTOS VARIABLES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima	\$ 13.667,50	\$ 13.940,85	\$ 14.219,67	\$ 14.504,06	\$ 14.794,14
Costo logística y embarque	\$ 4.200,00	\$ 4.284,00	\$ 4.369,68	\$ 4.457,07	\$ 4.546,22
TOTAL, COSTOS VARIABLES	\$ 17.867,50	\$ 18.224,85	\$ 18.589,35	\$ 18.961,13	\$ 19.340,36
TOTAL, COSTOS FIJOS Y VARIABLES	\$ 64.999,50	\$ 65.461,85	\$ 65.931,35	\$ 66.268,13	\$ 66.752,36

Nota: La tabla muestra los valores de costos variables de Banapulp S.A.S.

Tabla 37*Gastos preoperativos*

GASTOS PRE-OPERATIVOS	
Gastos Registro Sanitario	1 130
Permiso Registro Sanitario	1 122
Permiso Bomberos	1 80
Seguridad incendios	1 75
Registro RUC	1 0
Inscripción SuperCias	1 0
Registro Mercantil	1 143
Inscripción Nombramiento	1 30
Registro Exportación	1 20
Honora. Abogado	1 210
Gastos Fonética	1 19
Registro Marca	1 211
TOTAL, GASTOS PRE-OPERACIONALES	1040

Nota: La tabla muestra los valores de gastos pre operacionales de Banapulp S.A.S.

Tabla 38*Gastos administrativos*

GA	Mes	Valores	Año
Electricidad	12	\$ 410,00	\$ 422,00
Agua	12	\$ 120,00	\$ 132,00
Internet	12	\$ 32,00	\$ 44,00
Celular	12	\$ 30,00	\$ 42,00
Limpieza	1	\$ 180,00	\$ 181,00
Papelería	1	\$ 130,00	\$ 131,00
Sys + Beneficios	12	\$ 2.900,00	\$ 2.912,00
Gastos Página Web	2	\$ 250,00	\$ 252,00
Total, gastos administrativos			\$ 4.116,00

Nota: La tabla muestra los valores de gastos administrativos de Banapulp S.A.S.

Tabla 39*Gasto de ventas*

GV	meses	valor	total anual
Gastos publicidad Redes sociales	2	250	500
Costo de log inter y embarque	12	350	4200
total, gasto ventas			4700

Nota: La tabla muestra los valores de los gastos de ventas de Banapulp S.A.S.

Participación de la sociedad consolidada**Tabla 40***Inversiones totales*

INVERSIONES TOTALES	
ACTIVOS FIJOS	\$ 21.970,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 59.047,50
GASTOS PRE-OPERATIVOS	\$ 1.040,00
TOTAL	\$ 82.057,50

Nota: La tabla muestra los valores de inversiones realizados por socios de Banapulp S.A.S.

Tabla 41*Financiamiento de socios*

SOCIOS	CAPITAL	%
Peter Cruz	\$ 32.823,00	40%
Anabella Cuadros	\$ 28.720,13	35%
Rubén Darío	\$ 20.514,38	25%
TOTAL	\$ 82.057,50	100%

Nota: La tabla muestra los valores de financiamiento (100% por socios) de Banapulp S.A.S.

Uso estimado del presupuesto**Tabla 42***Capacidad de producción anual*

Temporada Alta	
7 CILINDROS	ANUALES
26950 FUNDAS 65g	ANUALES
Temporada Baja	
3 CILINDROS	ANUALES
11550 FUNDAS 65g	ANUALES

Total, fundas anuales **38500**

Nota: La tabla muestra los valores de capacidad de producción anual de Banapulp S.A.S.

Tabla 43*Pronóstico de ventas de fundas anuales*

PRONOSTICO	1	2	3	4	5
Producción esperada	38500,00	39270,00	40055	40856	41673

Nota: La tabla muestra los valores de pronóstico de ventas de Banapulp S.A.S.

Tabla 44*Costo de producción Unitario*

Detalle	No.	V. Unidad	Total
Retoños de banano	\$ 1,00	\$ 0,04	\$ 0,04
Empaque	\$ 1,00	\$ 0,02	\$ 0,019

Nota: La tabla muestra los valores de costo de producción unitario de Banapulp S.A.S.

Tabla 45*Precio de venta al mercado ruso*

Costo de producción			
Costos fijos	\$ 47.132,00	\$	1,22
Costos variables	\$ 17.867,50	\$	0,46
Costo unitario por empaque		\$	0,06
costo final		\$	1,75
margen de ganancia			120%
Precio de venta al publico		\$	3,84
Precio de venta al público ruso		\$ 293,95	rublos rusos

Nota: La tabla muestra los valores de precio de ventas de Banapulp S.A.S.

Costo de producción**Tabla 46***Pronóstico de ventas*

Costo de Producción	1	2	3	4	5
Producción anual esperada	38500	39270	40055	40856	41673
Costo de producción unitario	\$1,75	\$1,75	\$1,75	\$1,75	\$1,75
Costo de producción	\$ 67.271,00	\$ 68.616,42	\$ 69.988,05	\$ 71.387,64	\$ 72.815,18
Pronóstico de Ventas	1	2	3	4	5
Producción anual esperada	38500	39270	40055	40856	41673
Precio de Venta	\$ 3,84	\$ 3,84	\$ 3,84	\$ 3,84	\$ 3,84
Total, Ventas Anuales	\$ 147.996,20	\$ 150.956,12	\$ 153.973,71	\$ 157.052,80	\$ 160.193,39
Total, Venta Mensual	\$ 12.333,02	\$ 12.579,68	\$ 12.831,14	\$ 13.087,73	\$ 13.349,45

Nota: La tabla muestra los valores de pronóstico de ventas de Banapulp S.A.S.

Flujo de caja

Balance general

El propósito del balance general es el registro de las operaciones de la empresa de cuentas tipo activo, pasivo o patrimonio para Banapulp S.A.S.

Tabla 47

Balance General

BALANCE GENERAL	AÑO 0
ACTIVOS CORRIENTES	
CAJA/BANCOS	\$ 59.047,50
TOTAL, ACTIVOS CORRIENTES	\$ 59.047,50
ACTIVOS FIJOS	
MAQUINARIA	\$ 5.800,00
VEHICULO	\$ 14.000,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 1.400,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 30,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 390,00
EQUIPOS DE CONEXIÓN E INSTALACION	\$ 350,00
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ -
TOTAL, ACTIVOS FIJOS	\$ 21.970,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
GASTOS PRE OPERACIONALES	\$ 1.040,00
TOTAL, ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.040,00
TOTAL, ACTIVOS	\$ 82.057,50
PASIVOS	
PASIVOS A CORTO PLAZO	\$ 34.800,00
TOTAL, PASIVOS	\$ 34.800,00
PATRIMONIO	
CAPITAL SOCIAL	\$ 47.257,50
UTILIDAD DEL EJERCICIO	
UTILIDADES ACUMULADAS	
TOTAL, PATRIMONIO	\$ 47.257,50
TOTAL, PASIVO + PATRIMONIO	\$ 82.057,50

Nota: La tabla muestra el estado de situación financiera de Banapulp S.A.S.

Estado de Resultados

El estado de resultados muestra el consolidado del beneficio neto que la empresa Banapulp S.A.S obtuvo durante su gestión estratégica.

Tabla 48*Estado de resultados*

ESTADOS DE RESULTADOS	1	2	3	4	5
VENTAS NETAS	\$ 147.996,20	\$ 150.956,1	\$ 153.973	\$ 157.052	\$ 160.193
COSTO DE VENTAS	\$ 67.271,00	\$ 68.616,42	\$ 69.988,05	\$ 71.387,64	\$ 72.815,18
UTILIDADES EN VENTAS	\$ 80.725,20	\$ 82.339,70	\$ 83.985,66	\$ 85.665,16	\$ 87.378,21
GASTOS OPERATIVOS					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 42.714,00	\$ 42.927,57	\$ 43.142,21	\$ 43.357,92	\$ 43.574,71
ENERGIA ELECTRICA	\$ 4.920,00	\$ 4.944,60	\$ 4.969,32	\$ 4.994,17	\$ 5.019,14
AGUA POTABLE	\$ 1.440,00	\$ 1.447,20	\$ 1.454,44	\$ 1.461,71	\$ 1.469,02
INTERNET	\$ 384,00	\$ 385,92	\$ 387,85	\$ 389,79	\$ 391,74
teléfono	\$ 360,00	\$ 361,80	\$ 363,61	\$ 365,43	\$ 367,25
PAPELERIA Y UTILES DE OFICINA	\$ 180,00	\$ 180,90	\$ 181,80	\$ 182,71	\$ 183,63
GASTOS POR SUELDOS Y SALARIOS + BENEFICIOS	\$ 34.800,00	\$ 34.974,00	\$ 35.148,87	\$ 35.324,61	\$ 35.501,24
GASTOS DE MANTENIMEINTO DE PAGINA WEB	\$ 500,00	\$ 502,50	\$ 505,01	\$ 507,54	\$ 510,08
DESINFECCION Y LIMPIEZA	\$ 180,00	\$ 180,90	\$ 181,80	\$ 182,71	\$ 183,63
TOTAL, UTILIDAD - GASTOS OPERATIVOS	\$ 38.011,20	\$ 39.412,13	\$ 40.843,45	\$ 42.307,24	\$ 43.803,51
GASTOS DE VENTAS	\$ 4700,00	4723,5	4747,1175	4770,853088	4794,707353
GASTOS POR PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES	\$ 500,00	502,5	505,0125	507,5375625	510,0752503
COSTO DE LOGISTICA INTERNA Y SERVICIOS DE	\$ 4.200,00	\$ 4.284,00	\$ 4.369,68	\$ 4.457,07	\$ 4.546,22
TOTAL, UTILIDAD - GASTOS DE VENTAS	\$ 33.311,20	\$ 34.688,63	\$ 36.096,33	\$ 37.536,39	\$ 39.008,80
OTROS GASTOS	\$ 5.452,00	\$ 5.452,00	\$ 5.452,00	\$ 5.312,00	\$ 5.312,00
DEPRECIACION	\$ 5.452,00	\$ 5.452,00	\$ 5.452,00	\$ 5.312,00	\$ 5.312,00
TOTAL, UTILIDAD - OTROS GASTOS	\$ 27.859,20	\$ 29.236,63	\$ 30.644,33	\$ 32.224,39	\$ 33.696,80
UTILIDAD OPERATIVA } PARTICIPACION UTILIDADES	4178,88	4385,4951	4596,650104	4833,658637	5054,519805
UTILIDAD ANTES DE IMUESTOS	\$ 23.680,32	\$ 24.851,14	\$ 26.047,68	\$ 27.390,73	\$ 28.642,28
IMPUESTO A LA RENTA 22%	5209,6704	5467,250558	5730,490463	6025,9611	6301,301357
UTILIDAD NETA	\$ 18.470,65	\$ 19.383,89	\$ 20.317,19	\$ 21.364,77	\$ 22.340,98

Nota: La tabla muestra el estado de situación financiera de Banapulp S.A.S.

Tabla 49*Flujo de caja*

	0	1	2	3	4	5
INGRESOS ANUALES	\$ 147.996,20	\$ 150.956,12	\$ 153.973,71	\$ 157.052,80	\$ 160.193,39	
COSTO DE PRODUCCION	\$ 67.271,00	\$ 68.616,42	\$ 69.988,05	\$ 71.387,64	\$ 72.815,18	
UTILIDAD BRUTA	\$ 80.725,20	\$ 82.339,70	\$ 83.985,66	\$ 85.665,16	\$ 87.378,21	
TOTAL, GASTOS						
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 42.714,00	\$ 42.927,57	\$ 43.142,21	\$ 43.357,92	\$ 43.574,71	
GASTOS DE VENTAS	\$ 4.700,00	\$ 4.723,50	\$ 4.747,12	\$ 4.770,85	\$ 4.794,71	
UTILIDAD BRUTA-GASTOS	\$ 33.311,20	\$ 34.688,63	\$ 36.096,33	\$ 37.536,39	\$ 39.008,80	
OTROS GASTOS						
DEPRECIACION DE ACTIVOS	\$ 5.452,00	\$ 5.452,00	\$ 5.452,00	\$ 5.312,00	\$ 5.312,00	
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 27.859,20	\$ 29.236,63	\$ 30.644,33	\$ 32.224,39	\$ 33.696,80	
FLUJO ANTES DE PARTICIPACION DE	\$ 27.859,20	\$ 29.236,63	\$ 30.644,33	\$ 32.224,39	\$ 33.696,80	
(-) PARTICIPACION UTILIDADES		4178,88	4385,4951	4596,650104	4833,658637	5054,519805
FLUJO ANTES DE IMPUESTOS	\$ 23.680,32	\$ 24.851,14	\$ 26.047,68	\$ 27.390,73	\$ 28.642,28	
(-) IMPUESTO A LA RENTA		5209,6704	5467,250558	5730,490463	6025,9611	6301,301357
FLUJO DESPUES DE IMPUESTOS	\$ 18.470,65	\$ 19.383,89	\$ 20.317,19	\$ 21.364,77	\$ 22.340,98	
(+) DEPRECIACIONES	\$ 5.452,00	\$ 5.452,00	\$ 5.452,00	\$ 5.312,00	\$ 5.312,00	
CAPITAL DE TRABAJO		\$ 59.047,50				
ACTIVOS FIJOS		\$ 21.970,00				
GASTOS-PREOPERACIONALES		\$ 1.040,00				
FLUJO DE CAJA NETO	\$-82.057,50	\$ 23.922,65	\$ 24.835,89	\$ 25.769,19	\$ 26.676,77	\$ 27.652,98
TIR		17%	Inflación	TIO	Prima de riesgo	
TMAR		12,54%	1,94%	10%	0,60%	
VAN		\$46.799,98				

Nota: En la tabla de flujo de caja la TMAR exigida hacia los accionistas fue de 12.54%, la TIR de Banapulp S.A.S es de 17% lo cual es mayor que la TMAR, lo que indica que el proyecto es factible.

Fórmula de TIR

El TIR o tasa interna de retorno representa el porcentaje de ganancia y factibilidad de la empresa Banapulp S.A.S luego de 5 años de haber realizado la inversión inicial por medio del aporte de sus socios corporativos.

Figura 22

Fórmula del TIR

$$TIR = -82.057.5 + \frac{23922.65}{(1+i)} + \frac{24835.89}{(1+i)^2} + \frac{25769.19}{(1+i)^3} + \frac{16676.77}{(1+i)^4} + \frac{27652.98}{(1+i)^5}$$

Nota. Cálculo realizado con el estado de resultados de la empresa Banapulp S.A.S.

Fórmula de VAN

El VAN o valor actual neto se calculó mediante la siguiente fórmula, la misma que representa la viabilidad de la empresa Banapulp S.A.S luego de 5 años de haber realizado la inversión inicial por medio del aporte de sus socios corporativos.

Figura 23

Fórmula del VAN

$$TIR = -82.057.5 + \frac{23922.65}{(1+0.01)} + \frac{24835.89}{(1+0.01)^2} + \frac{25769.19}{(1+0.01)^3} + \frac{16676.77}{(1+0.01)^4} + \frac{27652.98}{(1+0.01)^5}$$

Nota. Cálculo realizado con el estado de resultados de la empresa Banapulp S.A.S.

Fórmula de TMAR

El TMAR o tasa mínima aceptable de rendimiento representa el costo mínimo aceptable de rendimiento para la empresa Banapulp S.A.S.

Figura 24

Fórmula del TMAR

$$TMAR = 1.94\%(Inf. anual) + 10\%(T. de interés de oport.) + 0.6\%(Prima riesgos)$$

Nota. Cálculo realizado con el estado de resultados de la empresa Banapulp S.A.S.

Al ser menor que la tasa interna de retorno comprobamos la factibilidad de exportar pulpa de banano a Rusia.

CONCLUSIONES

El estudio técnico muestra para Banapulp S.A.S. que el producto pulpa de banano cumple con las condiciones necesarias para su exportación dado el conocimiento completo del valor nutricional del producto que es netamente orgánico, su proceso productivo el cual no necesita mucha disposición de maquinaria que guarda estándares de empaquetado (65g para cada empaque), división organizacional concreta en 3 áreas empresariales (administración, operaciones y comercial), y de los requisitos de exportación a la Federación de Rusia.

El estudio de mercado muestra que Ecuador exportó a Rusia en 2020 USD 346.198.390 en banano lo que convierte a Rusia en uno de sus principales mercados, por su parte que Rusia no produce banano y que suele abastecer a otros países con el banano que compra a Ecuador. Respecto a la pulpa de banano, que es un mercado cada vez más demandado y que para 2026 aspira un crecimiento mayor al 24% dada una orientación sociocultural hacia el consumo de productos orgánicos.

Se realizaron 384 encuestas a empleados de empresas exportadoras de banano, de las cuales el 64% piensa que los productos orgánicos se pueden comercializar bien en Rusia; desde el punto de vista de la presentación del producto los encuestados estimaron mejor las presentaciones de 65g (56%) y 200g (23%); además se demostró que la calidad es el atributo más solicitado por los rusos (43%). En las entrevistas se corroboraron los resultados obtenidos en el estudio técnico y financiero.

El análisis financiero muestra que es factible la exportación de pulpa de banano por la empresa Banapulp S.A.S. la cual se dedica a actividades de comercio internacional hacia Rusia desde el código 0803.00.12.00 ligado a su insumo principal banano cavendish dado que su flujo de caja refleja un TIR de 17% lo cual es mayor que la TMAR de 12.54%.

RECOMENDACIONES

Se recomienda establecer 2 tipos de empaquetado dados los resultados obtenidos en los resultados de las encuestas realizadas a exportadores (65g y 200g para cada presentación). Además, utilizar en la etiqueta el idioma ruso para poder llegar a generar una mayor confianza con el mercado.

Por otra parte, se recomienda ampliar las líneas de producción también hacia la exportación de banano frito según los resultados de la encuesta que lo clasifican en primer lugar para posibles nuevas oportunidades de negocio (40%). Además de cuidar la calidad dado que es el factor que más incide.

Otra de las recomendaciones dado el análisis Porter de la empresa, es la capacitación constante hacia los operarios para mantener estándares de calidad y óptimos de producción y comercialización que permitan ampliar los beneficios de la empresa por encima de los estimados en el flujo de caja.

REFERENCIAS

- Aguilar, R. (2015). La producción y exportación del banano y su incidencia en la economía ecuatoriana en el periodo 2008 – 2013. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8766/1/TRABAJO%20DE%20TITULACION%20ROBERT%20AGUILAR.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2021). Evolución de la Balanza Comercial por países, enero - agosto 2021. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebca202110.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2021). Evolución de la Balanza Comercial por productos, enero – agosto 2021. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc202110.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2021). Inversión Extranjera Directa por país y actividad. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/InversionExtranjera/Directa/IED_WEBPUB.xlsx
- Briones, J., Díaz, L., & Chum, G. (2019). Apreciación del dólar en las exportaciones de banano ecuatoriano, hacia el mercado Ruso. *Revista Científica Ciencia y tecnología*, 19, 22. Obtenido de <http://cienciaytecnologia.uteg.edu.ec/revista/index.php/cienciaytecnologia/article/view/244>
- Cantos, A. (2017). Análisis de los factores determinantes del crecimiento de las exportaciones no tradicionales del Ecuador y su influencia en el PIB periodo 2004 -2016. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/8910/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-223.pdf>
- Dastagiri, M., Sindhuja, P. V., Naik, M. R., Rakesh, S., & Praneetha, Y. (2020). Investigación sobre el comercio exterior mundial de frutas durante el régimen de

- la OMC: señales y políticas comerciales mundiales. Obtenido de <https://www.preprints.org/manuscript/202009.0294>
- Evans, E. A., Ballen, F. H., & Siddiq, M. (2020). Banana production, global trade, consumption trends, postharvest handling, and processing. *Handbook of banana production, postharvest science, processing technology, and nutrition*, 1-18. Obtenido de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781119528265.ch1>
- Kessler, A., & Hermann, C. (2019). Sustainability in the Banana Sector: Development and Success Factors of the German Action Alliance for Sustainable Bananas. *In Sustainable Global Value Chains. Springer, Cham.*, 463-479. Obtenido de https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-14877-9_25
- Mamadjanova, T. (2020). COMPETITIVIDAD DE LAS EXPORTACIONES AGRÍCOLAS DE UZBEKISTÁN EN RUSIA. *Архив научных исследований*, 33(1). Obtenido de <https://tsue.scienceweb.uz/index.php/archive/article/download/3231/2421>
- Melo, D., Torres, Y., Serna, J., & Torres-Valenzuela, L. (2015). Aprovechamiento de la pulpa y cáscara de plátano. *Biotecnología en el sector agropecuario e industrial*, 13 (2), 76-85. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/bsaa/v13n2/v13n2a09.pdf?fbclid=IwAR0MAYGj302w51zUxo5B2>
- Mukhametzyanov, R. R., Dzhancharova, G. K., & Platonovsky, N. G. (2021). Rusia en el comercio internacional de frutas tropicales básicas. *Economía agrícola rusa*, (12), 78-85. Obtenido de <https://elibrary.ru/item.asp?id=47395575>
- Mukhametzyanov, R. R., Fedorchuk, M. E., Dzhancharova, G. K., & Platonovsky, N. G. (2021). Países latinoamericanos y Rusia en el comercio internacional de frutas tropicales básicas. *Economía de las empresas agrícolas y de procesamiento*, (10), 48-59. Obtenido de <https://elibrary.ru/item.asp?id=47111813>
- Nyombi, K. (2020). Diagnóstico y manejo de las limitaciones de nutrientes en bananos (*Musa spp.*). *Fruit Crops. Elsevier.*, 651-659. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780128187326000447>

- Oficina de Información Diplomática. (2021). Ficha país Federación de Rusia. Obtenido de http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/Rusia_ficha%20pais.pdf
- Pacheco, M. A., Montealegre, V. J., Romero, H. R., & Campoverde, J. Q. (2021). Análisis de la participación del banano en las exportaciones agropecuarias del Ecuador periodo 2015-2019. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 4(2), 82-89. Obtenido de <http://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/379>
- Porter, M. (1982). La ventaja competitiva de las naciones. 162-163. Obtenido de <https://www.uic.org.ar/IntranetCompetitividad/1%C2%BA%20jornada/2.%20lectura%20complementaria/1.%20ser%20competitivo%20-%20michael%20e.%20porter%20cap.%206.pdf>
- Prado, J., & De Diego, P. (1994). La hipótesis de la ventaja absoluta y la nueva teoría del comercio internacional. Obtenido de <http://espacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:bfd-1994-7-14428d99&dsID=PDF>
- Revista Líderes. (2018). Ellos exportan puré de banano. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/exportan-pure-banano-exportaciones-Ecuador.html>
- Rodríguez, F. (2017). *Ética y racionalidad económica.*, 55-69. Obtenido de https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/7147/Rodriguez_cf.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sánchez, A., Vayas, T., Mayorga, F., & Freire, C. (2020). Sector Bananero Ecuatoriano. *Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de <https://blogs.cedia.org.ec/obest/wp-content/uploads/sites/7/2020/08/Sector-bananero-ecuatoriano-final.pdf>
- SENA. (2018). Agroindustria Elaboración de Pulpas, Pulpa de Banano. Obtenido de https://repositorio.sena.edu.co/sitios/elaboracion_pulpas/vol4_pulpa_banano/volumen04.html#
- Sokolova, J. E., Cherkasova, O. V., & Volkov, S. G. (2020). EXPORTACIÓN, OFERTA Y DEMANDA EN EL MERCADO MUNDIAL DE PRODUCTOS DE BANANO BAJO EL IMPACTO DE FACTORES BIÓTICOS GLOBALES.

Economía, trabajo, gestión en la agricultura, (11), 118-130. Obtenido de <https://elibrary.ru/item.asp?id=44600030>

Statista. (2021). Las 10 ciudades más pobladas de Rusia a 1 de enero de 2021. Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/867212/las-10-ciudades-mas-pobladas-de-Rusia/>

Voorra, V., Larrea, C., & Bermudez, S. (2020). Global market report: bananas. *International Institute for Sustainable Development*. Obtenido de <https://www.fruchtportal.de/media/files/Pdf%20diversen%202020/iisd%20sustainability%20report%20ssi%20global%20market%20report%20banana%20mei%202020.pdf>

Zambrano, M. (2016). Mercados de destino de exportaciones agrícolas del Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6209/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-250.pdf>

ANEXOS

Formato de la Encuesta

Factibilidad para producir y comercializar pulpa de banano de Ecuador a Rusia

ENCUESTA DIRIGIDA A EXPORTADORES DE BANANO

 1198@gmail.com (no se comparten) [Cambiar cuenta](#)



*Obligatorio

Sexo *

- Hombre
- Mujer
- No especificado

Edad *

- > 61 años
- 18 - 30 años

Tabulación de los Resultados

Encuesta RUSA.xlsx - Excel

Inicio | Insertar | Disposición de página | Fórmulas | Datos | Revisar | Vista | Programador | Ayuda | Acrobat | ¿Qué desea hacer?

Portapapeles | Pegar | Fuente | Alineación | Número | Formato condicional | Dar formato como tabla | Estilos de celda | Insertar | Eliminar | Formato | Ordenar y filtrar | Buscar y seleccionar | Edición

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
	1 - Sexo	2 - Edad	3 - ¿Su empré	4 - ¿Piensa q	5 - ¿Qué pres	6 - ¿Qué cara	7 - ¿Qué otros productos además de la pulpa de banano consideraría producir?					
7	1/26/2022 18:25:16	Mujer	18 - 30 años	Si	No	65g	Calidad	Mantequilla de banano				
8	1/26/2022 18:25:16	Mujer	18 - 30 años	Si	No	65g	Calidad	Mantequilla de banano				
9	1/26/2022 18:25:16	Mujer	18 - 30 años	Si	No	65g	Calidad	Mantequilla de banano				
10	1/26/2022 18:25:17	Mujer	18 - 30 años	Si	No	65g	Calidad	Mantequilla de banano				
11	1/26/2022 18:25:18	Mujer	18 - 30 años	Si	No	65g	Calidad	Mantequilla de banano				
12	1/26/2022 18:25:19	Mujer	18 - 30 años	Si	No	65g	Calidad	Mantequilla de banano				
13	1/26/2022 18:25:20	Mujer	18 - 30 años	Si	No	65g	Calidad	Mantequilla de banano				
14	1/26/2022 18:25:21	Mujer	18 - 30 años	Si	No	65g	Calidad	Mantequilla de banano				
15	1/26/2022 18:25:22	Mujer	18 - 30 años	Si	No	65g	Calidad	Mantequilla de banano				
16	1/26/2022 18:25:23	Mujer	18 - 30 años	Si	No	65g	Calidad	Mantequilla de banano				
17	1/26/2022 18:28:57	Mujer	18 - 30 años	Si	No	65g	Calidad	Mantequilla de banano				
18	1/26/2022 18:28:58	Mujer	18 - 30 años	Si	Si	65g	Calidad	Mantequilla de banano				
19	1/26/2022 18:28:59	Mujer	18 - 30 años	Si	Si	65g	Calidad	Mantequilla de banano				
20	1/26/2022 18:29:00	Mujer	18 - 30 años	Si	Si	65g	Calidad	Mantequilla de banano				
21	1/26/2022 18:29:02	Mujer	18 - 30 años	Si	Si	65g	Calidad	Mantequilla de banano				
22	1/26/2022 18:29:03	Mujer	18 - 30 años	Si	Si	65g	Calidad	Mantequilla de banano				
23	1/26/2022 18:29:04	Mujer	18 - 30 años	Si	Si	65g	Calidad	Mantequilla de banano				
24	1/26/2022 18:29:05	Mujer	18 - 30 años	Si	Si	65g	Calidad	Mantequilla de banano				
25	1/26/2022 18:29:06	Mujer	18 - 30 años	Si	Si	65g	Calidad	Mantequilla de banano				
26	1/26/2022 18:29:07	Mujer	18 - 30 años	Si	Si	65g	Calidad	Mantequilla de banano				
27	1/26/2022 18:29:08	Mujer	18 - 30 años	Si	Si	65g	Calidad	Mantequilla de banano				
28	1/26/2022 18:29:09	Mujer	18 - 30 años	Si	Si	65g	Calidad	Mantequilla de banano				
29	1/26/2022 18:29:10	Mujer	18 - 30 años	Si	Si	65g	Calidad	Mantequilla de banano				
30	1/26/2022 18:29:11	Mujer	18 - 30 años	Si	Si	65g	Calidad	Mantequilla de banano				

Resuestas de formulario 1

Encuesta RUSA.xlsx - Excel

Inicio | Insertar | Disposición de página | Fórmulas | Datos | Revisar | Vista | Programador | Ayuda | Acrobat | ¿Qué desea hacer?

Portapapeles | Pegar | Fuente | Alineación | Número | Formato condicional | Dar formato como tabla | Estilos de celda | Insertar | Eliminar | Formato | Ordenar y filtrar | Buscar y seleccionar | Edición

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
	1 - Sexo	2 - Edad	3 - ¿Su empré	4 - ¿Piensa q	5 - ¿Qué pres	6 - ¿Qué cara	7 - ¿Qué otros productos además de la pulpa de banano consideraría producir?					
362	1/28/2022 13:25:59	Mujer	18 - 30 años	No	Tal vez	200g	Valor agregado	Banano frito				
363	1/28/2022 13:26:07	Mujer	18 - 30 años	No	Tal vez	200g	Valor agregado	Banano frito				
364	1/28/2022 13:31:57	Hombre	31 - 40 años	No	Tal vez	200g	Valor agregado	Banano frito				
365	1/28/2022 13:43:01	Mujer	31 - 40 años	No	Tal vez	200g	Valor agregado	Banano frito				
366	1/28/2022 13:43:08	Mujer	31 - 40 años	No	Tal vez	200g	Valor agregado	Banano frito				
367	1/28/2022 13:43:15	Mujer	31 - 40 años	No	Tal vez	200g	Valor agregado	Banano frito				
368	1/28/2022 13:43:22	Mujer	31 - 40 años	No	Tal vez	200g	Valor agregado	Banano frito				
369	1/28/2022 13:43:31	Mujer	31 - 40 años	No	Tal vez	200g	Valor agregado	Banano frito				
370	1/28/2022 14:07:15	Mujer	51 - 60 años	No	Tal vez	200g	Valor agregado	Banano frito				
371	1/28/2022 14:07:35	Mujer	51 - 60 años	No	Tal vez	200g	Valor agregado	Banano frito				
372	1/28/2022 14:41:12	Mujer	51 - 60 años	No	Tal vez	200g	Valor agregado	Banano frito				
373	1/28/2022 14:41:28	Mujer	51 - 60 años	No	Tal vez	200g	Valor agregado	Banano frito				
374	1/28/2022 14:41:44	Mujer	51 - 60 años	No	Tal vez	200g	Valor agregado	Banano frito				
375	1/28/2022 14:41:52	Mujer	51 - 60 años	No	Tal vez	200g	Valor agregado	Banano frito				
376	1/28/2022 14:56:38	Hombre	51 - 60 años	No	Tal vez	200g	Valor agregado	Banano frito				
377	1/28/2022 14:56:47	Hombre	51 - 60 años	No	Tal vez	200g	Valor agregado	Banano frito				
378	1/28/2022 14:56:56	Hombre	51 - 60 años	No	No	200g	Valor agregado	Banano frito				
379	1/28/2022 14:57:07	Hombre	51 - 60 años	No	No	200g	Valor agregado	Banano frito				
380	1/28/2022 14:57:19	Hombre	51 - 60 años	No	No	200g	Valor agregado	Banano frito				
381	1/28/2022 15:06:18	Mujer	18 - 30 años	No	No	200g	Valor agregado	Banano frito				
382	1/28/2022 15:06:25	Mujer	18 - 30 años	No	No	200g	Valor agregado	Banano frito				
383	1/28/2022 15:06:34	Mujer	18 - 30 años	No	No	200g	Valor agregado	Banano frito				
384	1/28/2022 15:06:45	Mujer	18 - 30 años	No	No	200g	Valor agregado	Banano frito				
385	1/28/2022 15:06:57	Mujer	18 - 30 años	No	No	200g	Valor agregado	Banano frito				

Resuestas de formulario 1

Realización de los cuadros de análisis financiero

Estadística.xlsx - Excel

Inicio ses.

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Programador Ayuda Acrobat ¿Qué desea hacer? Compartir

Calibri 11 A A+ General Fuente Alineación Número Estilos Celdas Edición

	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W
1																				
2	0	Totales		No.	CONEXIONES ELECTRICAS	por unidad	Totales													
3	\$	800.00	\$	350	CABLES Y BREAKERS	\$1.00	\$350.00													
4	\$	500.00	*****		SUBTOTALES		\$350.00													
5					TOTAL ACTIVOS		*****													
6	P. por unidad	Totales																		
7	\$	14.000.00	*****																	
8																				
9																				
10	P. por unidad	Totales																		
11	\$	400.00	\$1.200.00																	
12	\$	200.00	\$200.00																	
13																				
14																				
15	P. por unidad	Totales																		
16	\$	15.00	\$30.00																	
17																				
18																				
19	P. por unidad	Totales																		
20	\$	60.00	\$180.00																	
21	\$	10.00	\$30.00																	
22																				
23																				
24																				
25																				
26																				
27																				
28																				
29																				
30																				

Capital de trabajo Total

Costos de operación

Costos de operación GASTOS PRE-OPERACIONALES

Porcentajes de Depreciaciones

DEPRECIACION

ACTIVOS F Valor

Dep. Anual

TOTAL

100% POR SOCIOS

FINANCIAMIENTO por socios

SOCIOS CAPITAL %:

Peter Cruz ***** 40%:

Anabella ***** 35%:

Ruben Dan ***** 25%:

TOTAL ***** 100%:

fundas 65 g

cilindros fundas 3650

Hoja2 Hoja1

70%



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **JOHN PETER CRUZ HURTADO**, con C.C: # **0929817195** y, **ANABELLA CUADROS CENTENO** con C.C: # **0927220129**, autores del trabajo de titulación: **Factibilidad para producir y comercializar pulpa de banano de Ecuador a Rusia en el año 2022** previo a la obtención del título de **INGENIERO EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE Y LICENCIADA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaramos 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.- Autorizamos 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, 25 de febrero de 2022

f. John Cruz Hurtado

CRUZ HURTADO JOHN PETER
C.C: 0927220129

f. Anabella Cuadros

CUADROS CENTENO ANABELLA
C.C: 0929817195



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Factibilidad para producir y comercializar pulpa de banano de Ecuador a Rusia en el año 2022		
AUTOR(ES)	CRUZ HURTADO JOHN PETER CUADROS CENTENO ANABELLA		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lcdo. Layana Ruiz Javier Francisco, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y EMPRESARIALES		
CARRERA:	COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES		
TÍTULO OBTENIDO:	LICENCIADA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	25 de febrero del 2022	No. DE PÁGINAS:	84 páginas
ÁREAS TEMÁTICAS:	Operaciones Comerciales Internacionales		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	pulpa de banano, factibilidad, Rusia, Ecuador, exportación. banana pulp, feasibility, Russia, Ecuador, export.		
RESUMEN	<p>En la actualidad, la mayor cantidad de producción y desarrollo de subproductos bananeros se centran en el puré de banano y solo para consumo local para producción de pulpa de banano en Ecuador. Sin embargo, ha logrado insertar este producto en el mercado internacional y aumentar la exportación de forma progresiva. Sin embargo, el mercado asiático y el ruso se han estancado en este sentido. El objetivo principal de este trabajo de titulación es: Determinar la factibilidad de exportación de pulpa de banano desde una óptica de diversificación de subproductos, para lograr comprender el potencial de exportación que existe en el sector al innovar y lograr su inserción en Rusia. En términos metodológicos se realizaron 384 encuestas a empleados de empresas exportadoras de banano, de las cuales el 64% piensa que los productos orgánicos se pueden comercializar bien en Rusia; desde el punto de vista de la presentación del producto los encuestados estimaron mejor las presentaciones de 65g (56%) y 200g (23%). El análisis financiero muestra que es factible la exportación de pulpa de banano por la empresa Banapulp S.A.S. la cual se dedica a actividades de comercio internacional hacia Rusia desde el código 0803.00.12.00 ligado a su insumo principal banano cavendish dado que su flujo de caja refleja un TIR de 17% lo cual es mayor que la TMAR de 12.54%.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0983403756	E-mail: john.cruz@cu.ucsg.edu.ec anabella.cuadros@cu.ucsg.edu.ec	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Ing. Mónica Echeverría Bucheli. Mgs. Teléfono: PBX: 043804600 o call center: 2222024, 2222025 ext. 5021, 5129 E-mail: monica.echeverria@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):			