

# UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



## FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

### CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

Tema: “La demanda internacional del banano bocadillo (orito) y la oferta exportable de la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del Sol La Maná – Cotopaxi”

Trabajo de titulación previa la obtención del  
título de Ingeniera en Comercio Exterior y  
Negociación Comercial Internacional

AUTORA: Otavalo Cuaical Jessica Alejandra

TUTOR: MSc. José Luis Vallejo Ayala PhD.

Tulcán, 2021

## Certificado Jurado Examinador

Certificamos que la estudiante Otavalo Cuaical Jessica Alejandra con el número de cédula 040176954-2 ha elaborado el trabajo de titulación: “La demanda internacional del banano bocadillo (orito) y la oferta exportable de la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del sol La Maná – Cotopaxi”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.



Firmado electrónicamente por:  
**JOSE LUIS  
VALLEJO**

.....

Vallejo Ayala José Luis (PhD)

**TUTOR**

Firmado digitalmente por  
**JULIO IVAN  
LOPEZ  
CADENA**  
Fecha: 2021.03.26  
16:41:19 -05'00

.....

López Cadena Julio Iván (MSc)

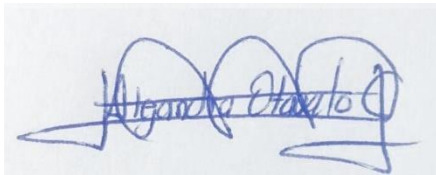
**LECTOR**

Tulcán, marzo de 2021

## **Autoría de Trabajo**

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de **Ingeniera** en la Carrera de comercio exterior y negociación comercial internacional de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Yo, Otavalo Cuaical Jessica Alejandra con cédula de identidad número 040176954-2 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

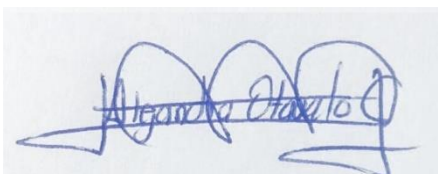


.....  
Otavalo Cuaical Jessica Alejandra  
AUTORA

Tulcán, marzo de 2021

## Acta de Sesión de Derechos del Trabajo de Titulación

Yo, Otavalo Cuaical Jessica Alejandra declaro ser autora de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “La demanda internacional del banano bocadillo (orito) y la oferta exportable de la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del sol La Maná – Cotopaxi” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



.....  
Otavalo Cuaical Jessica Alejandra  
AUTORA

Tulcán, marzo de 2021

## **Agradecimiento**

Gracias a Dios por ayudarme a realizar uno de mis sueños, y por darme fuerzas en tiempos difíciles con tu ayuda, me adelanté.

A mi madre con su apoyo incondicional supo guiarme cada día adelante con sus sabias palabras y enseñanzas me ayudo a culminar mi carrera y cumplir mi sueño anhelado.

A la Universidad Politécnica Estatal del Carchi por haberme abierto las puertas cada día nos inculcaban conocimientos nuevos para poder aplicarlos día a día y así poder ser una profesional.

A mi tutor y lector MSc. José Vallejo y MSc. Julio López por su tiempo brindado que día a día me guiaban para la culminación de mi investigación.

Al Ing. Alex Cañas secretario general de la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del sol La Maná – Cotopaxi por brindarme información confidencial para el sustento de mi investigación.

## **Dedicatoria**

Este trabajo de titulación dedico a mi padre José Otavalo Cachimuel quien supo dejarme el más bonito recuerdo sus enseñanzas, valores y consejos para salir adelante por más difícil que este la situación siempre habrá solución a todo problema. Hoy que ya no estás aquí conmigo siempre te llevo en mi corazón.

A mi madre María Cuaical amiga y confidente con su esfuerzo me ha sacado adelante cada día con sus enseñanzas y consejos que siempre me ha inculcado y me apoyado en todo momento para así poder lograr mi sueño.

A mi hermano Gabriel Otavalo siempre me ha dado aliento para salir adelante y por creer y confiar en mí ha estado a mi lado cuando más lo necesito.

A mi familia que siempre estuvieron atentos cada día dándome aliento muchas gracias y que Dios les bendiga siempre.

## ÍNDICE

I. Problema .....	20
1.1. Planteamiento del Problema .....	20
1.2. Formulación del Problema.....	21
1.3. Justificación.....	22
1.4. Objetivos y Preguntas de Investigación.....	23
1.4.1. Objetivo General.....	23
1.4.2. Objetivos Específicos .....	23
1.4.3. Preguntas de Investigación .....	23
II. Fundamentación Teórica.....	25
2.1. Antecedentes Investigativos .....	25
2.2. Marco Teórico .....	33
2.2.1. Teoría de la Ventaja Absoluta - Adam Smith.....	33
2.2.2. Teoría de la Ventaja Comparativa - David Ricardo .....	33
2.2.3. Nueva Teoría del Comercio Internacional- Paúl Krugman .....	34
III. Metodología.....	36
3.1. Enfoque Metodológico .....	36
3.1.1. Enfoque.....	36
3.1.2. Tipo de Investigación .....	36
3.1.3. Clases de investigación.....	37
3.2. Idea a Defender.....	38
3.3. Definición y Operacionalización de Variables.....	38
3.4. Métodos Utilizados.....	40
3.4.1. Población y muestra.....	40
3.5. Técnica e instrumentos para la recolección de datos.....	41
3.5.1. Entrevista .....	41

3.5.2. Encuesta.....	41
3.6. Análisis Estadístico .....	42
3.6.1. Identificación de los Mercados Internacionales .....	42
3.6.1.1. Clasificación arancelaria.....	42
3.6.2. Análisis Situacional Externo de los Países Seleccionados.....	47
3.6.2.1 Factores Socioeconómicos .....	47
3.6.2.2. Factores Políticos.....	55
3.6.2.3. Factores Legales .....	58
3.6.2.4. Factores Demográficos .....	60
3.6.2.5 Factores Geográficos .....	62
3.6.2.6 Factor Cultural.....	67
4. Estudio Técnico .....	102
5. Estudio Económico Financiero.....	136
IV. Resultados y Discusión .....	148
4.1. Resultados .....	148
4.1.1. Resultados de la Matriz POAM.....	148
4.1.2. Resultados de la encuesta aplicada a los consumidores de banano bocadillo de Los Ángeles – California.....	149
4.2. Discusión .....	160
V. Conclusiones y Recomendaciones.....	166
5.1. Conclusiones.....	166
5.2. Recomendaciones .....	168
IV. Referencias Bibliográficas .....	170
V. Anexos .....	176

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Principales países importadores, miles de USD.....	43
<b>Figura 2</b> Principales países importadores, en toneladas métricas.....	44
<b>Figura 3</b> Principales países exportadores, en miles de USD .....	45
<b>Figura 4</b> Principales países exportadores, en toneladas métricas. ....	46
<b>Figura 5.</b> Producto Interno Bruto - PIB .....	48
<b>Figura 6.</b> PIB Per Cápita.....	49
<b>Figura 7.</b> Inflación de precios al Consumidor (% Anual) .....	50
<b>Figura 8.</b> Tasa de desempleo (% del PEA).....	51
<b>Figura 9.</b> Balanza comercial Ecuador - EE. UU.....	52
<b>Figura 10.</b> Balanza comercial Ecuador - Bélgica .....	53
<b>Figura 11.</b> Balanza comercial Ecuador - Alemania.....	54
<b>Figura 12.</b> Población Económicamente Activa (PEA) .....	61
<b>Figura 13.</b> COVID -19 en cifras .....	62
<b>Figura 14.</b> Principales empresas importadoras en Los Ángeles – California.....	82
<b>Figura 15.</b> Principales empresas ecuatorianas exportadoras al mercado de los EE. UU. ....	83
<b>Figura 16.</b> Importaciones de los Estados Unidos de América.....	84
<b>Figura 17.</b> Exportación de los Estados Unidos de América .....	85
<b>Figura 18.</b> Análisis de los principales competidores de EE. UU.....	86
<b>Figura 19.</b> Macro Localización Provincia del Cotopaxi.....	103
<b>Figura 20.</b> Micro localización .....	103
<b>Figura 21.</b> Distribución interna de la planta procesadora de banana orito .....	104
<b>Figura 22.</b> Organigrama estructural ASOPROTS .....	109
<b>Figura 23.</b> Proceso de Producción (Siembra-cosecha-post cosecha) .....	114
<b>Figura 24.</b> Proceso de Comercialización .....	115
<b>Figura 25.</b> Caja máster, empaque primario .....	117
<b>Figura 26.</b> Diseño de la etiqueta para ingresar al mercado de EE. UU., lado frontal de la caja .....	120
<b>Figura 27.</b> Diseño de la etiqueta para ingresar al mercado de EE. UU., lado reverso .....	120
<b>Figura 28.</b> Elementos a incluir en la unidad comercial .....	121
<b>Figura 29.</b> Localización del puerto destino - LONG BEACH .....	122
<b>Figura 30.</b> Canal de distribución aplicable ASOPROTS .....	126
<b>Figura 31.</b> Estrategias de distribución .....	127

<b>Figura 32.</b> Métodos de entrada a mercados internacionales.....	128
<b>Figura 33.</b> LOAD, número de pallets en el contenedor.....	133
<b>Figura 34.</b> LOAD, número de cajas en el contenedor .....	134
<b>Figura 35.</b> Punto de equilibrio - ASOPROTS .....	147
<b>Figura 36.</b> Nivel de frecuencia de consumo de banana bocadillo .....	149
<b>Figura 37.</b> Consumo de banana baby por rango de edades .....	150
<b>Figura 38.</b> Nivel de frecuencia del consumo de banana bocadillo .....	151
<b>Figura 39.</b> Formas de consumo del producto a exportar .....	152
<b>Figura 40.</b> Lugares de distribución de banana bocadillo .....	153
<b>Figura 41.</b> Conocimiento sobre los nutrientes de la banana baby .....	154
<b>Figura 42.</b> Estimación de precio por kilogramo .....	154
<b>Figura 43.</b> Poder de adquisición del banano bocadillo.....	155
<b>Figura 44.</b> Gustos y preferencias de consumo de banana baby .....	156
<b>Figura 45.</b> País productor de banana bocadillo y preferencia .....	157
<b>Figura 46.</b> Frecuencia de consumo semanal representado en kg.....	158
<b>Figura 47.</b> Métodos de exhibición y oferta de la banana baby .....	159

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Operacionalización de variable dependiente. ....	39
<b>Tabla 2.</b> Operacionalización de variable independiente .....	39
<b>Tabla 3</b> Clasificación arancelaria.....	42
<b>Tabla 4</b> Principales países importadores, expresado en miles de USD. ....	43
<b>Tabla 5</b> Principales países importadores, en toneladas métricas. ....	44
<b>Tabla 6</b> Principales países exportadores, en miles de USD.....	45
<b>Tabla 7</b> Principales países exportadores, en toneladas métricas.....	46
<b>Tabla 8.</b> Producto Interno Bruto - PIB .....	48
<b>Tabla 9</b> PIB Per Cápita .....	49
<b>Tabla 10.</b> Inflación de precios .....	50
<b>Tabla 11.</b> Tasa de desempleo.....	51
<b>Tabla 12.</b> Balanza comercial Ecuador - EE. UU. ....	52
<b>Tabla 13.</b> Balanza comercial Ecuador – Bélgica .....	53
<b>Tabla 14.</b> Balanza comercial Ecuador – Alemania.....	54
<b>Tabla 15</b> Comparativo Balanzas Comerciales .....	55
<b>Tabla 16.</b> Tipo de cambio, EE. UU., Bélgica, Alemania.....	55
<b>Tabla 17.</b> Política comercial, acuerdos comerciales .....	56
<b>Tabla 18.</b> Riesgo país, EE. UU., Bélgica, y Alemania .....	57
<b>Tabla 19.</b> Factores legales, barreras arancelarias.....	58
<b>Tabla 20.</b> Factores legales, barreras no arancelarias.....	59
<b>Tabla 21.</b> Población Económicamente Activa - PEA.....	61
<b>Tabla 22.</b> Estadísticas COVID -19 .....	62
<b>Tabla 23.</b> Factores geográficos, localización.....	63
<b>Tabla 24.</b> Índice de desempeño logístico - LPI .....	67
<b>Tabla 25.</b> Factor cultural, idioma.....	67
<b>Tabla 26.</b> Escala de medición – POAM .....	68
<b>Tabla 27.</b> La matriz POAM (Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio) .....	69
<b>Tabla 28.</b> Resumen de la matriz POAM (Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio) ..	71
<b>Tabla 29.</b> Análisis del mercado destino - EE. UU.....	73
<b>Tabla 30.</b> Participación de consumo .....	76
<b>Tabla 31.</b> Ficha técnica ciudad Los Ángeles - California.....	77
<b>Tabla 32.</b> Eventos y ferias internacionales realizadas en EE. UU.....	79
<b>Tabla 33.</b> Principales empresas importadoras en Los Ángeles – California .....	81

<b>Tabla 34.</b> Principales empresas ecuatorianas exportadoras al mercado de los EE. UU. ....	82
<b>Tabla 35.</b> Importaciones de los Estados Unidos de América .....	84
<b>Tabla 36.</b> Exportación de los Estados Unidos de América.....	85
<b>Tabla 37.</b> Análisis de los principales competidores de EE. UU. ....	86
<b>Tabla 38.</b> Certificaciones orgánicas en mercados internacionales .....	90
<b>Tabla 39.</b> Análisis situacional – Ecuador .....	91
<b>Tabla 40.</b> Información nutricional del banano orito .....	93
<b>Tabla 41.</b> Competencia del producto a nivel nacional.....	94
<b>Tabla 42.</b> Oferta origen del banano orito.....	96
<b>Tabla 43.</b> Proyecciones de la oferta de la banana orito .....	96
<b>Tabla 44.</b> Proyecciones de las importaciones de Los Ángeles – EE. UU. de los años 2015-2019 .....	97
<b>Tabla 45.</b> Proyecciones de las importaciones Estados Unidos .....	98
<b>Tabla 46.</b> Proyecciones de las exportaciones de los EE. UU. de los años 2015-2019 .....	98
<b>Tabla 47.</b> Proyecciones de las exportaciones de EE. UU. ....	99
<b>Tabla 48.</b> Consumo Nacional Aparente (CNA) de banano orito.....	100
<b>Tabla 49.</b> Cálculo de la demanda insatisfecha internacional.....	101
<b>Tabla 50.</b> Empacadora .....	105
<b>Tabla 51.</b> Báscula .....	105
<b>Tabla 52.</b> Bomba de fumigación.....	105
<b>Tabla 53.</b> Máquina de saneo .....	106
<b>Tabla 54.</b> Máquina aspiradora .....	106
<b>Tabla 55.</b> Platos para pesar .....	106
<b>Tabla 56.</b> Garruchas.....	107
<b>Tabla 57.</b> Machete .....	107
<b>Tabla 58.</b> Descripción de la empresa.....	108
<b>Tabla 59.</b> Manual de Funciones Gerente .....	110
<b>Tabla 60.</b> Manual de Funciones Secretaria.....	110
<b>Tabla 61.</b> Manual de Funciones Jefe de Comercialización .....	111
<b>Tabla 62.</b> Manual de Funciones Operario .....	111
<b>Tabla 63.</b> Manual de Funciones Arrumador .....	112
<b>Tabla 64.</b> FODA de ASOPROTS .....	113
<b>Tabla 65.</b> Precio referencial de la competencia internacional .....	115
<b>Tabla 66.</b> Elementos a incluir en la caja de exportación .....	118

<b>Tabla 67.</b> Variedades de cajas para transportar banana.....	118
<b>Tabla 68.</b> Organismos reguladores del ingreso de mercancías de los EE. UU.....	119
<b>Tabla 69.</b> Dimensiones del contenedor.....	121
<b>Tabla 70.</b> Actores de la cadena logística internacional – ASOPROTS.....	123
<b>Tabla 71.</b> Tipos de canales de distribución para ASOPROTS.....	125
<b>Tabla 72.</b> Export Trading Company.....	129
<b>Tabla 73.</b> Información básica del producto.....	129
<b>Tabla 74.</b> Aplicación de láminas protectoras para la unidad comercial.....	130
<b>Tabla 75.</b> Datos del empaque de ASOPROTS.....	131
<b>Tabla 76.</b> Cálculo del peso, caja y pallet.....	132
<b>Tabla 77.</b> Cálculo de las cajas en el pallet.....	132
<b>Tabla 78.</b> Cálculo de pallets en el contenedor.....	133
<b>Tabla 79.</b> Cálculo del P.V.P. a través de los INCOTERMS 2020.....	135
<b>Tabla 80.</b> Estimación de ventas - proyecciones.....	136
<b>Tabla 81.</b> Inversión inicial – ASOPROTS.....	137
<b>Tabla 82.</b> Activos fijos – ASOPROTS.....	138
<b>Tabla 83.</b> Activos diferidos - Gastos de constitución.....	139
<b>Tabla 84.</b> Costos de producción – Proyecciones.....	140
<b>Tabla 85.</b> Gastos operacionales – Proyecciones.....	140
<b>Tabla 86.</b> Sueldos administrativos – Proyecciones.....	141
<b>Tabla 87.</b> Gastos de exportación – Proyecciones.....	142
<b>Tabla 88.</b> Estructura de financiamiento – ASOPROTS.....	142
<b>Tabla 89.</b> Costo de capital promedio ponderado - Con financiamiento.....	142
<b>Tabla 90.</b> Estado de resultados - Con financiamiento.....	143
<b>Tabla 91.</b> Cálculo del período de recuperación de la inversión.....	144
<b>Tabla 92.</b> Valor Presente Neto (VPN).....	145
<b>Tabla 93.</b> Tasa Interna de Retorno (TIR).....	145
<b>Tabla 94.</b> Punto de Equilibrio – ASOPROTS.....	146
<b>Tabla 95.</b> Resumen de la Matriz POAM – Resultados.....	148
<b>Tabla 96.</b> Frecuencia de consumo.....	149
<b>Tabla 97.</b> Edad.....	150
<b>Tabla 98.</b> Consumo en el hogar.....	150
<b>Tabla 99.</b> Forma de consumo.....	151
<b>Tabla 100.</b> Donde se adquiere el producto.....	152

<b>Tabla 101.</b> Nutrientes del banano orito .....	153
<b>Tabla 102.</b> Precios del mercado.....	154
<b>Tabla 103.</b> Atracción del producto .....	155
<b>Tabla 104.</b> Estado de consumo .....	156
<b>Tabla 105.</b> País productor que consume .....	156
<b>Tabla 106.</b> Consumo en kilogramos .....	157
<b>Tabla 107.</b> Oferta del producto.....	158

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo 1</b> Acta de Sustentación de Predefensa .....	176
<b>Anexo 2</b> Carta de compromiso con la empresa.....	177
<b>Anexo 3</b> Certificado del abstract por parte de idiomas .....	178
<b>Anexo 4</b> Guía a expertos de PROECUADOR .....	180
<b>Anexo 5</b> Guía a expertos de AGROCALIDAD .....	182
<b>Anexo 6</b> Guía de entrevista ASOPROTS.....	185
<b>Anexo 7</b> Modelo encuesta aplicada a Los Ángeles-California .....	188
<b>Anexo 8</b> Ficha técnica para negociar con los EE.UU. – PROMPERÚ.....	191
<b>Anexo 9</b> Ficha técnica para negociar con los EE.UU. – PROECUADOR .....	192
<b>Anexo 10</b> Ficha técnica para negociar con Alemania – PROMPERÚ.....	193
<b>Anexo 11</b> Ficha técnica para negociar con Alemania – PROECUADOR .....	194
<b>Anexo 12</b> Ficha técnica para negociar con Bélgica .....	195
<b>Anexo 13</b> Guía Logística – EE.UU. ....	196
<b>Anexo 14</b> Tasa de interés – BANECUADOR .....	198
<b>Anexo 15</b> Gobernador de la provincia del Carchi y Especialista Sectorial de la Zona 1 – PROECUADOR.....	199
<b>Anexo 16</b> Entrevista Agrocalidad .....	200
<b>Anexo 17</b> ASOPROTS.....	201

## Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar la demanda internacional del banano bocadillo (orito) y la oferta exportable de la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del Sol La Maná – Cotopaxi, posteriormente se diseñó el estudio de mercado para identificar los principales mercados importadores y exportadores del producto caso de estudio, estudio técnico y la evaluación económica financiera. Mediante la matriz POAM se determinó como mercado óptimo para realizar la exportación de banana bocadillo, a EE. UU. con una ponderación de 2.36 puntos, considerando los factores socioeconómicos, políticos, culturales, legales, (...), en comparación de Bélgica y Alemania. La recolección de información se la realizó a través de una entrevista abierta direccionada a especialistas zonales y una encuesta estándar para 235 habitantes de Los Ángeles – California como muestra seleccionada, la información cualitativa y cuantitativa se la tomó de bases de datos de TRADEMAP, SANTANDER TRADE, guías logísticas y comerciales de PROECUADOR, COBUS GROUP, (...). Por medio del estudio técnico se organizó de mejor manera la estructura organizacional de ASOPROTS, empaque primario y secundario con las respectivas normas técnicas que exige la FDA y la USDA, el cálculo del cubicaje a través de LOAD en donde se determinó que en un contenedor de 40 pies cabe 25 pallets con 52 cajas c/u, y el P.V.P. \$10,44 en término DDP. Finalmente a través de la evaluación económica, se determinó que el proyecto es factible puesto a que presenta un Valor Actual Neto (VAN) equivalente a \$133.379,71, este valor representa una estimación de la rentabilidad del proyecto, y una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 27%, con un periodo de recuperación de la inversión, en donde la inversión es recuperable en 2 años y 11 meses, considerando los \$283.105,00 de la inversión inicial, vale mencionar que la inversión se la debe recuperar en menos de tres años.

**Palabras clave:** demanda internacional, oferta exportable, mercados internacionales, competitividad, banana bocadillo.

## Abstract

The objective of this research work is to determine the international demand for lady Finger banana and the exportable offer of the “Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del Sol La Maná – Cotopaxi” for which, the market study was designed to identify the main importing markets and exporters of the product, technical study and financial economic evaluation. Moreover, using the POAM matrix the United States was determined as the optimal market with a weighting of 2.36 points. On the other hand, the information collection was carried out through an open interview directed to zone specialists and a standard survey for 235 inhabitants of Los Angeles - California as a selected sample, the qualitative and quantitative information was taken based on data from TRADEMAP, SANTANDER TRADE, logistics and commercial guides from PROECUADOR, COBUS GROUP, (...). Also through the technical study, the organizational structure of ASOPROTS, primary and secondary packaging with the respective technical standards required by the FDA and USDA, the calculation of the cubic capacity was obtained through LOAD where the P.V.P. \$10,44 was established in DDP term. Finally, it was determined that the project is feasible since it presents a Net Present Value (NPV) equivalent to \$133.379,71, this value represents an estimate of the profitability of the project, and an Internal Rate of Return (IRR) of 27%, with an investment recovery period of 2 years and 11 months, considering the \$ 283,105.00 of the initial investment.

**Keywords:** international demand, exportable offer, international markets, competitiveness, lady Finger banana.

## **Introducción**

La internalización empresarial es un proceso por el cual las compañías o sociedades crean y adoptan las condiciones necesarias para ingresar a un mercado internacional, por ende, la innovación y adopción tecnológica en todo proceso productivo y logístico no tiene vuelta atrás, los grandes monopolios dominan el mundo de los negocios internacionales en diferentes economías, previo ingreso a mercado extranjero, las MIPYMES del Ecuador deben conocer y analizar la ventaja competitiva y comparativa de cada mercado al que se pretende ingresar, conocer la logística internacional y cadena de suministros, identificar los costos de penetración en los mercados internacionales, hay que tener en cuenta aspectos culturales, socioeconómicos, sanitarios, normas técnicas y legales, para que el producto o servicio tenga éxito.

El presente proyecto se vincula directamente a la demanda internacional de la banana bocadillo y la oferta exportable de ASOPROTS asociación bananera ecuatoriana, es de vital importancia mencionar que las variables del caso de estudio se direccionan al análisis de mercados internacionales importadores y exportadores a nivel mundial, diagnosticando las oportunidades económicas para generar inversión y empleo directo.

En primer lugar, el capítulo número I se evidencia la problemática de la investigación en donde ASOPROTS desconoce la demanda internacional de la banana bocadillo y aspectos técnicos que exigen los mercados internacionales, justificación en donde se detalla el ¿por qué?, ¿para qué?, ¿para quién?, se realiza el estudio de campo, de igual manera se establece los objetivos que deben de cumplirse con el transcurso de la investigación.

En segundo lugar, el capítulo número II se establece los antecedentes investigativos conformados por 7 artículos científicos indexados y 3 tesis con similitud en sus variables del caso de estudio que puedan aportar en la discusión, posteriormente la filosofía que sustenta el comercio internacional tal sea el caso de la Ventaja Absoluta, Ventaja Comparativa y la Nueva Teoría del Comercio Internacional.

En el capítulo número III se evidencia la metodología con la que se realizó la investigación, partiendo desde el enfoque cualitativo y cuantitativo, se utilizó el tipo de investigación documental y de campo, clase de investigación exploratoria, descriptiva y explicativa, es importante mencionar que los instrumentos para la recolección de información fueron una entrevista abierta direccionada a especialistas zonales y una encuesta estándar para el segmento de mercado seleccionado, PEA de Los Ángeles – California. De igual manera dentro de este capítulo se encuentra el estudio de mercado, técnico y evaluación económica.

Consecuentemente, en el capítulo IV se establece los resultados de la matriz POAM de los países seleccionados EE. UU., Bélgica y Alemania, de la información recolectada a través de la encuesta y entrevista para entrar a una posterior discusión en base a los datos obtenidos con anterioridad.

Finalmente en el capítulo V se presenta las conclusiones y recomendaciones del caso de estudio propuestas por el investigador considerando los datos más relevantes de la investigación de campo. Y en el capítulo VI se expone la referencia bibliográfica.

## **I. Problema**

### **1.1. Planteamiento del Problema**

La globalización afecta a diferentes dimensiones de la sociedad y los negocios internacionales, un mundo caracterizado por una mayor exposición a la competitividad empresarial, la ubicación de las actividades productivas se convierte en un factor importante para el éxito de las organizaciones. La mayor integración socioeconómica global tiene facilidad para que las empresas productoras de bienes y servicios reposicionen sus actividades que a menudo carecen de conocimiento o habilidades necesarias para comprender la complejidad del entorno y planificar acciones que permitan transformar oportunidades de mercados internacionales en beneficio para la población. (Gilles y Baquero, 2016, p.1) El estudio del FMI muestra que la globalización ha intensificado la difusión de tecnología entre países por dos canales, el acceso al conocimiento extranjero que permiten los procesos de globalización y el favorecimiento a la competencia internacional, lo que incentiva a las empresas a innovar y aplicar los conocimientos que se usan en el extranjero.

El Covid -19 (SARS-CoV-2) es una enfermedad infecciosa causada por un coronavirus, descubierto en Wuhan (China) en diciembre de 2019, actualmente es considerada como una pandemia que afecta a muchos países de todo el mundo y en consecuencia representa una perturbación sin precedentes de la economía y el tráfico internacional de mercancías, ya que provoca la contracción de la producción y el consumo en todo el mundo. En base a información establecida por el Banco Central del Ecuador – BCE, en su publicación Evolución de la Balanza Comercial del año 2020, el Ecuador registró un superávit de USD 3,124.6 millones, en donde realizó una exportación de 18,404.1 millones de dólares equivalente a 29,558.3 toneladas métricas (TM) de bienes primarios, y una importación de 15,279.5 millones de dólares equivalente a 13,846.4 TM; mientras que en el año 2019 el país realizó una exportación de 20,309.2 millones de dólares y una importación de 19,884.0 USD dejando un saldo comercial de 425.3 USD.

En el intercambio internacional de musáceas los agricultores y comercializadores de esta fruta, actualmente se enfrentan al cambio de preferencias del consumidor internacional; el incremento de la demanda de banano con certificaciones de calidad como la orgánica o Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) es un factor que por el bajo nivel de tecnificación los agricultores no aplican en sus cultivos siendo este un largo proceso para la obtención de la certificación, quienes se dedican a esta actividad han optado por la producción de cultivo tradicional, según PROECUADOR (2019), apenas el 2% de la producción nacional ecuatoriana cuenta con una

producción orgánica, esto reduce la competitividad en mercados exigentes como el europeo, asiático o estadounidense.

En base a PROECUADOR (2019), el cultivo de banano orito a nivel mundial también se enfrenta a problemas fitosanitarios de plagas y enfermedades de la plantación como la sigatoka negra, cochinilla entre otras, que en ocasiones ha provocado la baja productividad, reducción de los beneficios que perciben los agricultores y por ende reduce las exportaciones del producto.

Los principales problemas de ASOPROTS son la débil organización empresarial, la pérdida de cultivos por el bajo nivel de tecnificación, la falta de certificaciones de calidad como es la orgánica, de igual manera carece de conocimiento para la internacionalización del producto a mercados internacionales para la comercialización.

ASOPROTS carece de conocimiento sobre las oportunidades de negocios internacionales, previo el estudio de mercado, Ecuador mantiene acuerdos comerciales con países extranjeros y Sistemas Generalizados de Preferencias (SGP) que empresas productoras de bienes no tradicionales desconocen. Cabe mencionar que un mercado extranjero es muy exigente en la calidad del producto al ingresar a sus mercados, por consecuencia hay que conocer las certificaciones internacionales que garantizan las buenas prácticas agrícolas y productivas para ser más competitivos en la región y el mundo.

## **1.2. Formulación del Problema**

¿Como incide la demanda internacional de banano bocadillo (orito) en la oferta exportable de la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del Sol La Maná – Cotopaxi?

### **1.3. Justificación**

Esta investigación es factible desarrollar puesto que la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del Sol, necesita conocer las normas y procedimientos para una exportación adecuada del producto hacia el mercado internacional generando actividad económica en el sector oritero del cantón La Maná.

Es necesario aclarar que el Covid -19, pandemia mundial declarada por la Organización Mundial de la Salud – OMS, afectó de manera negativa al comercio mundial entre naciones y consigo trajo modificaciones en todos los actores que intervienen en la cadena logística internacional y cadena de suministros. Las instituciones que se encargan de controlar y verificar que la mercancía cumpla con los protocolos para nacionalizarse, han adoptado nuevas normas legales de ingreso con el uso de la tecnología con el fin de proteger a la población, más exigencias en la manipulación de la mercancía en el país de origen para que el producto sea de calidad y apto para el consumo. El Covid -19 ha interrumpido las actividades económicas tales como la agricultura, la mayoría de los mercados alimenticios mantienen preocupación por la seguridad alimentaria a medida que los países anuncian mayor restricción comercial, y por consiguiente el investigador debe dar información precisa sobre el acceso a mercados internacionales.

Además, Ecuador se ha caracterizado por ser un país destacado en la producción de musáceas y su comercialización a mercados internacionales. El banano, el plátano verde y el banano bocadillo (orito) son apetecidos en el mercado europeo, norteamericano y países asiáticos. El Ecuador tiene ventaja en la producción de banano orito, debido al excelente clima en que se producen, haciendo que la fruta goce de una excelente calidad y tenga gran aceptación en el exterior. En este sentido, el presente trabajo investigativo se basa en el criterio de apoyar desde la academia a la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra Sol ASOPROTS de la Maná – Cotopaxi. Es pertinente a la Carrera de Comercio Exterior establecer modelos de procesos de comercialización en apoyo a la Asociación mencionada, pues el escaso conocimiento de nuevos mercados alternativos para enviar la fruta impide cubrir parte de estas demandas, a pesar de que la Asociación cuenta con fruta disponible para la exportación.

La importancia del estudio de las alternativas de mercado ha radicado en encontrar el mercado óptimo, con ello ASOPROTS se beneficiará de la presente investigación para exportar la fruta después de haber evaluado aspectos macro como económico, geográficos, sociales y políticos y aspectos micro como las características de la demanda como gustos y preferencias de los consumidores.

Por otra parte, es de utilidad para ASOPROTS determinar la viabilidad económica-financiera en la exportación de la fruta al mercado óptimo, esto es determinar costos, tiempo y utilidad, de este modo se verán favorecidos directa e indirectamente los actores de la producción, sus trabajadores, empresas de transporte entre otros inmersos en el proceso productivo y comercial del banano bocadillo (orito). Consecuentemente, se mejorará la calidad de vida de las familias y la población donde se encuentra la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del sol la Maná-Cotopaxi, así como también se contribuirá al crecimiento comercial de las exportaciones ecuatorianas, cubriendo parte de la demanda insatisfecha en el mercado identificado.

Una de las principales obligaciones de los Ingenieros en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional, es dar soluciones respectivas a la problemática que se presente en el entorno del intercambio comercial entre países, para el caso de estudio se diagnostica las oportunidades de mercados internacionales considerando los tres principales importadores a nivel mundial de banano orito, Estados Unidos de América, Alemania y Bélgica, seleccionando el mercado más óptimo para la exportación de dicho producto de ASOPROTS.

#### **1.4. Objetivos y Preguntas de Investigación**

##### **1.4.1. Objetivo General**

- Determinar la demanda internacional del banano bocadillo (orito) y la oferta exportable de la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del sol La Maná – Cotopaxi.

##### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- Fundamentar bibliográficamente la demanda internacional y la oferta exportable de banano bocadillo (orito).
- Diagnosticar la situación de la demanda internacional de banano bocadillo (orito) y la oferta exportable de la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del sol La Maná – Cotopaxi.
- Realizar un estudio técnico y económico para identificar la viabilidad de la exportación de banano bocadillo (orito) hacia mercados internacionales.

##### **1.4.3. Preguntas de Investigación**

- ¿Cuál es la oferta exportable de Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del sol La Maná – Cotopaxi?

- ¿Cuáles son los principales mercados internacionales demandantes de banano bocadillo orito?
- ¿Cuál es la demanda internacional insatisfecha de banano bocadillo orito en el mercado internacional?
- ¿Qué acuerdos comerciales existen en el mercado internacional para la importación de nuestro producto?
  - ¿Cuál es el canal de distribución más idóneo para realizar la exportación?
  - ¿Cuál es el proceso de producción del banano orito para exportación?
  - ¿Cuáles son las barreras arancelarias y no arancelarias del banano bocadillo (orito) en el mercado internacional?
- ¿Cómo afecta el Covid – 19 (SARS-CoV-2) en la oferta y demanda del banano orito?

## II. Fundamentación Teórica

### 2.1. Antecedentes Investigativos

Estos antecedentes fueron seleccionados para dicha investigación el cual cuenta con tres tesis de investigación referente al tema y siete artículos científicos los cuales se detallan a continuación:

#### 2.1.1. Antecedente Investigativo N° 1

Mendoza (2017), en su trabajo de investigación denominado: *Análisis de Oferta y Demanda del Banano en la Provincia de El Oro y Ecuador en los últimos ocho años*, de la Universidad Técnica de Machala, el propósito de este trabajo práctico es analizar las fuerzas del mercado que existieron en Ecuador y la producción bananera durante el período 2009-2016. Con el fin de analizar la evolución de las exportaciones de banano de Ecuador en los últimos ocho años, considerando los tipos de comercio internacional más importantes del país, el porcentaje de área sembrada en cada provincia, el rendimiento y la participación de las principales provincias productoras del cultivo. Actualmente el país es considerado el primer exportador mundial de banano porque concentra el 28,4% de la oferta mundial y tiene una superficie de plantación de 186.221 hectáreas, que corresponde principalmente a las provincias de Los Ríos, El Oro y Guayas. La provincia de El Oro es considerada la segunda provincia más productiva, concentrando el 22,8% de las exportaciones totales, generando una gran cantidad de ingresos para el país, gracias a la economía nacional, que se beneficia de los mercados internacionales (como la Unión Europea, Estados Unidos y Estados Unidos) Los Estados Unidos de América y la Federación de Rusia han importado el 55% de la cantidad total de fruta. (Mendoza, 2017, p. 2)

**Aporte a la Investigación:** Esta investigación se la realizó mediante un análisis de oferta en el cual Ecuador es el principal exportador de banano hacia el mundo aporta con un 28,4% de la oferta mundial y la demanda, en la actualidad sus principales países importadores son la Unión Europea, Estados Unidos de América y la Federación de Rusia quienes demandan el 55 % de la fruta antes mencionada también recalca que la provincia de El Oro se encuentra en el segundo lugar con mayor producción a nivel nacional.

### **2.1.2. Antecedente Investigativo N° 2**

Terán (2018), en su trabajo de investigación denominado: *Análisis del Proceso Logístico y su incidencia en la exportación de Banano de la Compañía JORCORP S.A*, de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, en la actualidad, para lograr la exportación exitosa de banano, hay diferentes factores a nivel de completar los diferentes procesos, como la tecnología y el cuidado de la fruta desde la cosecha, corte y empaque hasta que la mercadería sea almacenada para la exportación. Todas estas pautas deben enfocarse en comprobar la calidad de la fruta y conseguir que llegue al consumidor en las mejores condiciones, pues habitualmente el producto se envía a los clientes que distribuyen la fruta a varios puntos de venta en el país de destino. Se encuentra la compañía ecuatoriana Jorcorp SA se dedica desde hace muchos años a la compra y venta de banano a nivel local y exporta a los principales mercados de Chile y Argentina. La empresa ha desarrollado diferentes procesos agrícolas, técnicos y logísticos, encontrando en ellos ciertas deficiencias que a largo plazo pueden afectar las ventas de exportación. Por tanto, este estudio se propone determinar las causas de estos inconvenientes para proponer posibles soluciones (Terán, 2018, p. 1)

**Aporte a la Investigación:** Esta investigación aplica un estudio para determinar la oferta exportable de banano de la compañía Jorcorp S.A y el porcentaje de rechazo que maneja para así detallar los diferentes procedimientos logísticos al momento de exportar dicha fruta, antes se detalla que no tenga fallas para así con esto obtener medidas correctivas necesarias al momento del manipuleo de la fruta estas sean favorables al momento del embarque para que así llegue conforme la fruta hacia el cliente actualmente exporta a los mercados de Chile y Argentina .

### **2.1.3. Antecedente Investigativo N° 3**

Freire y Jaime (2015), en su trabajo de investigación denominado: *Desarrollo de un proyecto de exportación del Orito orgánico, con la finalidad de impulsar la marca ecuatoriana en el mercado asiático*, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, El Ecuador tiene una mayor actividad económica en la agricultura esta es una de las actividades más importantes y ha generado los mayores ingresos de divisas para el país, por lo que se ha planteado proponer una nueva línea de producción orgánica. Se prevé desarrollar el proyecto de exportación orgánica Orito de Ecuador para promover la marca del país, con el fin de promover cambios en la matriz productiva, y de esta manera incrementar la exportación de productos no tradicionales a nuevos mercados, aumentando la visibilidad de la marca a nivel mundial.. (Freire y Jaime, 2015, p. 18)

**Aporte a la Investigación:** Esta investigación identifica al mercado asiático como una gran oportunidad para introducir el banano orito ecuatoriano y poder fidelizar la marca país se desarrolla un estudio de mercado, estudio de factibilidad, estudio administrativo y estudio económico – financiero en el cual concluye que un producto 100% natural sin químicos al mercado asiático es factible cabe mencionar que el consumo de productos orgánicos tiene una excelente aceptación en la población.

#### **2.1.4. Antecedente Investigativo N° 4**

FAO (2020), en su artículo científico denominado: *Análisis del mercado del Banano-2019*, Los análisis del mercado del banano se publican anualmente para los miembros y observadores de grupos intergubernamentales y frutas tropicales, Comité de Problemas de Productos Básicos. Fue preparado en Roma por el Grupo de la Cadena de Valor Mundial a Responsables de la División de Comercio y Mercados de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). Los cuadros que figuran recopilan información proporcionada por la FAO y complementan los datos obtenidos de otras fuentes , especialmente en términos de estimaciones preliminares. El equipo de Cadena de Valor Mundial Responsable proporciona investigación y análisis sobre la cadena de valor global de los productos agrícolas, así como datos económicos y análisis de frutas tropicales. La revista incluye análisis de mercado, evaluación de prospectos y pronósticos para bananos y frutas tropicales. De manera similar, el grupo ayuda a los países en desarrollo a diseñar e implementar políticas nacionales relacionadas con cadenas de valor agrícolas responsables. (FAO, 2020, p. 7)

**Aporte a la Investigación:** Este artículo menciona el análisis de las exportaciones mundiales como son América Latina aumentaron un 3 % en 2019, exportaciones del Caribe hubo una disminución del 10.9 % en el 2019, exportaciones asiáticas tubo un aumento del 42 % en el año 2019 y las exportaciones de África se redujeron un 2.5 % en el año del 2018 también se realizó un análisis en las importaciones netas mundiales cabe recalcar que los principales importadores de la Unión Europea son Alemania, Reino Unido e Italia se observó una reducción de consumo esto se da por la principal competencia, las importaciones de Estados Unidos disminuyo en un 21% de volumen y es el segundo importador de banano a nivel mundial como también se realizó un análisis de los desafíos recientes que están afectando al cultivo del banano como son diferentes enfermedades.

### **2.1.5. Antecedente Investigativo N° 5**

Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (2016), en su artículo científico denominado: *Fortalecimiento de pequeños productores de banano orgánico; integración de actores, manejo sostenible de plagas y estrategias de salud de suelos*, Actualmente, la comunidad internacional considera el consumo de productos naturales por problemas de salud y el abuso de químicos en el procesamiento de alimentos. Por lo tanto, cada vez que el aumento de la demanda de productos orgánicos se relaciona con la demanda internacional este tiene exigencias, la mayor parte de la demanda de productos orgánicos proviene de mercados extranjeros. Protegen el medio ambiente durante el proceso de producción y cuidan la salud de los trabajadores y consumidores con mayor valor nutricional. En comparación con los productos tradicionales, el mercado preferencial de productos orgánicos está creciendo y todos los productos orgánicos comercializados en el mercado internacional deben estar certificados para que puedan llevar las palabras "orgánico" o "biológico" en sus etiquetas. Esto puede garantizar que el producto no contenga residuos tóxicos y no contamine el medio ambiente durante el proceso de producción. Por tanto, el principal valor añadido es la certificación orgánica, que controla el proceso de limpieza de todo el proceso. (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias , 2016, p.6)

**Aporte a la Investigación:** El principal aporte a la investigación identifica al banano como la actividad agrícola con mayor dinamismo y de gran aporte al país, los principales exportadores de la fruta están ubicados en Ecuador, con un 28% de participación en el mercado internacional para el 2016 y que internamente representa la cuarta parte del PIB agrícola en el sector bananero es el segundo producto más exportado. Hace énfasis que los productos orgánicos existe un creciente mercado lo más primordial es la certificación orgánica esta garantiza un manejo adecuado durante el proceso de producción y por otro lado la certificación Fair Trade contribuye a la competitividad del producto en mercados internacionales. Identifica a los mercados de Japón, Europa y Estados Unidos como mercados potenciales para la exportación de bananos.

### **2.1.6. Antecedente Investigativo N° 6**

Cruz et al. (2016), en su artículo científico denominado: *Propagación in vitro del cultivar de banano Orito (Musa Acuminata AA)* de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, el método tradicional de propagación del banano no puede satisfacer las necesidades de los cultivos, ni puede garantizar que se obtengan plantas libres de enfermedades o de alto rendimiento debido a la invasión de enfermedades al propagarse por métodos tradicionales. La

micropropagación in vitro es una herramienta que permite a las plantas obtener las siguientes excelentes características: salud, alta vitalidad y rendimiento de frutos. Por ello, en este estudio se estableció un protocolo para la propagación in vitro de la variedad de banano Orito (*M. acuminata* AA), dividido en cuatro etapas (establecimiento, propagación, enraizamiento y acondicionamiento). Se partió de cormos, a los que se les realizaron los respectivos rebajes antes de llevarlos al laboratorio. (Cruz et al. 2016, p.1)

**Aporte a la Investigación:** Este artículo menciona que Ecuador es un país especializado por su clima y características del suelo son adecuadas para el cultivo de banano orito se realiza en las provincias de Guayas, Azuay, El Oro, Bolívar, Cotopaxi y Chimborazo ya sea orgánica y tradicional identifica a Estados Unidos y la Unión Europea principales mercados con mayor demanda de banano orito. Concluye los riesgos a los que se enfrenta las plantaciones de banano orito son la sigatoka negra, *Ralstonia solanacearum* y la enfermedad de Panamá factores que limitan el rendimiento de la productividad y que implican un riesgo alimentario y para el establecimiento de nuevos cultivos y mediante la propagación in vitro que se desarrolló menciona que después de dos meses están listan para ser trasladadas en el campo.

#### **2.1.7. Antecedente Investigativo N° 7**

Ibarra (2020), en su artículo científico denominado: *Análisis de las Exportaciones de Banano en el Marco Comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea* confirma a partir del 1 de enero de 2017, el propósito de este estudio es analizar los cambios en las exportaciones de banano y cuidadosamente elaborados por la empresa (ACM). En Ecuador, el cultivo de banano es el principal producto de exportación del cultivo de camarón, de ahí la importancia de la investigación. Los métodos de investigación utilizados son: deducción e inducción. Antes de la implementación (ACM) entre la UE y Ecuador (2014-2016), se realizó un análisis comparativo de las exportaciones. Para este análisis se utilizó el programa estadístico Infostat, y se utilizó una regresión lineal simple para predecir el volumen de exportaciones de banano a la UE en 2019. Se utilizaron datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería. El análisis muestra que tomando en cuenta y comparando el promedio entre los dos períodos, las exportaciones de banano entre la UE y Ecuador han aumentado debido a la firma del 19,5% de la Unión Europea (ACM). Desde 2020, los exportadores de banano ecuatoriano pueden competir en igualdad de condiciones con sus principales competidores Colombia, Perú y Costa Rica para exportar banano a la (UE). Con la implementación del nuevo acuerdo comercial con este bloque, los aranceles se han reducido en 97 euros por tonelada métrica en 2017; 90 en

2018; 83 en 2019; y 75 euros este año. Mejorar la competitividad de esta forma. (Ibarra, 2020, p. 1)

**Aporte a la Investigación:** Es muy importante para los productores Micro, Pequeñas y Medianas Empresas porque ellos son los principales beneficiarios con el acuerdo para las exportaciones no petroleras en el cual está inmerso el tema del banano es decir que habido un aumento en las exportaciones de dicho producto con la firma del Tratado de Comercio Multipartes para que así tengan participación en el mercado europeo. Cabe mencionar que Ecuador tiene competidores como son Colombia, Perú y Costa Rica estos países hacen la exportación hacia la Unión Europea.

#### **2.1.8. Antecedente Investigativo N° 8**

García y Juca (2016), en su artículo científico denominado: *Estudio de los Eslabones de la Cadena De Valor del Banano en la provincia de El Oro* menciona la cadena de valor es una serie de actividades necesarias para obtener un producto o servicio, agrega valor al producto final y trae beneficios a productores y consumidores. Ecuador es conocido como uno de los principales exportadores de banano del mundo y este producto representa un alto porcentaje del PIB. Hay miles de productores de banano, la mayoría de ellos ubicados en la provincia de El Oro, que es una de las regiones costeras con un clima ideal para la producción. Este artículo describe la cadena de valor de la producción bananera: el proceso de producción, industrialización, venta, distribución y transporte al consumidor final. La descripción del ciclo completo puede hacer un análisis integral de los factores económicos y de mercado que afectan la industria agrícola bananera. (García y Juca, 2016,p. 1)

**Aporte a la Investigación:** Ecuador es el principal exportador de banano este es muy apetecido por su calidad y sabor en el mundo se realizó un estudio de cadena de valor esta herramienta sirve para verificar las ventajas y desventajas de los eslabones desde la producción, comercialización hasta llegar al consumidor final cabe recalcar que el banano se encuentra en el cuarto puesto como producto alimentario a nivel mundial y las empresas multinacionales tenemos a Bonita (Bananera Noboa) empresa exportadora ecuatoriana que se sitúa en el quinto lugar es el mayor productor de este producto.

#### **2.1.9. Antecedente Investigativo N° 9**

Arguello (2020), en su artículo científico denominado: *Desarrollo empresarial socio económico en la producción del orito* el presente trabajo Se analizaron las actividades de los factores sociales y económicos provocados por la producción del orito, aumentando así el

empleo en este sector; en este campo, apareció el efecto intermediario, por lo que no pagaban el precio oficial del orito a los productores directos; sin embargo, debido a que los productores promueven desarrollo económico mediante la compra de herramientas, maquinaria, semillas, fertilizantes e insumos, para que el sector contribuya al desarrollo socioeconómico. El propósito de la encuesta es analizar la cadena de comercialización de Orito y determinar la cantidad de fuentes de trabajo que generan bienestar económico y social. En cuanto a la metodología, utiliza un enfoque cualitativo, utilizando inducción y deducción de una muestra de 388 residentes del Cantón Caluma de la provincia de Bolívar, y utilizando técnicas de encuesta y cuestionario. El principal resultado obtenido es que dado que el número de empleados requerido es de 2 empleados por hectárea, las 510 hectáreas de plátano Orito que se producen en Guangzhou brindan oportunidades de empleo a 255 familias y Caluma distribuye sus productos a Ecuador para la exportación. (Arguello, 2020, p. 21)

**Aporte a la Investigación:** La agricultura cantón Caluma es importante para el sustento económico, el banano orito ha forjado economía creando empleos a las familias permitiéndoles al desarrollo de su negocio, mejorando su calidad de vida y generando ingresos, el desarrollo socioeconómico se debe de tener en cuenta el crecimiento contable y financiero para tener una excelente producción y así lograr un producto de alta calidad y a menor precio consiguiendo competir en el mercado nacional como internacional.

#### **2.1.10. Antecedente Investigativo N° 10**

Terán (2017), en su artículo científico denominado: *Análisis de los Procesos Logísticos y su Incidencia en la Exportación del Banano Ecuatoriano* menciona que el proceso de empaque, estiba y transporte a seguir, se sumergirán ciertos defectos en la fruta de banano para exportación. En cada etapa, se pueden mencionar ejemplos de factores que deben realizarse correctamente, pues de acuerdo con su nivel óptimo de desarrollo, pueden conducir a la calidad del fruto a exportar, como se describe a continuación: al momento de la cosecha, el nivel de fertilización y riego de agua, una vez que nacen estos racimos, se coloca cada uno en las fundas usualmente azules, que contienen ingredientes insecticidas llamados "Vapona". El encargado del enfundado debe atar una cinta que corresponderá a la semana en que nació el fruto, para luego poder calcular la edad del fruto. Corte. Estos racimos se deben cuidar en la plantación durante su período de crecimiento. De acuerdo con la situación explicada, se han aclarado las condiciones necesarias para el análisis de los diferentes procesos logísticos para la exportación de banano, lo que nos permite comprender las diversas deficiencias en el desarrollo del negocio

logístico y brindar sugerencias de soluciones y soluciones. Verificar la posibilidad de fallas técnicas operativas en las exportaciones de banano. (Terán, 2017, p.3)

**Aporte a la Investigación:** Este artículo menciona los procesos para la exportación del banano para realizar el envío exitosamente se debe tener en cuenta los cuidados de la fruta desde la cosecha hasta llegar al consumidor en óptimas condiciones, se debe de tomar en cuenta las medidas correctas en cada etapa de la logística de exportación como transporte, empaque, paletizado, logística interna, logística transporte internacional. Ecuador tiene ventaja competitiva de ser proveedor mundial de banano debido a su alto nivel de producción que el de sus competidores.

## **2.2. Marco Teórico**

Las filosofías que sustentan el trabajo de investigación de oportunidades de mercados internacionales para ASOPROTS empresa productora de banano bocadillo (orito) en el cantón La Maná de la provincia de Cotopaxi, se sustentan en las filosofías descriptivas seleccionadas son: la ventaja absoluta, ventaja comparativa y la nueva teoría del comercio internacional.

### **2.2.1. Teoría de la Ventaja Absoluta - Adam Smith**

A partir de una idea de libre comercio, se establecía que cada país puede especializarse en la producción de los bienes en los cuales tuviera una ventaja absoluta, es decir aquellos bienes que los pueda producir de manera más eficiente que otro país e importar otros bienes que los produzca de manera menos eficiente. Smith pensaba que esta especialización generaría un incremento en la producción mundial, el mismo que sería beneficioso para todos los países participantes del comercio internacional. (Moreno, 2016, p.9)

Para Smith existe una relación directa, entre el tamaño del mercado y los niveles de especialización, pues afirma que, a mayor tamaño del mercado, mayor especialización y productividad del trabajo. Por lo tanto, el libre comercio internacional expande el mercado, lo que a través de un aumento de la productividad del trabajo conduce al bienestar mundial vía aumentos de la producción y disminución de precios. (Moreno, 2016, p.9)

El Ecuador posee ventaja absoluta en la producción de banano bocadillo (orito), en primer lugar por el clima cálido de algunas zonas del país apto para la producción de esta fruta tropical, en segundo lugar los agricultores bananeros se especializan en la producción de banana bocadillo debido a que es un producto muy apetecido en mercados internacionales y con bajos costos de producción, hay que comprender a mayor demanda del producto mayor será la especialización sectorial del cultivo. La temática que comprende esta filosofía es el Libre Comercio entre naciones, ahora bien, para que haya libre comercio se debe de eliminar barreras arancelarias y dar facilitación al comercio internacional. ASOPROTS tiene capacidad productiva a largo plazo para ingresar a mercados extranjeros, la generación de mano de obra directa es el patrón único de medida frente al tiempo y la distribución.

### **2.2.2. Teoría de la Ventaja Comparativa - David Ricardo**

La ventaja comparativa es la capacidad de una persona, empresa o país para producir un bien utilizando relativamente menos recursos que otro, es uno de los fundamentos básicos del

comercio internacional asume como factores decisivos los costos relativos de producción y no los absolutos, en otras palabras, las naciones producen bienes que le supone un costo relativo más bajo respecto al resto del mundo. Las economías deben de especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes que pueden fabricar o producir a costos relativamente más bajos, producción más eficiente. Aunque un país no tenga ventaja absoluta al producir algún bien o servicio, podrá especializarse en aquellas mercancías en las que encuentre una ventaja comparativa mayor y poder participar finalmente en el mercado internacional, en ese sentido puede potenciar su comercio exterior. (Sánchez, 2020, párr. 5)

El trabajo de investigación se relaciona directamente con la ventaja comparativa, puesto a que la idea básica es la especialización de bienes o servicios a costos reducidos, es decir, el Ecuador debe de producir lo que hace mejor de forma eficiente y no producir lo que hace mejor de forma absoluta. Hay que mencionar la diferencia con la teoría de la ventaja absoluta se enfoca en que no se produce lo que al país le cuesta menos, sino aquel producto con menores costos comparativos, es decir, el Ecuador tiene ventaja comparativa a otros países tales como, Costa Rica, Colombia, debido a que los costos de oportunidad en la producción de banano bocadillo son inferiores. En otras palabras, el Ecuador al producir plátano o banano debe de sacrificar menos dejando la producción de café, previa exportación.

### **2.2.3. Nueva Teoría del Comercio Internacional- Paúl Krugman**

Paul Krugman sostiene que parte del comercio internacional, especialmente el comercio entre países parecidos (por ejemplo con abundancia de capital), es explicado por la existencia de la competencia imperfecta y de economías de escala crecientes. La competencia imperfecta como la competencia monopolística implica que estos países producen productos semejantes pero diferenciados (productos no homogéneos). Las economías de escala significan un menor costo unitario por producción en volúmenes grandes; es decir, la producción en grandes volúmenes a escala mundial sería más eficiente. De esta manera empresas que producen productos semejantes en diferentes países competirán unas contra otras. (Aguirre, 2018, párr. 4)

Esta filosofía se vincula directamente al trabajo de investigación, debido a que, el Ecuador es un país exportador de productos primarios para los cuales tiene abundancia en recursos naturales, abundancia en factor de producción. La producción de banana bocadillo es intensiva, es de vital importancia mencionar que esta teoría se sustenta estrictamente en la existencia de competencia imperfecta y de economías de escala creciente, en el Ecuador no

existen monopolios, ni posee una economía de escala debido a que es un país agrícola, ganadero, pesca, floricultura, exportación de petróleo, (...), y no significan un menor costo unitario por producción en volúmenes grandes, es decir la producción en grandes volúmenes a escala mundial sería más eficiente

### **III. Metodología**

#### **3.1. Enfoque Metodológico**

##### **3.1.1. Enfoque**

###### **3.1.1.1. Enfoque cualitativo.**

La investigación cualitativa se basa en recolectar información necesaria para analizar cualidades o características de un objeto o individuo, este no logra recoger datos no numéricos es muy importante porque se utiliza diferentes técnicas como son las encuestas, entrevistas mediante la observación. (Salazar y Del Castillo, 2018, p. 16)

Dentro de la investigación se utilizó el enfoque cualitativo porque se realizó el estudio de mercado para identificar las características gustos y preferencias del consumidor en el mercado objetivo para la exportación del banano bocadillo (orito) como también se realizó el análisis de los procesos de producción y comercialización de la oferta exportable de la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del sol La Maná – Cotopaxi.

###### **3.1.1.2. Enfoque cuantitativo.**

La investigación cuantitativa ayuda a la recopilación de datos numéricos y análisis de información mediante estadísticas matemáticas con el fin de cuantificar y describir la relación entre las variables dependiente e independiente con el fin de obtener resultados verídicos mediante datos numéricos. (Salazar y Del Castillo, 2018, p. 17)

El enfoque cuantitativo se lo utilizó mediante la recolección de datos para el cálculo de la oferta exportable y la demanda internacional insatisfecha, en base a TRADE MAP, SANTANDER TRADE, BANCO MUNDIAL, PUDELECO el cual nos arroja datos viables para el acceso al mercado óptimo mientras que en el estudio económico se realizó el cálculo de costos de producción el que permitió mediante indicadores como el TIR y el VAN determinar la viabilidad de la exportación de banano bocadillo (orito) a mercados internacionales.

##### **3.1.2. Tipo de Investigación**

###### **3.1.2.1. Documental**

La investigación documental se encarga de recolectar, seleccionar y analizar información de diferentes investigadores en fuentes documentales ya existentes mediante libros, periódicos, revistas, registros audiovisuales o electrónicas entre otras con el fin de

obtener nuevos conocimientos para dicha investigación a realizar. (Salazar y Del Castillo, 2018, p.19)

La investigación documental permitió fundamentar teóricamente las variables dependiente e independiente para el cumplimiento del primer objetivo específico. De igual manera la recolección de información bibliográfica, antecedentes investigativos, marco teórico y la fundamentación legal en la que se basa la exportación de banano bocadillo (orito).

### **3.1.2.2. De campo.**

La investigación de campo es un proceso que ayuda en la recolección de información y datos basados a la realidad, comprende en que el investigador tiene contacto directamente en el lugar de los hechos e interactúa y participa en la vida diaria con el individuo que se está estudiando para obtener resultados verídicos. (Gallardo, 2018, p.53)

La investigación es de campo debido a que se tiene contacto directo con el objeto de estudio, la recolección de información primaria se la realizó a través de una entrevista abierta direccionada a especialistas de PROECUADOR, la Asociación productora de banano bocadillo ASOPROTS y AGROCALIDAD de la provincia del Cotopaxi, y una encuesta cerrada dirigida estrictamente a la muestra del caso de estudio en Los Ángeles California, de igual manera se recolectó información de fuentes de información primaria tales como fichas técnicas, bases de datos de TRADE MAP, SANTANDER TRADE, BANCO MUNDIAL, PUDELECO, (...).

### **3.1.3. Clases de investigación**

#### **3.1.3.1. Exploratoria**

La investigación exploratoria permite obtener información para llevar a cabo un problema que aún no ha sido rotundamente definido, este nos ayuda a tener una investigación más completa indagando problemas nuevos, estableciendo futuras investigaciones que permitirá el manejo del objeto de estudio. (Gallardo, 2018, p.53)

En el contexto de la investigación exploratoria el investigador está sujeto adoptar cambios en el transcurso del trabajo, considerando los estudios realizados con anterioridad dando realce a las variables del caso de estudio la demanda internacional y la oferta exportable, a través del estudio se encuentran las respuestas a las interrogantes propuestas en el capítulo anterior e identificar y delimitar el planteamiento del problema.

### **3.1.3.2. Descriptiva.**

La investigación descriptiva forma parte de la estadística esta se basa en describir y analizar las características de dicha población a estudiar con esto se obtienen conclusiones eficaces para realizar el análisis de la información conseguida utilizando técnicas como es la encuesta y la observación. (Salazar y Del Castillo, 2018, p. 14)

Es de tipo descriptivo puesto a que se estudia la demanda internacional del banano bocadillo (orito) a través de información primaria de bases cuantitativas del comercio exterior, estableciendo la verdad sobre los principales países importadores y exportadores de la fruta tropical, demostrando la idea a defender planteada por el investigador. En el contexto de la oferta exportable de banana bocadillo producida por ASOPROTS, es de vital importancia mencionar que el producto primario es fuerte en carbohidratos y vitamina A, C, E, ácido fólico, complejo B, y azúcares, así como importantes minerales como potasio, hierro y magnesio; por ende el consumidor internacional es muy cuidadoso en sus hábitos alimenticios.

### **3.1.3.3. Explicativa**

La investigación explicativa se la realiza para encontrar la causa y efecto de dicho fenómeno a estudiar permite al investigador comprender el problema eficiente esta investigación se basa en responderse unas preguntas del por que ocurre dicho fenómeno para así obtener ampliar el conocimiento. (Gallardo, 2018, p.54)

Esta investigación ayuda a explicar la causa y efecto del caso de estudio donde se encontró las razones del porque no existe una adecuada comercialización de productos no tradicionales como es el banano bocadillo (orito).

## **3.2. Idea a Defender**

La demanda internacional del banano bocadillo (orito) facilita la Oferta exportable de la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del sol La Maná – Cotopaxi.

## **3.3. Definición y Operacionalización de Variables**

A continuación se detalla la operacionalización de la variable dependiente e independiente del caso de estudio, oferta exportable y demanda internacional.

**Tabla 1.**  
Operacionalización de variable dependiente.

Tipo de variable	Variable	Dimensión	Indicador	Técnica	Instrumento
Dependiente	Oferta Exportable	Entorno	Situación actual de ASOPROTS	Entrevista	Encuesta
		Oferta	Capacidad de producción de la empresa. Principales empresas exportadoras del producto.	Entrevista Documental	Encuesta
		Producto	Descripción del producto. Oferta exportable	Documental	Datos secundarios

**Tabla 2.**  
Operacionalización de variable independiente

Tipo de variable	Variable	Dimensión	Indicador	Técnica	Instrumento
Independiente	Demanda Internacional	Entorno Macro	Factores Económicos	Documental	Entrevista/Encuesta
			Factores Políticos		
		Demanda	Factores Geográficos	Entrevista	Datos Secundarios
			Factores Logísticos		
Competencia	Demanda	Factores Sociales	Documental	Entrevistas	
		Factores Culturales			
Competencia	Demanda	Principales países	Documental	Comerciales	
		Importadores del producto.			
Competencia	Demanda	Demanda Insatisfecha.	Documental	Página web	
		Gustos y Preferencias.			
Competencia	Demanda	Competidores	Documental	Fichas técnicas Pro-Ecuador	
		Potenciales			

### **3.4. Métodos Utilizados**

#### **3.4.1. Población y muestra**

Para la presente investigación se conforma por la Población Económicamente Activa (PEA) del país designado factible para la realización de la exportación del banano bocadillo (orito). Para lo cual se necesitó información verídica para el cálculo del país objeto de estudio.

##### **3.4.1.1. Población**

Es un grupo que contiene todos los elementos cuyas características van a ser estudiadas. En otras palabras, es el conjunto completa que desea describir o sacar conclusiones. Al determinar el objeto de investigación, es necesario comenzar con una determinada de la población. (Salazar y Del Castillo, 2018, p.13)

##### **3.4.1.2. Muestra**

La muestra proviene de resultados, productos o servicios que demuestran que da a conocer o divulga objetivamente las partes relevantes. Además, es un grupo de elementos seleccionados del total de la población en base a un plan de acción (muestreo) previamente establecido para obtener una conclusión que se pueda extender a toda la población. (Salazar y Del Castillo, 2018, p.13)

$$n = \frac{N \sigma^2 Z^2}{(N - 1) e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

**Donde:**

**N** = tamaño de la población

**Z** = nivel de confianza o significancia

**$\sigma$**  = desviación estándar

**e** = nivel de error

**N**= 165.890,07 PEA EE. UU Banco mundial 2019

**Z**= 1,84

**$\sigma$**  = 0,5

**e** = 0,06

$$n = \frac{165.890,07 (0,5)^2 (1,84)^2}{(165.890,07 - 1) (0,06)^2 + (0,5)^2 (1,84)^2}$$

$$n = \frac{140409,35}{598,04}$$

$$n = 235$$

Se considera la Población Económicamente Activa Total de Estados Unidos desde los 18 hasta los 64 años para el cálculo de la muestra las encuestas se las aplicará a 235 consumidores de la población estadounidense.

### **3.5. Técnica e instrumentos para la recolección de datos**

#### **3.5.1. Entrevista**

La entrevista es una herramienta de preguntas y respuestas, es un encuentro de diálogo e intercambio de información entre una persona (entrevistador) y otra (entrevistado) u otras personas (entrevistados), que permite recoger opiniones de la misma o diferente perspectiva y con ello tener un amplio conocimiento sobre el tema tratado. (Gallardo, 2018, p.72).

En la presente investigación se realizaron tres entrevistas la primera dirigida a PROECUADOR con el objetivo de conocer la situación actual referente a la comercialización de banano orito en el país. La segunda dirigida a AGROCALIDAD con la finalidad de conocer los requerimientos del producto en cuanto a requisitos fitosanitarios para la exportación y la tercera entrevista dirigida a la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del Sol (ASOPROTS) con la finalidad de poder determinar las características de la oferta exportable de banano bocadillo (orito).

#### **3.5.2. Encuesta**

La encuesta permite la utilización de cuestionarios diseñados para la recolección de datos aportados por los individuos de una muestra poblacional. Estos cuestionarios son aptos para distintos entornos (entrevistas presenciales, entrevistas grupales por medios electrónicos como correos electrónicos o páginas web, etc.) . (Gallardo, 2018, p.72)

Se realizo la recolección primaria a través de un segmento de mercado seleccionado para obtener información mediante una encuesta cerrada con preguntas de opción múltiple esto se lo realizo online mediante una escala de Likert a los consumidores del banano bocadillo.

### 3.6. Análisis Estadístico

El análisis estadístico se sustenta en la recolección de información secundaria, datos cuantitativos extraídos de TRADE MAP, Banco Central del Ecuador, Santander Trade, Organización Mundial del Comercio – OMC, INTERNATIONAL TRADE CENTER – ITC, EUROSTAT, TRADE HELPDESK. La información seleccionada es analizada para la posterior toma de decisiones en beneficio de la asociación productora de banano bocadillo (orito).

#### 3.6.1. Identificación de los Mercados Internacionales

Es de vital importancia recolectar información secundaria a través de fuentes de información de TRADEMAP y COBUS GROUP sobre los 10 principales países importadores y exportadores de banano bocadillo (orito) para respaldar el estudio de mercado internacional, los datos son en miles de dólares y toneladas métricas respectivamente.

##### 3.6.1.1. Clasificación arancelaria

La clasificación arancelaria para el producto banano bocadillo (orito) producido por la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del Sol, se la realizó de acuerdo a la regla de clasificación arancelaria 1 que manifiesta lo siguiente: “La clasificación está determinada legalmente por los textos de las partidas y de las notas de sección o de capítulo y, si no son contrarias a los textos de dichas partidas y notas”; siendo la partida arancelaria más específica la 0803901200 - Bocadillo (manzanito, orito).

**Tabla 3**  
Clasificación arancelaria

<b>Código Nandina</b>	<b>Partida</b>	<b>Descripción Mercancía</b>
Sección	II	Productos del reino vegetal
Capítulo	08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
Partida del sistema armonizado	08.03	Bananas, incluidos los plátanos «plantains», frescos o secos.
Subpartida del sistema armonizado	08.03.90	- Los demás:
Subpartida NANDINA	08.03.90.12	- - - Bocadillo (manzanito, orito) (Musa acuminata)
Subpartida nacional	08.03.90.12	- - - Bocadillo (manzanito, orito) (Musa acuminata)

**Fuente:** Resolución No. 020 – 2017 (SENAE)

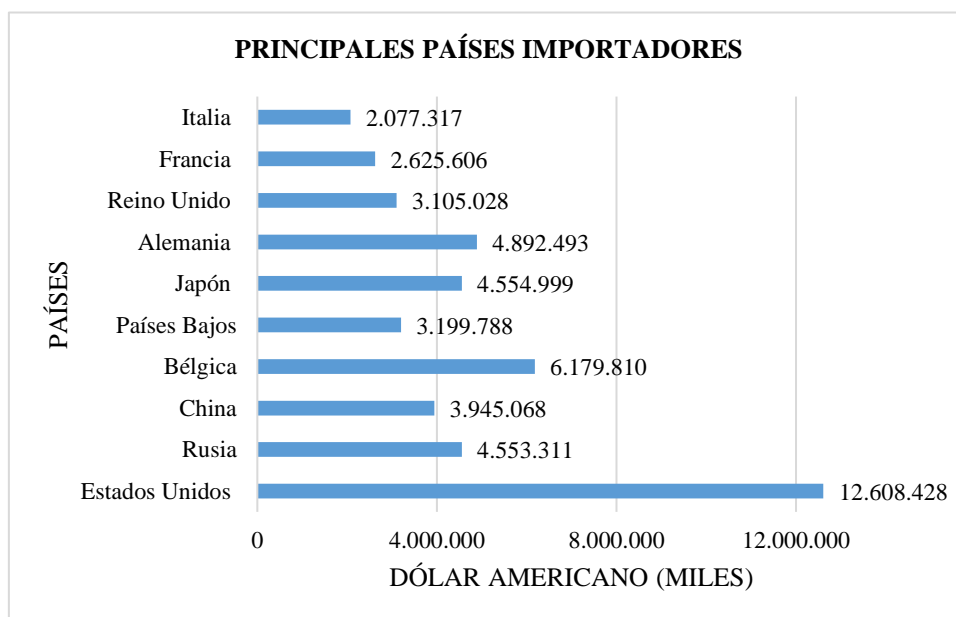
En base a información primaria recolectada a través de TRADEMAP (2020), se puede apreciar los principales países importadores y exportadores del producto, bajo subpartida arancelaria a nivel de 6 dígitos 08.03.90, extraída del Arancel Externo Común. A continuación se detalla los principales 10 países vinculados en la transacción comercial, considerando datos numéricos desde el 2016 al 2020.

### 3.6.1.2. Mercados internacionales importadores

**Tabla 4**  
Principales países importadores, expresado en miles de USD.

PAÍS	AÑOS					TOTAL	Participación%
	2016	2017	2018	2019	2020		
1 Estados Unidos	2.435.923	2.529.615	2.592.172	2.529.032	2.521.686	<b>12.608.428</b>	26
2 Rusia	999,19	1.140.353	1.154.736	1.119.894	1.138.328	<b>4.553.311</b>	10
3 China	585.466	579.544	896.802	1.094.242	789.014	<b>3.945.068</b>	8
4 Bélgica	1.203.936	1.366.369	1.317.283	1.056.260	1.235.962	<b>6.179.810</b>	13
5 Países Bajos	467.031	751,52	903.578	1.029.232	799.947	<b>3.199.788</b>	7
6 Japón	924.257	848.679	912.586	958.477	911.000	<b>4.554.999</b>	10
7 Alemania	1.015.884	1.014.111	944.593	939.406	978.499	<b>4.892.493</b>	12
8 Reino Unido	801.146	787.401	740.224	710,9	776.257	<b>3.105.028</b>	7
9 Francia	439.936	526.676	596.892	536.981	525.121	<b>2.625.606</b>	5
10 Italia	477,74	509.771	547.281	500.936	519.329	<b>2.077.317</b>	4
<b>TOTAL</b>						<b>47.741.847</b>	<b>100</b>

Fuente: TRADEMAP (2020)



**Figura 1** Principales países importadores, miles de USD.

Fuente: TRADEMAP (2020)

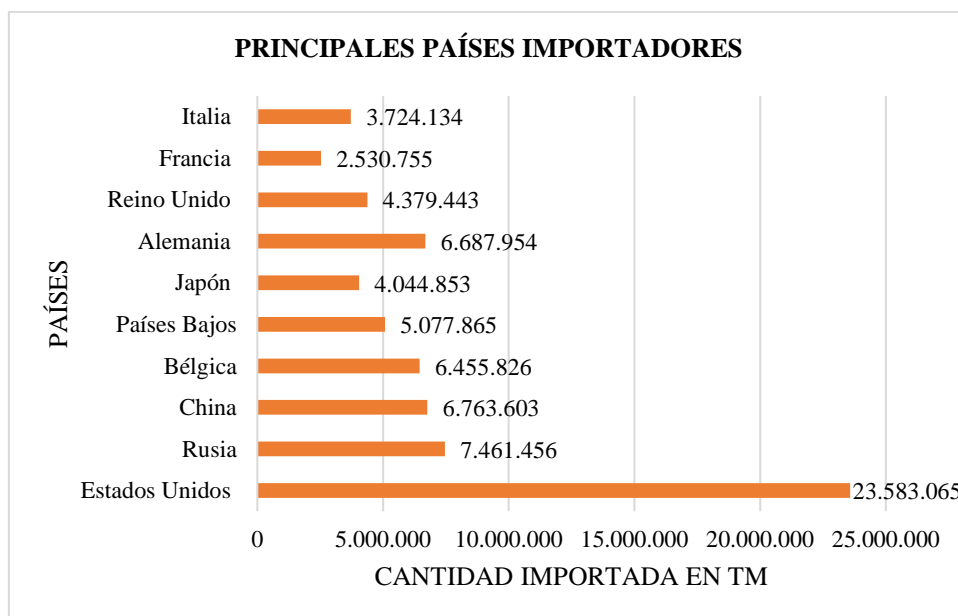
En base a la *Figura 1* se puede determinar los principales países importadores del mundo de bananas, incluidos los plátanos «plantains», frescos o secos, bajo subpartida arancelaria 08.03.90; en dónde los tres principales países importadores del producto son EE. UU.

generando un aproximado de \$ 12,608,428 (miles USD), seguidos por Bélgica con un aproximado \$ 6,179,810, y Alemania con una participación de \$ 4,892,493.

**Tabla 5**  
Principales países importadores, en toneladas métricas.

PAÍS	AÑOS					TOTAL	Participación %
	2016	2017	2018	2019	2020		
1 Estados Unidos	4.596.810	4.814.494	4.778.232	4.676.916	4.716.613	<b>23.583.065</b>	33
2 Rusia	1.355.990	1.544.057	1.556.675	1.512.443	1.492.291	<b>7.461.456</b>	11
3 China	887.192	1.039.138	1.544.606	1.939.946	1.352.721	<b>6.763.603</b>	10
4 Bélgica	1.283.969	1.406.600	1.328.191	1.145.901	1.291.165	<b>6.455.826</b>	9
5 Países Bajos	804.666	910.254	1.075.162	1.272.210	1.015.573	<b>5.077.865</b>	7
6 Japón	956,41	985.634	1.002.879	1.045.127	1.011.213	<b>4.044.853</b>	6
7 Alemania	1.402.280	1.418.228	1.258.084	1.271.771	1.337.591	<b>6.687.954</b>	9
8 Reino Unido	1.166.493	1.,161,837	1.095.139	1.022.950	1.094.861	<b>4.379.443</b>	6
9 Francia	555.639	670.179	725,74	672.248	632.689	<b>2.530.755</b>	4
10 Italia	712.809	758.006	777.341	731.151	744.827	<b>3.724.134</b>	5
<b>TOTAL</b>						<b>70.708.953</b>	<b>100</b>

Fuente: TRADEMAP (2020)



**Figura 2** Principales países importadores, en toneladas métricas.

Fuente: TRADEMAP (2020)

Según la apreciación de la *Figura 2* se puede apreciar la cantidad representada en toneladas métricas, durante los años 2015 al 2019, EE. UU. importó un aproximado de 23,583,065 TM, seguido de Rusia 7,461,603 TM y Alemania con un promedio de 6,687,954 TM. Hay que resaltar que los países seleccionados para el caso de estudio son EE. UU.,

Alemania y Bélgica debido a que se percibe mayor ingreso monetario de la transacción comercial.

### 3.6.1.3. Mercados internacionales exportadores

**Tabla 6**  
Principales países exportadores, en miles de USD.

PAÍS	AÑOS					TOTAL	Participación %
	2016	2017	2018	2019	2020		
1 Ecuador	2.657.015	2.959.428	3.115.836	3.185.474	2.979.438	<b>14.897.191</b>	37
2 Costa Rica	994.638	1.042.832	1.028.975	998.345	1.016.198	<b>5.080.988</b>	13
3 Colombia	857.166	857.286	809.776	870.675	848.726	<b>4.243.629</b>	11
4 Guatemala	716.658	794.874	811.104	841.768	791.101	<b>3.955.505</b>	10
5 Países Bajos	449.873	559.905	659.976	763.268	608.256	<b>3.041.278</b>	8
6 Bélgica	971.162	1.035.940	943.507	760.014	927.656	<b>4.638.279</b>	12
7 Estados Unidos República	416,11	428.,095	427.207	431.279	429.243	<b>1.287.729</b>	3
8 Dominicana	235.985	85.423	79.133	428.482	207.256	<b>1.036.279</b>	3
9 Camerún	65.429	62.816	281.565	275.884	171.424	<b>857.118</b>	2
10 Alemania	335.641	316.123	239.316	241,79	297.027	<b>1.188.107</b>	3
<b>TOTAL</b>						<b>40.226.101</b>	<b>100</b>

Fuente: TRADEMAP (2020)



**Figura 3** Principales países exportadores, en miles de USD

Fuente: TRADEMAP (2020)

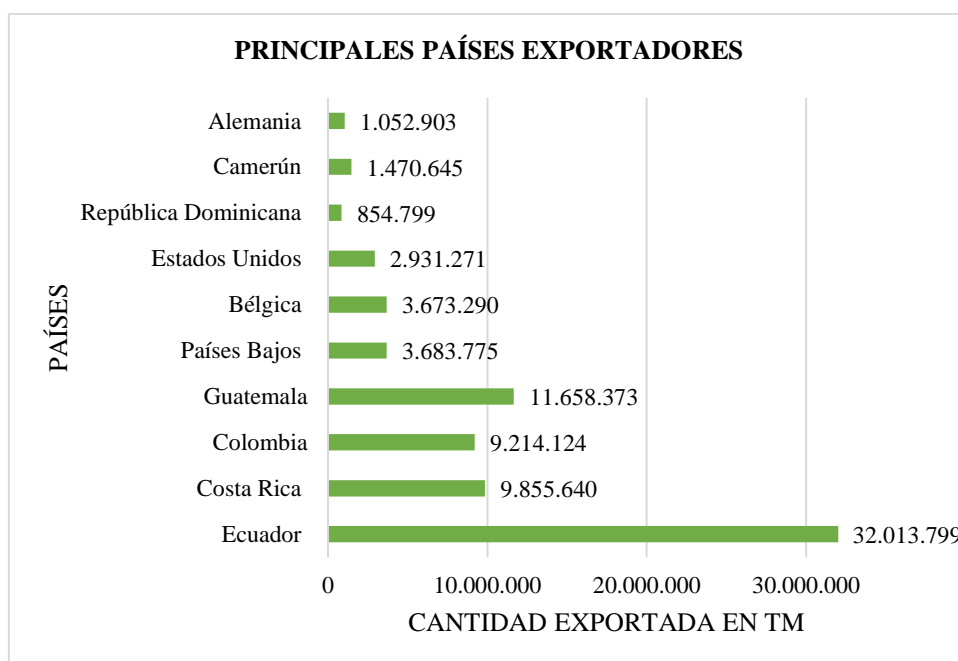
En el contexto de las exportaciones, según *Figura 3* se puede apreciar los principales países competencia para el Ecuador en exportación de banano bocadillo, somos el principal país

proveedor para el mundo generando un aproximado de \$ 14,897,191 USD durante los últimos 5 años.

**Tabla 7**  
Principales países exportadores, en toneladas métricas.

PAÍS	AÑOS					TOTAL	Participación %
	2016	2017	2018	2019	2020		
1 Ecuador	5.974.366	6.415.236	6.553.849	6.667.588	6.402.760	<b>32.013.799</b>	42
2 Costa Rica	2.,365,000	2.525.181	2.484.231	2.382.318	2.463.910	<b>9.855.640</b>	13
3 Colombia	1.841.919	1.884.805	1.748.484	1.896.091	1.842.825	<b>9.214.124</b>	12
4 Guatemala	2.187.109	2.343.695	2.361.491	2.434.403	2.331.675	<b>11.658.373</b>	15
5 Países Bajos	541.166	685.886	806.053	913.915	736.755	<b>3.683.775</b>	5
6 Bélgica	1,182.,463	1.286.880	1.161.980	927.,889	1.224.430	<b>3.673.290</b>	5
7 Estados Unidos	573.428	594.271	583.692	593.626	586.254	<b>2.931.271</b>	4
8 República Dominicana	382.697	133.506	124.896	508,5	213.700	<b>854.799</b>	1
9 Camerún	295.162	275.688	308.032	297.634	294.129	<b>1.470.645</b>	2
10 Alemania	358.571	343.364	247,65	279,9	350.968	<b>1.052.903</b>	1
<b>TOTAL</b>						<b>76.408.617</b>	<b>100</b>

Fuente: TRADEMAP (2020)



**Figura 4** Principales países exportadores, en toneladas métricas.

Fuente: TRADEMAP (2020)

Según *Figura 4* el Ecuador ha exportado un aproximado de 32,013,799 TM, seguido de Guatemala con un total de 11,658,373 TM, y Costa Rica con un aproximado de 9,855,640 TM, la información primaria es recolectada de fuente oficial de TRADEMAP considerando los últimos 5 años de transacción comercial.

### **3.6.2. Análisis Situacional Externo de los Países Seleccionados.**

Por medio del análisis situacional externo de los principales países seleccionados para el caso de estudio, se determina el mercado más óptimo para realizar la exportación de la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del sol La Maná – Cotopaxi, los principales factores a considerar para realizar este diagnóstico son: socioeconómicos (PIB, PIB per cápita, índice de inflación de precios, tipo de cambio, balanza comercial), políticos (política comercial y riesgo país), geográficos (localización de mercados, índice de desempeño logístico), demográficos (población económicamente activa), y culturales (gustos y preferencias e idioma), previo análisis de matriz de oportunidades y amenazas del medio (POAM) para la selección de un mercado internacional con mayor oportunidad.

Es indispensable mencionar que los 3 países seleccionados para el caso de estudio son EE.UU., Bélgica y Alemania debido a que durante el periodo de tiempo 2016 al 2020, fueron las economías que importaron mayormente la banana bocadillo bajo fracción arancelaria 080390 de distintos países del mundo, EE.UU. importó \$12.608.428 (en miles de USD) equivalente a 23.583.065 TM con una cobertura del 33%, Bélgica importó durante el mismo periodo \$6.179.810 equivalente a 6.455.826 TM con una cobertura del 9% y Alemania importó \$4.892.493 equivalente a 6.687.954 TM con una cobertura del 9, es indispensable mencionar que son los tres principales países que adquieren el producto a precios más elevados más no en TM.

#### **3.6.2.1 Factores Socioeconómicos**

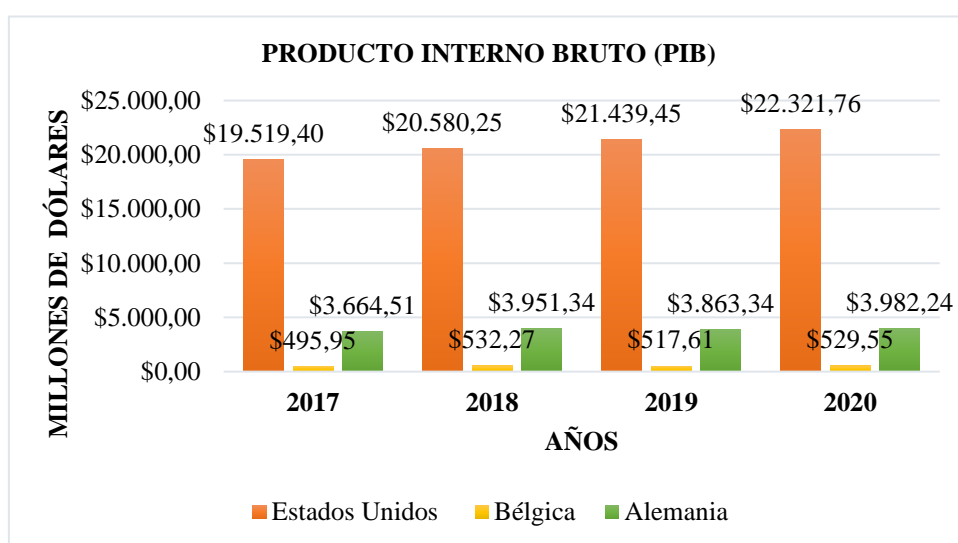
##### **3.6.2.1.1 Producto Interno Bruto (PIB)**

El producto interior bruto (PIB) es un indicador económico que refleja el valor monetario de todos los bienes y servicios finales producidos por un país o región en un determinado periodo de tiempo, normalmente un año. Se utiliza para medir la riqueza de un país. El PIB mide la producción total de bienes y servicios de un país, por lo que su cálculo es bastante complejo. Tenemos que conocer todos los bienes y servicios finales que ha producido el país y sumarlos. (Sevilla, 2020. párr. 2)

**Tabla 8.**  
Producto Interno Bruto - PIB

<b>PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)</b>				
<b>MILES DE MILLONES DE DÓLARES</b>				
<b>AÑOS</b>				
<b>PAÍSES</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Estados Unidos</b>	\$19,519.40	\$20,580.25	\$21,439.45	\$22,321.76
<b>Bélgica</b>	\$495.95	\$532.27	\$517.61	\$529.55
<b>Alemania</b>	\$3,664.51	\$3,951.34	\$3,863.34	\$3,982.24

Fuente: SANTANDER TRADE (2020)



**Figura 5.** Producto Interno Bruto - PIB  
Fuente: SANTANDER TRADE (2020)

Considerando el indicador socioeconómico (PIB), según la *Figura 5*. se puede apreciar que el país con mayor PIB es EE. UU. con un aproximado de \$21,439.45, seguido de Alemania con un promedio de \$3,863.34 y Bélgica con un valor monetario del \$517.61. hay que mencionar que EE. UU., es un país altamente industrializado con altos niveles de productividad y uso de tecnologías modernas. Los sectores clave incluyen la agricultura (maíz, soya, res y algodón); manufactura de maquinaria, productos químicos, comida y automóviles y, mercado terciario en auge enfocado a las finanzas, seguros, bienes raíces, arriendos. Hay que considerar que los datos del año 2020 es una estimación de valor monetario. Considerando el elevado PIB de EE. UU., el sector agrícola, es uno de los más grandes del mundo, y California por sí misma produce más de un tercio de los vegetales del país y dos tercios de sus frutas y frutos secos. Sin embargo, la agricultura solo representa 0,9% del PIB y da empleo a 1.4% de la fuerza laboral. En 2019, al valor agregado del sector agrícola se redujo en 5,5%. (SANTANDER, 2020, párr.5)

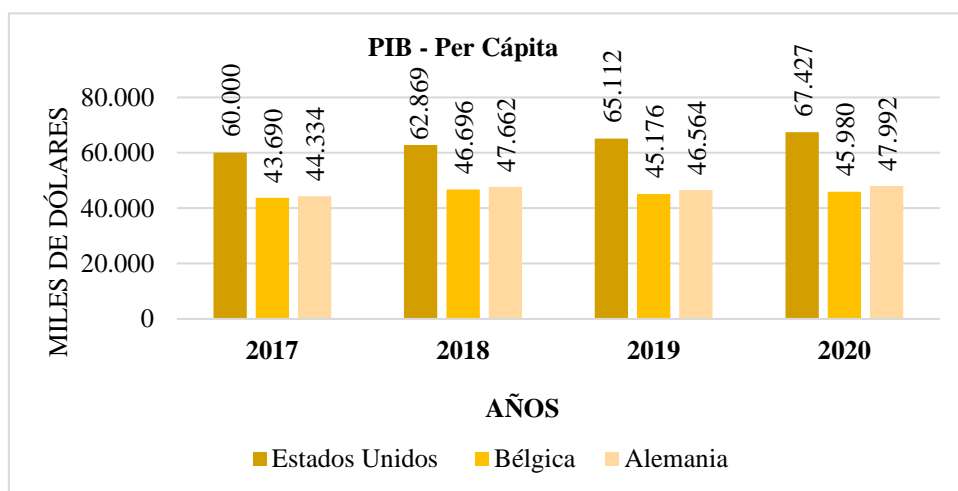
### 3.6.2.1.2. PIB Per Cápita

La renta per cápita (ingreso per cápita) es la relación que hay entre el Producto Interno Bruto y la cantidad de habitantes de un país. Su obtención es realmente sencilla, ya que como su propio nombre indica, per cápita en latín es “por cabeza” literalmente, simplemente hay que dividir el PIB entre los habitantes de un país. (CAPITALIBRE, 2015,párr. 2)

**Tabla 9**  
PIB Per Cápita

PAÍSES	PIB – Per Cápita			
	MILES DE USD			
	AÑOS			
	2017	2018	2019	2020
Estados Unidos	60,000	62,869	65,112	67,427
Bélgica	43,690	46,696	45,176	45,980
Alemania	44,334	47,662	46,564	47,992

Fuente: SANTANDER TRADE (2020)



**Figura 6.** PIB Per Cápita

Fuente: SANTANDER TRADE (2020)

En base a la *Figura 6* se puede apreciar el ingreso per cápita que tiene cada habitante de los tres países seleccionados para el caso de estudio, en donde EE. UU. mantiene en el año 2019 un ingreso \$ 65,112 y para el año 2020 una estimación de \$ 67,427, Alemania se constituye como el país con mejor ingreso monetario, durante el año 2019 tuvo un ingreso de \$46,564 mientras que Bélgica en el año 2019 tiene un ingreso de \$45,176.

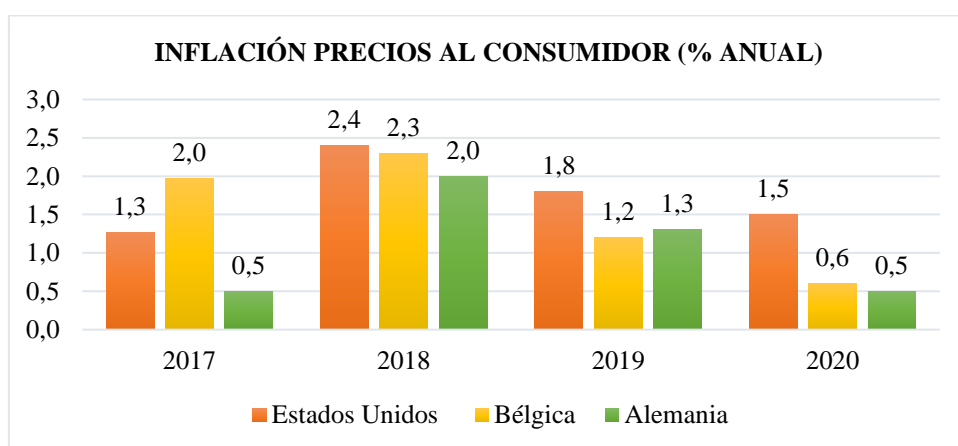
### 3.6.2.1.3 Inflación de precios

**Tabla 10.**

Inflación de precios

INFLACIÓN PRECIOS AL CONSUMIDOR (% ANUAL)				
PORCENTAJE ANUAL				
PAÍSES	AÑOS			
	2017	2018	2019	2020
Estados Unidos	1.262	2.4	1.8	1.5
Bélgica	1.974	2.3	1.2	0.6
Alemania	0.492	2.0	1.3	0.5

Fuente: Santander Trade (2020)



**Figura 7.** Inflación de precios al Consumidor (% Anual)

Fuente: Banco Mundial – BM (2020)

Considerando la *Figura 7* se puede determinar la variación porcentual de la inflación de precios al consumidor, considerando el año 2020 EE. UU. es el país con mayor incremento a los precios de consumo, con un porcentaje del 1.5%, seguido por Bélgica con el 0.6% y finalmente Alemania con el 0.5%. Según el FMI, la tasa de inflación bajó a 1,8 % en 2019, cerca del objetivo de 2% fijado por la Reserva Federal. La tasa de inflación debiera subir nuevamente en 2020 y 2021 por sobre 2%. La tasa de inflación debiera bajar a 0,6% en 2020, y aumentar a 2,2% en 2021, según las últimas Perspectivas de la Economía Mundial del FMI (del 14 de abril de 2020). (SANTANDER, 2020, párr. 3) Es necesario resaltar que la inflación no se vió afectada debido a que se mantiene abastecimiento de productos en el mercado alimenticio.

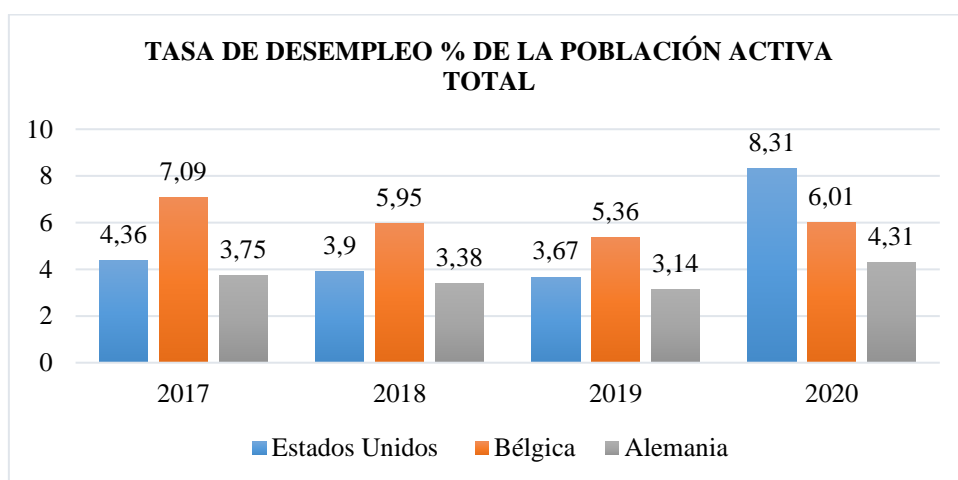
### 3.6.2.1.4. Tasa de desempleo

**Tabla 11.**

Tasa de desempleo

TASA DE DESEMPLEO % DE LA POBLACIÓN ACTIVA TOTAL				
PORCENTAJE ANUAL				
PAÍSES	AÑOS			
	2017	2018	2019	2020
Estados Unidos	4.36	3.9	3.67	8.31
Bélgica	7.09	5.95	5.36	6.01
Alemania	3.75	3.38	3.14	4.31

Fuente: Banco Mundial – BM (2020)



**Figura 8.** Tasa de desempleo (% del PEA)

Fuente: Banco Mundial – BM (2020)

Considerando la *Figura 8* se puede apreciar la tasa de desempleo, en donde en el año 2020 el país con menor tasa fue Alemania con una representación del 4.31%, seguido de Bélgica con el 6.01%, EE.UU. mantiene el mayor índice de desempleo con el 8.31%. Sin embargo, el FMI prevé que esta tendencia se vea fuertemente afectada por el impacto económico negativo de la pandemia de COVID-19: estima actualmente que la tasa aumentará a 10,4% en 2020 y bajará ligeramente a 9,1% en 2021. (SANTANDER, 2020, párr.4)

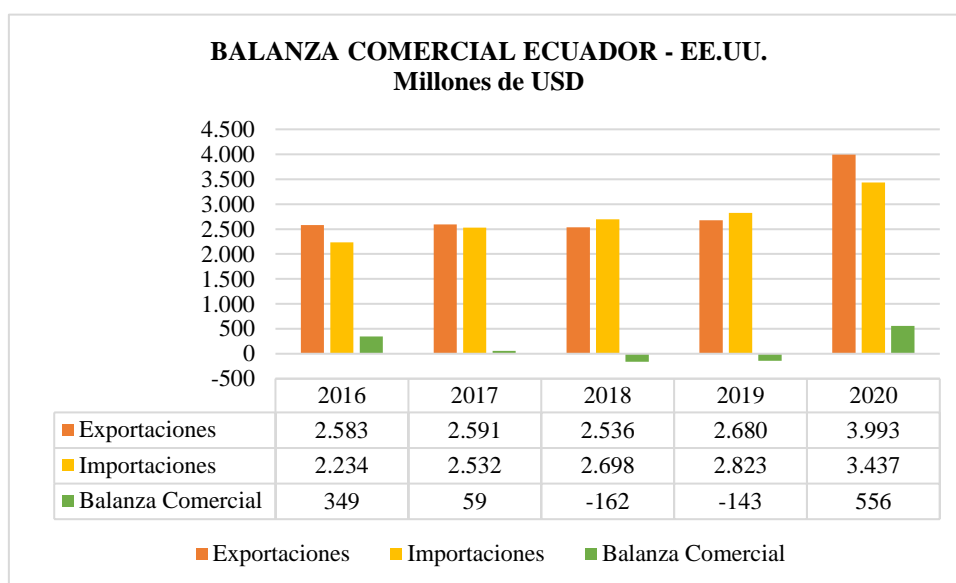
### 3.6.2.1.5. Balanza Comercial

La balanza comercial es un indicador económico que se obtiene de los datos sobre exportación e importación de bienes de consumo o, lo que es lo mismo, de pagos al exterior del país y cobros desde dicho exterior. (DELSOL, 2020, párr.1)

**Tabla 12.**

Balanza comercial Ecuador - EE. UU.

<b>BALANZA COMERCIAL</b>					
<b>ECUADOR - ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA</b>					
<b>MILLONES USD</b>					
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Exportaciones</b>	2.583	2.591	2.536	2.680	3.993
<b>Importaciones</b>	2.234	2.532	2.698	2.823	3.437
<b>Balanza Comercial</b>	<b>349</b>	<b>59</b>	<b>-162</b>	<b>-143</b>	<b>556</b>

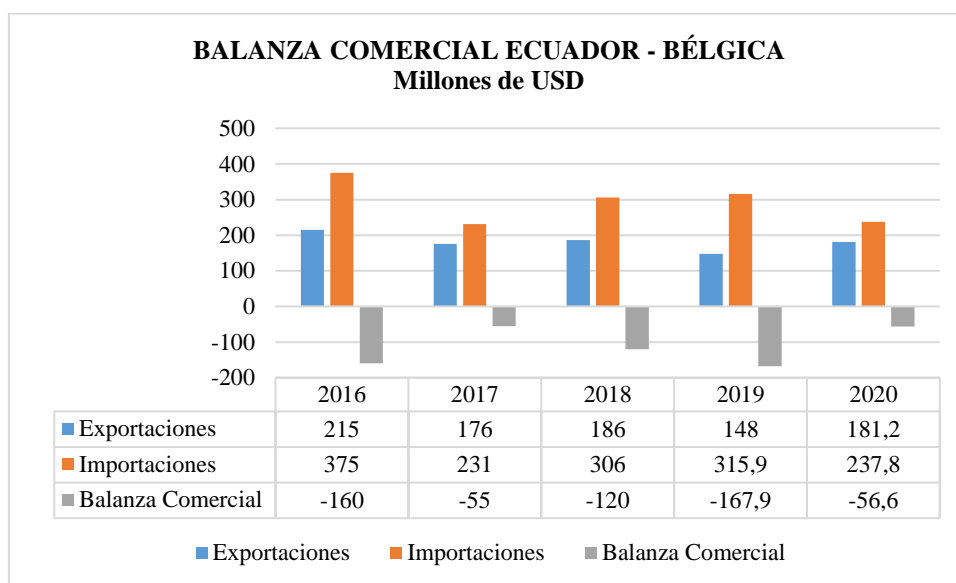
**Fuente:** Ficha Técnica PROECUADOR (2020)**Figura 9.** Balanza comercial Ecuador - EE. UU.**Fuente:** Ficha Técnica PROECUADOR (2020)

Como se aprecia en la *Figura 9* se evidencia el comportamiento de la balanza comercial, entre Ecuador y EE. UU., en donde el año 2020 existe un saldo positivo (superávit comercial) representado por 556 millones de dólares valor FOB, entre los principales productos de exportación tenemos: rosas frescas cortadas, langostinos, banana orito, oro en bruto, banana fresca. Considerando el producto del caso de estudio *banano bocadillo (orito)*, según la ficha técnica de PROECUADOR – EE. UU., de enero a octubre del 2020 existió una exportación de 3.993 (millones USD) y considerando los mismos meses en el 2020 existió una importación 3.437 (millones USD).

**Tabla 13.**  
Balanza comercial Ecuador – Bélgica

<b>BALANZA COMERCIAL</b>					
<b>ECUADOR – BÉLGICA</b>					
<b>MILLONES USD</b>					
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Exportaciones</b>	215	176	186	148	181,2
<b>Importaciones</b>	375	231	306	315,9	237,8
<b>Balanza Comercial</b>	<b>-160</b>	<b>-55</b>	<b>-120</b>	<b>-167,9</b>	<b>-56,6</b>

**Fuente:** Ficha Técnica PROECUADOR (2020)



**Figura 10.** Balanza comercial Ecuador - Bélgica

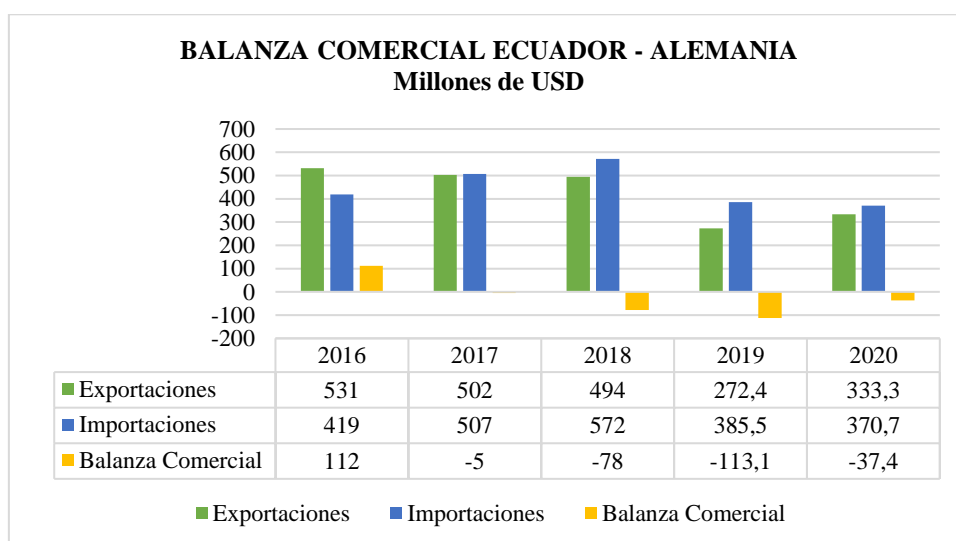
**Fuente:** Ficha Técnica PROECUADOR (2020)

Según la ficha técnica de Bélgica proporcionada por PROECUADOR, según *Figura 10* se puede apreciar que en el año 2020 existió déficit comercial en la transacción comercial, representado por 56.6 (millones USD valor FOB), entre los principales productos que Ecuador exporta a Bélgica tenemos: banana fresca, cacao en grano, camarón y langostino, listados en agua y sal. Haciendo una comparación de las exportaciones del mes de enero - octubre del año 2020, existió un valor en exportación dando un total de \$ 181.2 (millones de USD) y una importación equivalente a 237.8 (millones USD), considerando un producto similar al del caso de estudio.

**Tabla 14.**  
Balanza comercial Ecuador – Alemania.

<b>BALANZA COMERCIAL ECUADOR – ALEMANIA MILLONES USD</b>					
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Exportaciones</b>	531	502	494	272,4	333,3
<b>Importaciones</b>	419	507	572	385,5	370,7
<b>Balanza Comercial</b>	<b>112</b>	<b>-5</b>	<b>-78</b>	<b>-113,1</b>	<b>-37,4</b>

Fuente: Ficha Técnica PROECUADOR (2020)



**Figura 11.** Balanza comercial Ecuador - Alemania

Fuente: Ficha Técnica PROECUADOR (2020)

En base a la *Figura 11* se puede determinar la balanza comercial entre Ecuador y Alemania, en el año 2020 se evidencia déficit comercial con un saldo de \$ 37.4 (millones de USD), según PROECUADOR los principales productos que el Ecuador exporta son: bananas frescas tipo Cavendish, orito, cacao en grano, entero o partido; extractos, esencias y concentrados de café; listados de aceite. Considerando el año 2020 se obtuvo ingresos \$ 333.4 (millones USD) en exportaciones y en importaciones \$ 370.7 (millones USD).

### Comparativo Balanzas Comerciales

A continuación se detalla una comparación de las balanzas comerciales de los países caso de estudio. En base a la *Tabla No 15* se puede apreciar que el saldo comercial entre EE.UU. y Ecuador existe un superávit de 556 millones de dólares, los saldos comerciales con Alemania y Bélgica presenta déficit comercial al existir saldos negativos de 37.4 y 56.6 millones de dólares respectivamente, es de vital importancia mencionar que hay que incrementar las exportaciones para reducir saldos negativos para generar mayor riqueza al Ecuador.

**Tabla 15**  
Comparativo Balanzas Comerciales

	EE.UU.	ALEMANIA	BÉLGICA
	AÑO 2020		
<b>Exportaciones</b>	3.993,00	333,30	181,20
<b>Importaciones</b>	3.437,00	370,70	237,80
<b>Balanza comercial</b>	556	-37,4	-56,6

### 3.6.2.1.6. Tipo de cambio

El tipo de cambio o tasa de cambio es la relación entre el valor de una divisa y otra, es decir, nos indica cuántas monedas de una divisa se necesitan para obtener una unidad de otra. En cada momento existe un tipo de cambio que se determina por la oferta y demanda de cada divisa, es decir, por medio del mercado de divisas. (Jiménez, 2020, párr.1)

**Tabla 16.**  
Tipo de cambio, EE. UU., Bélgica, Alemania

	TIPOS DE CAMBIO		
	ESTADOS UNIDOS	BÉLGICA	ALEMANIA
	USD	USD - EUROS	USD - EUROS
<b>AÑO 2020</b>	1\$	0.88	0.88

**Fuente:** Conversor de divisas – OANDA (2020)

En base a la *Tabla 16* se puede apreciar los valores de las monedas oficiales de los países seleccionados para el estudio de mercado, a la fecha el euro es la moneda oficial de Alemania y Bélgica con un valor de divisa por debajo del dólar americano, es recomendable realizar negocios internacionales con un país con una moneda similar o igual en divisa ejemplo Ecuador – EE. UU.

### 3.6.2.2. Factores Políticos

#### 3.6.2.2.1. Política Comercial

Bajo el indicador de política comercial se puede identificar los acuerdos comerciales y sistemas arancelarios preferenciales, esta información es considerable debido a que se puede fomentar las exportaciones en base a la política comercial que mantiene Ecuador con los tres países selectos para el caso de estudio: EE. UU., Alemania y Bélgica.

**Tabla 17.**  
Política comercial, acuerdos comerciales

PAÍSES	ACUERDOS COMERCIALES
<b>ESTADOS UNIDOS</b> 	SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS (SGP)
<b>BÉLGICA</b> 	ACUERDO COMERCIAL CON LA UNIÓN EUROPEA
<b>ALEMANIA</b> 	ACUERDO COMERCIAL CON LA UNIÓN EUROPEA

**Fuente:** Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversión y Pesca (2020)

Ecuador al mantener un Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) con los Estados Unidos de América, este sistema preferencial beneficia a 840 empresas ecuatorianas por un total de USD 400 millones de dólares en exportaciones, hay que mencionar que el acuerdo está vigente hasta el 31 de diciembre del 2020, es decir gracias al SGP los productos ecuatorianos ingresan a EE. UU. sin aranceles y el país vuelve más competitivo.

En base a Alemania y Bélgica al ser parte de la Unión Europea (UE), el Ecuador mantiene vigente un Acuerdo Comercial con este bloque económico, entrando en vigor el 1 de enero de 2017, el acuerdo asegura la liberalización inmediata del 99,7% de la oferta exportable histórica del Ecuador en los productos agrícolas y del 100% de los productos industriales ecuatorianos.

la entrada en vigor del Acuerdo Comercial representará para el Ecuador un incremento anual del 0,10 del PIB, del 0,15% en el consumo y de un 0,13 % en la inversión, además de un efecto positivo en la generación de empleos y en mejores ingresos para la población. (Glas, 2017, párr.3)

### 3.6.2.2.2. Riesgo país

El riesgo país es el riesgo que tiene un país frente a las operaciones financieras internacionales. Afecta sobre la inversión extranjera directa y se suele medir a través de su prima de riesgo, determina si en ese país existe un escenario óptimo para la inversión o no. Si el riesgo país es elevado, el riesgo de invertir en ese país es más alto. Cuando la prima de riesgo de un país es alta, el riesgo país es elevado. (Peiro, 2020, párr.1)

**Tabla 18.**  
Riesgo país, EE. UU., Bélgica, y Alemania

ESTADOS UNIDOS	BÉLGICA (UNIÓN EUROPEA)	ALEMANIA (UNIÓN EUROPEA)
<b>Estados Unidos</b>	<b>Bélgica</b>	<b>Alemania</b>
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid #ccc; border-radius: 5px; padding: 2px 5px; background-color: #e0e0e0;">! Riesgos</div> <div style="border: 1px solid #ccc; border-radius: 5px; padding: 2px 5px; background-color: #e0e0e0;">☰ Documentos</div> </div> <p><b>Riesgo comercial</b> <span style="display: inline-block; width: 100px; height: 10px; background: linear-gradient(to right, #008000 10%, #ccc 10%);"></span></p> <p><b>Riesgo político</b></p> <p>Corto plazo <span style="display: inline-block; width: 100px; height: 10px; background: linear-gradient(to right, #008000 10%, #ccc 10%);"></span></p> <p>Medio / largo plazo Información no disponible</p> <p>Situación política: <b>Muy Estable</b></p> <p><b>Economía interna</b> Estado: Regular Evolución: Estable</p> <p><b>Economía externa</b> Estado: Desfavorable Evolución: Estable</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid #ccc; border-radius: 5px; padding: 2px 5px; background-color: #e0e0e0;">! Riesgos</div> <div style="border: 1px solid #ccc; border-radius: 5px; padding: 2px 5px; background-color: #e0e0e0;">☰ Documentos</div> </div> <p><b>Riesgo comercial</b> <span style="display: inline-block; width: 100px; height: 10px; background: linear-gradient(to right, #008000 20%, #ccc 20%);"></span></p> <p><b>Riesgo político</b></p> <p>Corto plazo <span style="display: inline-block; width: 100px; height: 10px; background: linear-gradient(to right, #008000 10%, #ccc 10%);"></span></p> <p>Medio / largo plazo Información no disponible</p> <p>Situación política: <b>Relativamente estable</b></p> <p><b>Economía interna</b> Estado: Regular Evolución: Estable</p> <p><b>Economía externa</b> Estado: Regular Evolución: Negativa</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid #ccc; border-radius: 5px; padding: 2px 5px; background-color: #e0e0e0;">! Riesgos</div> <div style="border: 1px solid #ccc; border-radius: 5px; padding: 2px 5px; background-color: #e0e0e0;">☰ Documentos</div> </div> <p><b>Riesgo comercial</b> <span style="display: inline-block; width: 100px; height: 10px; background: linear-gradient(to right, #008000 10%, #ccc 10%);"></span></p> <p><b>Riesgo político</b></p> <p>Corto plazo <span style="display: inline-block; width: 100px; height: 10px; background: linear-gradient(to right, #008000 10%, #ccc 10%);"></span></p> <p>Medio / largo plazo Información no disponible</p> <p>Situación política: <b>Muy Estable</b></p> <p><b>Economía interna</b> Estado: Regular Evolución: Estable</p> <p><b>Economía externa</b> Estado: Favorable Evolución: Estable</p>

**Fuente:** CESCE (2020)

En base a la *Tabla 18* se puede apreciar el factor Riesgo País de Estados Unidos de América, Bélgica y Alemania, en donde se puede observar bajo el termómetro de valoración proporcionado por el CESCE (2020), EE.UU. y Alemania mantienen una situación política muy estable, Bélgica se mantiene con una economía relativamente estable, bajo esta perspectiva se determina que bajo este factor los tres países seleccionados para el caso de estudio, son factibles para realizar inversión y atracción de capital extranjero.

### 3.6.2.3. Factores Legales

#### 3.6.2.3.1 Barreras arancelarias

Las barreras arancelarias son restricciones al comercio externo de un país, mediante impuestos a la exportación e importación de bienes o servicios por parte de un país o una zona económica. A estos impuestos se les conoce como aranceles. (Vázquez, 2020, párr.1)

**Tabla 19.**  
Factores legales, barreras arancelarias

PAÍS	SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN	ADVALOREM	TARIFA APLICADA
Estados Unidos	08.03.90	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	0%	No aplica tarifa específica.
Bélgica	08.03.90	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	11,38%	75 EUR / 1000 kg neto
Alemania	08.03.90	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	11,38%	75 EUR / 1000 kg neto



**Fuente:** TRADEMAP (2020)

Previa recolección de información extraída de TRADEMAP bajo subpartida arancelaria número 08.03.90, el ingreso de la fruta banano bocadillo no aplica tarifa arancelaria ADVALOREM debido a que se mantiene un Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) con EE.UU., Bélgica y Alemania aplica el 11.38% de barrera arancelaria ADVALOREM, 75 euros por cada 1000 kg netos de peso de la mercancía ingresada a los mercados conformados por la Unión Europea (UE), hay que mencionar que el Ecuador mantiene un acuerdo comercial con la U.E. en donde la reducción porcentual arancelaria se la realiza de manera paulatina acorde al avance de años del acuerdo comercial.

### 3.6.2.3.2 Barreras no arancelarias

Las barreras no arancelarias son regulaciones impuestas por los gobiernos para dificultar o evitar la importación de determinadas mercancías sin elevar impuestos. Ello, con el objetivo de favorecer a los productores locales. Es decir, son políticas destinadas a limitar la entrada de ciertos bienes o servicios del extranjero que compiten con la oferta nacional. (Westreicher, 2020, párr.1)

**Tabla 20.**  
Factores legales, barreras no arancelarias

<b>BARRERAS NO ARANCELARIAS</b>	
<p><b>ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA – EE. UU.</b></p> 	<p>Es un país con estricto control al ingreso y salida de productos con valor agregado, existen instituciones estatales encargadas de la verificación de que el producto sea de calidad, documentación y certificaciones internacionales, verificación de sellos, (...), a continuación, se detalla las barreras no arancelarias impuestas por los EE. UU.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Certificado de origen – CO.</li><li>• Factura comercial.</li><li>• Requisitos sanitarios y fitosanitarios.</li><li>• Lista de embalaje.</li><li>• Declaración Aduanera de Exportación – DAE.</li><li>• Sello del país de origen.</li><li>• Certificado HACCP.</li></ul>
<p><b>BÉLGICA</b></p> 	<p>Las mercancías enviadas a BÉLGICA deben cumplir los siguientes requisitos de acuerdo con servicios al exportador.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Factura comercial.</li><li>• Documento Único Administrativo (DUA).</li><li>• Impuesto sobre el Valor Añadido en la Unión Europea.</li><li>• Certificación de Origen.</li><li>• Restricciones a la importación.</li><li>• Licencias de importación.</li><li>• Requisitos medio ambientales.</li><li>• Requisitos técnicos.</li><li>• Envasado y Etiquetado.</li><li>• Marcado CE.</li></ul>

## ALEMANIA



**Las mercancías enviadas a Alemania deben cumplir los siguientes requisitos de acuerdo con el producto o servicio que se va a exportar.**

- Documento Único Administrativo (DUA), lengua oficial de Alemania o en inglés.
- Registro Aduanero (ZOLLANMELDUNG).
- Certificado de Circulación Eur.1
- Declaración en Factura.
- Certificados de inspección (sanitaria, veterinaria y fitosanitaria).
- Documento de vigilancia de la Comunidad Europea.
- Certificado CITES.
- Documentos que justifiquen la solicitud de inclusión en un contingente arancelario.
- Documentos requeridos a efectos de los impuestos especiales.
- Documentos que justifiquen una solicitud de exención del IVA.
- Etiquetado de productos alimenticios.
- Voluntario - Productos de producción ecológica.

---

**Fuente:** Guía Comercial EE. UU., Bélgica, y Alemania – PROECUADOR (2019).

En base a la *Tabla No 20* se puede apreciar las Barreras no arancelarias que demandan EE. UU. Bélgica y Alemania, hay que resaltar que los datos fueron extraídos de las guías comerciales diseñadas por PROECUADOR. Es de gran importancia mencionar que pese a mantener acuerdos comerciales y un SGP con los países mencionados, son mercados exigentes en base al ingreso de productos agrícolas; la institución encargada de los EE. UU. de controlar que estos requisitos sean veraces es US Customs and Border Protection - USCBP. Alemania realiza sus operaciones a través del sistema informático ATLAS, Sistema Automático de Tarifas y Procesos Aduaneros.

### **3.6.2.4. Factores Demográficos**

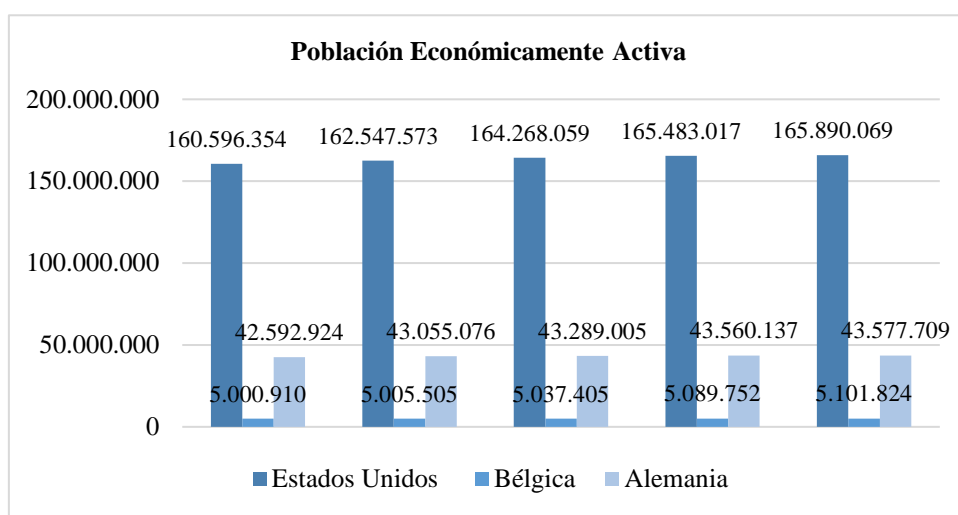
#### **3.6.2.4.1 Población Económicamente Activa – PEA**

Se conoce como PEA a la población que a partir y hasta la edad que cada Estado fija como límites mínimo y máximo para ingresar y egresar del mundo laboral, se encuentra efectivamente trabajando o está buscando activamente un puesto de trabajo. Está por lo tanto integrada por quienes están trabajando y por los desempleados. (CONCEPTOS, 2019, párr. 1)

**Tabla 21.**  
Población Económicamente Activa - PEA

<b>POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA – PEA</b>					
<b>PAÍSES</b>	<b>AÑOS</b>				
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Estados Unidos</b>	160,596,354	162,547,573	164,268,059	165,483,017	165,890,069
<b>Bélgica</b>	5,000,910	5,005,505	5,037,405	5,089,752	5,101,824
<b>Alemania</b>	42,592,924	43,055,076	43,289,005	43,560,137	43,577,709

**Fuente:** Banco Mundial – BM (2020)



**Figura 12.** Población Económicamente Activa (PEA)

**Fuente:** Banco Mundial – BM (2020)

Según la *Figura 12* se puede apreciar el PEA de EE. UU., Bélgica y Alemania, en donde se puede apreciar que el gigante norteamericano posee un mayor PEA en los 5 años analizados, durante el año 2019 se puede apreciar que existió un total de 165,890,069 personas activas con ingresos monetarios o con un trabajo estable y digno, seguido por Alemania con un PEA de 43,577,709 y Bélgica con un total de 5,101,824 personas activas.

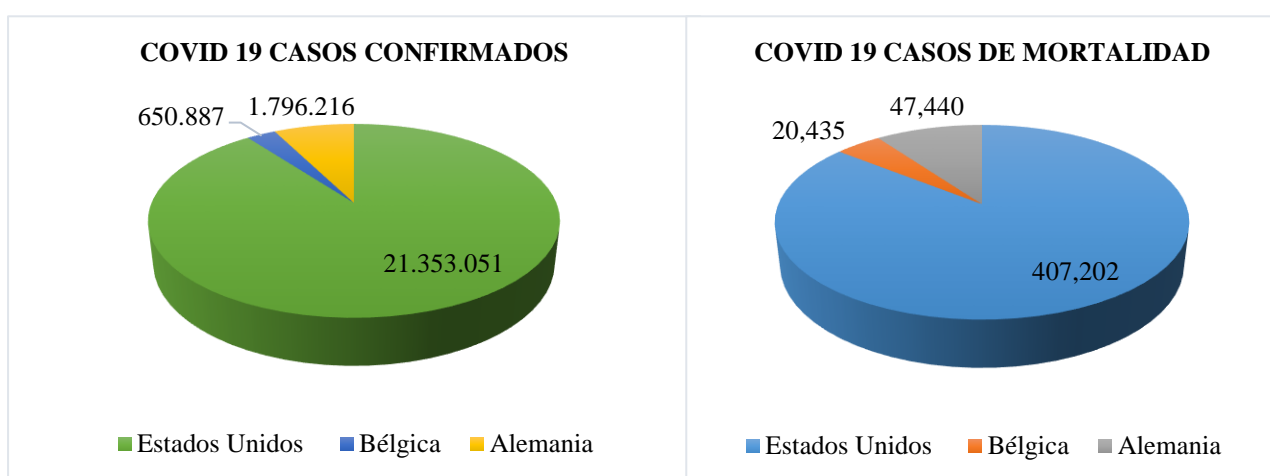
### 3.6.2.4.2 Covid – 19

La COVID-19 es la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se ha descubierto más recientemente. Tanto este nuevo virus como la enfermedad que provoca eran desconocidos antes de que estallara el brote en Wuhan (China) en diciembre de 2019. Actualmente la COVID-19 es una pandemia que afecta a muchos países de todo el mundo. (OMS, 2020, párr.1)

**Tabla 22.**  
Estadísticas COVID -19

COVID 19		
AÑO 2020		
PAÍSES	Nº casos confirmados	Nº de muertes
Estados Unidos	21.353.051	407,202
Bélgica	650.887	20,435
Alemania	1.796.216	47,440

Fuente: OMS 2020



**Figura 13.** COVID -19 en cifras


En base a la *Figura 13* se puede apreciar el número de casos confirmados y mortalidad con COVID 19, en dónde el principal país infectado por la pandemia es EE. UU. durante el año 2020 se registró 21,353,051 casos confirmados y 407,202 casos de mortalidad, seguido por Alemania con un total de 1,796,216 casos confirmados y 47,440 muertes, finalmente Bélgica con 650,887 casos confirmados y 20,435 muertes por la pandemia COVID 19.

### 3.6.2.5 Factores Geográficos

#### 3.6.2.5.1. Localización

A través de la localización, se identifica los tiempos logísticos de llegada del producto al mercado destino, desde el punto de origen hasta el punto de llegada, estableciendo modalidad de transporte y rutas más adecuadas para realizar la comercialización del banano bocadillo exportada desde el Ecuador.

**Tabla 23.**  
Factores geográficos, localización

<b>LOCALIZACIÓN</b>	
<p><b>ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA – EE. UU.</b></p> 	<p>Hay que mencionar que EE. UU. cuenta con una modalidad de transporte aéreo y marítimo para transportar bienes o movilidad de personas. A continuación, se detalla la modalidad previo comercialización del banano bocadillo (orito) producido por la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del Sol.</p> <p><b>TRANSPORTE AÉREO:</b></p> <p><b>Aeropuerto Internacional de Miami (MIA)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• El Aeropuerto Internacional de Miami es considerado número 1 en tráfico de carga internacional en EE. UU. y número 12 a nivel mundial.</li><li>• Cuenta con una extensión de 3,230 hectáreas y 2 terminales.</li><li>• En el año 2016 de enero a diciembre registró: el tránsito de 44.58 millones de pasajeros, 2.18 millones de toneladas de carga y 412,005 movimientos de aeronaves.</li><li>• En el mismo periodo Ecuador exportó mercancías valoradas en USD 1,214 millones siendo este aeropuerto, la principal ruta de ingreso vía aérea para las exportaciones ecuatorianas con destino EE. UU.</li></ul> <p><b>Aeropuerto Internacional John F. Kennedy (JFK)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• El Aeropuerto Internacional John F. Kennedy es considerado número 6 en tráfico de carga internacional en EE. UU. y número 19 a nivel mundial.</li><li>• Cuenta con una extensión de 4,930 has, 6 terminales operativos y cuenta con acceso directo al metro y tren de la ciudad de Nueva York.</li><li>• En el año 2016 de enero a diciembre registró: el tránsito de 58,87 millones de pasajeros, 1.26 millones de toneladas de carga y 452,415 movimientos de aeronaves.</li><li>• En el mismo periodo Ecuador exportó mercancías valoradas en USD 298 millones.</li></ul> <p><b>TRANSPORTE MARÍTIMO:</b></p> <p>Los puertos marítimos de los Estados Unidos de América son el mayor componente del sistema de carga, manejando alrededor del 75% de la carga internacional del país, en términos de volumen. Los principales puertos por donde ingresa la carga ecuatoriana son: Everglades - Miami - Houston - New York - San Diego y Los Ángeles, donde en el año 2016, ingresaron más del 83% de nuestras exportaciones a dicho país. A continuación, se detallan los principales puertos de USA. (PROECUADOR, 2017)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Puerto de Nueva York y Nueva Jersey</li><li>• Puerto de Virginia, Norfolk (VA)</li></ul>

- Puerto de Savannah (GA)
- Puerto de Miami (FL)
- Puerto de Long Beach, Los Ángeles (LA)
- Puerto de Charleston (NC)
- Puerto de Oakland (CA)
- Puerto de Houston (TX)

Tiempo de tránsito del transporte marítimo

COSTA ESTE: 10 - 18 días estimados

GOLFO DE MÉXICO: 21 - 26 días estimados

COSTA OESTE: 27 - 30 días estimados



## BÉLGICA



Bélgica es un país localizado al noroccidente del continente europeo, limitando al Norte con los Países Bajos y el Mar del Norte, al sur con Francia y al Este con Alemania y Luxemburgo. La superficie total de su territorio es de 30.528 km<sup>2</sup>. La línea del litoral marítimo tiene una extensión total de 66.5 km. (PROCOLOMBIA, 2016, p.1)

### TRANSPORTE AÉREO

Bélgica cuenta con 43 aeropuertos y las ciudades de Amberes, Bruselas, Lieja y Ostende cuentan con aeropuertos habilitados por la aduana. El tiempo de viaje aproximado es 9 a 12 horas.

- **Aeropuerto de Bruselas:** ubicado a 13 km al nororiente del centro de la ciudad, posee las mayores facilidades para el manejo de carga, incluidos perecederos, por lo tanto, es la principal puerta de entrada de carga aérea al país y es el sexto aeropuerto más grande de carga en el continente. Este cuenta con una zona dedicada exclusivamente a la logística, tanto de importaciones como de exportaciones, bajo el nombre de Brucargo West. (PROCOLOMBIA, 2016, p.1)
- **Aeropuerto de Amberes:** Se encuentra ubicado en la ciudad de Antwerp (Centro mundial de los diamantes), y movilizó en el 2008 un total de 5.564 toneladas, siendo octubre el mes de mayor movimiento. Su

---

ubicación es estratégica dada su cercanía con el Puerto de Amberes y a la segunda ciudad belga en importancia económica. (PROCOLOMBIA, 2016, p.2)

### **TRANSPORTE MARÍTIMO**

La infraestructura portuaria de Bélgica está compuesta por 8 puertos y sub-puertos para su intercambio comercial Amberes y Zeebrugge, son los principales puertos de entrada, los cuales poseen una ubicación geográfica única, sirviendo de enlace hacia los mercados de los Países Bajos, Gran Bretaña, Francia y Alemania. (PROCOLOMBIA, 2016, p.3)

- **Amberes Antwerp:** Tiempo aproximado 18 a 20 días.
- **Zeebrugge:** Tiempo aproximado 18 a 20 días.

---

### **ALEMANIA**



Alemania es un país situado en Europa occidental, tiene una superficie de 357.580 Km<sup>2</sup> con una población de 83.166.711 personas, es un país muy poblado y tiene una densidad de población de 233 habitantes por Km<sup>2</sup>. Su capital es Berlín y su moneda Euros. (DATOSMACRO, 2020,párr.1)

### **TRANSPORTE AÉREO**

#### **Aeropuerto Internacional de Frankfurt (FRA)**

- El aeropuerto de Frankfurt es el más importante del país considerado el segundo del mundo en cuanto a pasajeros internacionales y el octavo por número total de pasajeros; y, en lo que respecta a carga es considerado el octavo del mundo en cuanto a carga internacional y el décimo por total de carga. (PROECUADOR, 2017, párr.1)
- Es uno de los más importantes hubs de transporte en Europa.
- Cuenta con una extensión total de 2,300 ha y 2 terminales.
- 60.8 millones de pasajeros transitaron la terminal en el 2016, 462,885 movimientos de aeronaves y movilizaron 2,067,257 toneladas de carga.

#### **Aeropuerto de Hamburgo (HAM)**

- El aeropuerto de Hamburgo es la segunda puerta de entrada a la carga ecuatoriana a través de esta vía después del aeropuerto de Frankfurt. Es considerado el 5to puerto de Alemania, siendo un centro de transporte tanto de pasajeros y de carga.
- Más de 150 compañías aéreas de carga operan en el aeropuerto, con capacidad para alrededor de 500,000 ton de carga aérea.
- En el 2016, 16.22 millones de pasajeros transitaron la terminal.

### **TRANSPORTE MARÍTIMO**

---

Los puertos marítimos alemanes son de vital importancia para la industria y la economía del país, manejando casi una cuarta parte de las importaciones y exportaciones de Alemania. Los puertos de las costas del Mar del Norte y del Báltico ofrecen una variedad de servicios especializados; Juntos, están capacitados para manejar todo tipo de bienes. Los principales puertos por donde ingresa la carga ecuatoriana son: Hamburgo y Bremerhaven. (PROECUADOR, 2017, párr.6)

- **Puerto de Hamburgo**

El puerto de Hamburgo desempeña un papel destacado en el mercado intercontinental de transporte de contenedores, es el más grande del país. Alrededor de 9,000 escalas de buques por año, casi 300 amarres y un total de 43 kilómetros de muelle para buques de navegación marítima, más de 1,900 trenes de carga por semana, cuatro terminales de contenedores, tres terminales de cruceros y alrededor de 50 centros especializados en el manejo de roto y carga fraccionada y todo tipo de cargas a granel. (PROECUADOR, 2017, párr.7)

- **Puerto de Bremerhaven**

Bremerhaven es uno de los ejes principales de transbordo para el tráfico de importación y exportación intermodal. Cuenta con el más largo muelle, tiene 14 puntos de atraque para embarcaciones mega contenedores. Es considerado el cuarto mayor terminal de contenedores en Europa. (PROECUADOR, Perfil logístico - Alemania , 2017)

**Tiempos de tránsito vía marítima de diversas agencias navieras que operan en el país hacia los principales puertos de Alemania.**

<b>Transporte Vía Marítima desde Ecuador hacia Alemania Días de Tránsito</b>			
<b>AGENCIA NAVIERA/ PRINCIPALES PUERTOS</b>	<b>HAMBURG</b>	<b>BREMERHAVEN</b>	<b>BREMEN</b>
MEDITERRANEAN SHIPPING GO	22	19	-
MAERSK LINE	20	21	25
CMA- CGM	23	22	25
HAPAG LLOYD	23	29	27
EVERGREEN	53	51	53

**Fuente:** Perfil Logístico – ALEMANIA (2017), Perfil Logístico – EE. UU. (2017), Perfil Logístico – BÉLGICA (2018) de PROECUADOR, DSV Global Transport and Logistics.

Previo la estimación de costos, es indispensable seleccionar la modalidad de transporte que se va a seleccionar para la exportación del producto, que en el caso de estudio es el banano bocadillo (orito) producido por la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del Sol, hay que considerar que a mayor tiempo de transporte, el costo de la mercancía es más elevado. En consecuencia, el país más cercano es EE. UU.

### 3.6.2.5.2. Índice de Desempeño Logístico

Según el Consejo Nacional de Competitividad (2018) en su publicación denominada, *Índice de Desempeño Logístico (LPI)*, determina que el LPI tiene como propósito identificar los desafíos y oportunidades que mejoren el desempeño logístico de un país. Dentro de los seis aspectos que se evalúan estos se miden en un rango del 1 al 5, siendo 5 la mayor puntuación. El resultado final del LPI es un promedio ponderado de los puntajes obtenidos por todos los aspectos evaluados. Este índice se enfoca en evaluar aspectos de Aduanas, Infraestructura, Envíos Internacionales, Competencia de Servicios Logísticos, Seguimiento y Rastreo y Puntualidad, a lo largo de la cadena de suministro. (BANCO MUNDIAL, 2018, p. 1)

**Tabla 24.**  
Índice de desempeño logístico - LPI

ÍNDICE DE DESEMPEÑO LOGÍSTICO – LPI					
AÑOS					
PAÍSES	2016	2017	2018	2019	2020
Estados Unidos	3.918	3.955	3.992	3.941	3.89
Bélgica	4.045	4.077	4.109	4.075	4.04
Alemania	4.122	4.174	4.226	4.213	4.200

Como se puede apreciar en la *Tabla 24* el país con mejor puntuación en el LPI es Alemania, es decir, es más eficiente trámites aduaneros, infraestructura, puntualidad, envíos internacionales, competencias de servicios logísticos, seguimiento y rastreo de las unidades de transporte. Seguido por Bélgica y consecutivamente EE. UU.

### 3.6.2.6 Factor Cultural

#### 3.6.2.6.1. Idioma

Uno de los factores clave para llegar a complementar una negociación internacional, es la buena comunicación en un idioma oficial, una de las lenguas más demandadas en el campo de los negocios es el inglés como lengua universal.

**Tabla 25.**  
Factor cultural, idioma

ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	ALEMANIA	BÉLGICA
Lenguaje: El inglés es el idioma oficial.	Lenguaje: El alemán es el idioma oficial.	Lenguaje: El francés es el idioma oficial.

El base a la *Tabla 25* se puede identificar las lenguas oficiales de los tres países seleccionados en el caso de estudio, es necesario conocer o contratar un profesional en campo de la lengua del país a seleccionar para la exportación de la banana bocadillo (orito), previo una negociación. La adecuada comunicación en un idioma oficial y universal como el inglés es el éxito de toda negociación.

### 3.6.2.7. Perfil De Oportunidades y Amenazas del Medio (Poam)

La matriz POAM (Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio) es la metodología que permite valorar y también identificar las oportunidades y amenazas potenciales de una compañía o en este caso de una nación. Dependiendo de su importancia e impacto, un grupo de estrategia puede establecer si un factor constituye una oportunidad o una amenaza para la empresa. (LIFEDER, 2019, párr.2)

Previo diagnóstico realizado por el investigador hacia los tres países objeto de estudio, se procede a determinar la mejor opción del mercado internacional para realizar las transacciones comerciales de exportación del banano bocadillo producido por la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del Sol, efectuando la evaluación respectiva a través de la matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM) en la cual se presentan las siguientes ponderaciones de acuerdo a la siguiente tabla. A continuación, se detalla la escala de medición de la matriz POAM.

**Tabla 26.**  
Escala de medición – POAM

ESCALA DE MEDICIÓN		
<b>OPORTUNIDADES</b>	Alta	3
	Media	2
	Baja	1
<b>DEBILIDADES</b>	Baja	1
	Media	2
	Alta	3

### 3.6.2.7.1. Perfil de Oportunidades y amenazas del medio

**Tabla 27.**

La matriz POAM (Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio)

FACTORES	ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA				ALEMANIA				BÉLGICA			
	Oportunidades		Amenazas		Oportunidades		Amenazas		Oportunidades		Amenazas	
	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
<b>FACTORES SOCIOECONÓMICOS</b>												
Producto Interno Bruto (PIB)	Alto	3			Alto	3			Medio	2		
PIB per cápita	Alto	3			Medio	2,5			Medio	2		
Inflación			Alto	3			Media	2			Media	2
Tasa de desempleo			Alto	3			Media	2			Alta	3
Balanza Comercial	Media	2			Baja	1			Media	2		
Tipo de cambio	Alto	3			Medio	2			Medio	2		
<b>SUMA</b>		<b>11</b>		<b>6</b>		<b>8,5</b>		<b>4</b>		<b>8</b>		<b>5</b>
<b>PROMEDIO</b>		<b>2,75</b>		<b>3</b>		<b>2,125</b>		<b>2</b>		<b>2</b>		<b>2,5</b>
<b>FACTORES POLÍTICOS</b>												
Política Comercial	Alto	3			Medio	2			Medio	2		
Riesgo País	Alto	3			Medio	2			Medio	1,5		
<b>SUMA</b>		<b>6</b>				<b>4</b>				<b>3,5</b>		
<b>PROMEDIO</b>		<b>3</b>				<b>2</b>				<b>1,75</b>		
<b>FACTORES LEGALES</b>												
Barreras arancelarias	Alto	3			Medio	2			Medio	2		
Barreras no arancelarias			Medio	2			Alto	3			Alto	3
<b>SUMA</b>		<b>3</b>		<b>2</b>		<b>2</b>		<b>3</b>		<b>2</b>		<b>3</b>
<b>PROMEDIO</b>		<b>3</b>		<b>2</b>		<b>2</b>		<b>3</b>		<b>2</b>		<b>3</b>
<b>FACTORES DEMOGRÁFICOS</b>												

Población Económicamente Activa (PEA)	Alto	3	Medio	2	Medio	2	
COVID 19		Alto	3	Alto	3	Medio	2
<b>SUMA</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>PROMEDIO</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>FACTORES GEOGRÁFICOS</b>							
Localización	Alto	3	Medio	2	Medio	2	
Índice de desempeño logístico	Medio	2	Alto	3	Alto	3	
<b>SUMA</b>		<b>5</b>		<b>5</b>		<b>5</b>	
<b>PROMEDIO</b>		<b>2,5</b>		<b>2,5</b>		<b>2,5</b>	
<b>FACTORES CULTURALES</b>							
Idioma	Media	2	Media	2	Media	2	
<b>SUMA</b>		<b>2</b>		<b>2</b>		<b>2</b>	
<b>PROMEDIO</b>		<b>2</b>		<b>2</b>		<b>2</b>	

---

### 3.6.2.7.2. Resultado de la matriz POAM

**Tabla 28.**

Resumen de la matriz POAM (Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio)

FACTORES	ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA		ALEMANIA		BÉLGICA	
	Oportunidades	Amenazas	Oportunidades	Amenazas	Oportunidades	Amenazas
Factores						
Socioeconómicos	2.75	3	2.1	2	2	2.5
Factores Políticos	3	0	2	0	1.75	0
Factores Legales	3	2	2	3	2	3
Factores Demográficos	3	3	2	3	2	2
Factores Geográficos	2.5	0	2.5	0	2.5	0
Factores Culturales	2	0	2	0	2	0
<b>SUMA</b>	16.25	8	12.625	8	12.25	7.5
<b>PROMEDIO</b>	4.64	2.29	3.61	2.29	3.50	2.14
<b>PONDERACIÓN</b>	<b>2.36</b>		1.32		1.36	

### 3.6.2.7.3. Análisis POAM

Según las *Tablas 27 y 28* se puede apreciar las matrices del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM) y su respectivo resumen, en donde se seleccionó los factores socioeconómicos, políticos, legales, demográficos, geográficos y culturales de los países del caso de estudio tales como, EE.UU., Alemania y Bélgica; en donde se determina como país más óptimo para realizar la exportación de banano bocadillo producido por la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del Sol la Maná – Cotopaxi, en base a lo establecido EE.UU. obtuvo una ponderación de 2.36 puntos sobre los otros países analizados.

Uno de los factores socioeconómicos más destacables es el PIB, considerando que EE. UU. es el país seleccionado para la exportación del banano bocadillo, en el año 2019 mantuvo un PIB de \$21,439.45 representado en millones de dólares, con una proyección de crecimiento para el año 2020 de \$22,321.76. Según SANTANDER TRADE (2020), la economía estadounidense se basa esencialmente en servicios. El sector terciario contribuye con más de tres cuartos del PIB (77%) y emplea a más de 79.40% de la fuerza laboral del país. Una gran parte del PIB se compone del sector de finanzas, seguros, bienes raíces, renta y arrendamiento

(18.2%) y del sector de servicios educacionales, salud y asistencia social (8.2%). El sector gubernamental (a nivel federal, estatal y local) contribuye con alrededor de un 11% del PIB. El 5.7% restante de la fuerza laboral se clasifica como independiente no agrícola. (párr.8)

Ecuador y EE. UU. mantienen un Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) y se termina en diciembre del año 2020, el banano bocadillo (orito) del caso de estudio ingresa al país norteamericano con 0% de ADVALOREM debido a este acuerdo político entre ambas naciones. El SGP es un mecanismo unilateral a través del cual EE. UU. otorga condiciones de acceso preferencial a una selección de productos (tasas bajas o tarifa 0%) entre los cuales se encuentran productos bajo subpartida arancelaria 08.03.90. Estados Unidos es el principal socio comercial del mercado de productos ecuatorianos. La balanza comercial se ha mantenido positiva desde 2001. En 2018 cerró con \$ 1.847 millones a favor de Ecuador y hasta septiembre de 2019 fue de \$ 1.663 millones, de acuerdo con el Banco Central del Ecuador. (DIARIO EL TELEGRAFO,2020, párr.3-7)

EE. UU. en el año 2020 registra un PEA de 165,890,069 personas activas con ingresos monetarios o con un trabajo estable y digno, seguido por Alemania con un PEA de 43,577,709 y Bélgica con un total de 5,101,824 personas activas, considerando la economía y demografía del país seleccionado como mercado objetivo.

### **3.6.2.8. Análisis del Mercado de Destino – EE. UU.**

#### **3.6.2.8.1. Perfil del país – EE. UU.**

Previa determinación del mercado óptimo para realizar la comercialización del banano bocadillo (orito) producido por la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del sol La Maná – Cotopaxi, EE. UU. posee una economía muy estable, un adecuado nivel de vida, una PEA con mayor poder adquisitivo, es un país altamente industrializado con altos niveles de productividad y uso de tecnologías modernas. Los sectores clave incluyen la agricultura (maíz, soya, res y algodón); manufactura de maquinaria, productos químicos, comida y automóviles y, mercado terciario en auge enfocado a las finanzas, seguros, bienes raíces, arriendos y arrendamientos. (SANTANDER, 2020, párr.5)

**Tabla 29.**  
Análisis del mercado destino - EE. UU.

**Estados Unidos de América (EE. UU.)**



**Datos generales:**



**Área geográfica**

9.831.510 km<sup>2</sup>

**Población total**

Población (2020 est.)  
332,639,102

**Población Económicamente Activa**

Aproximadamente 50,30% de la población total

**Población de principales áreas metropolitanas**

Los Angeles (17.718.858); Nueva York (16.713.992); Chicago (9.655.015); San Francisco (6.989.419); Houston (6.519.358); Miami (5.805.883); Washington DC (6.022.391); Atlanta (4.762.159); Dallas (4.547.218); Philadelphia (4.066.015); Phoenix (4.163.445); Detroit (3.801.161); Boston (3.684.250); Minneapolis (3.496.061); San Diego (3.215.637); Seattle (2.776.119)

**Capital**

Capital Washington, D.C

**Lengua oficial**

Inglés (82%), español (10,7%)

**Idioma(s) de negocios**

Inglés

**Religión**

Protestantes 52%, católicos 24%, mormones 2%, judíos 1%, musulmanes 1%, Otros 10%, Sin religión 10%.

**Moneda local**

Dólar estadounidense (USD)

**PIB**

PIB (miles de millones de USD) 22.321,76 (2020)

**PIB per cápita**

PIB per cápita (USD) 67.427

**Tasa de inflación**

Inflación anual (2020) 2.3%

**Empleo**

Empleo por sector (en % del empleo total) 1.4% agricultura, 19.2% industria, 79.4% servicios.

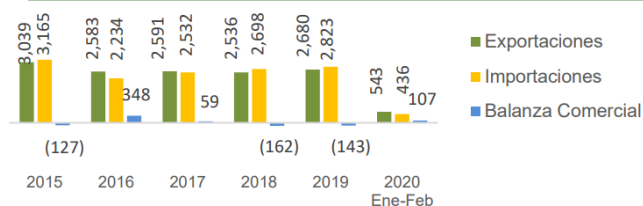
**Desempleo**

Tasa de Desempleo (2020) 11.1%

**Comercio exterior**

**PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR – ESTADOS UNIDOS (MILES UDS)**

**BALANZA COMERCIAL NO PETROLERA (MILLONES USD)**



Estados Unidos es el principal país destino de las exportaciones ecuatorianas, tales como, camarón y langostinos congelados, banano fresco o seco, preparaciones y conservas de atún, listados o bonitos, cacao en grano, rosas frescas (...)

Descripción	2019 Ene-Feb	2020 Ene-Feb	Arancel 2020
Rosas frescas cortadas	56,381	58,176	6,80%
"Los demás langostinos (género de la familia panaeidae) congelados	28,745	40,872	0%
Banano orito (musa acuminata)	22,208	40,304	0%
Las demás formas de oro en bruto para uso no monetario	18,499	35,042	0%
Las demás bananas frescas tipo Cavendish	39,261	27,69	0%
<b>Demás productos</b>	<b>273,312</b>	<b>340,8</b>	<b>-</b>

**Fuente:** SANTANDER TRADE (2020), Ficha Técnica de EE. UU. PROECUADOR.

### **3.6.2.8.2. Perfil del Consumidor de Estados Unidos**

El consumidor estadounidense está dispuesto a consumir productos con valor agregado novedosos, funcionales y eco amigables, pero a la vez es muy exigente en calidad y contenido nutricional, este consumidor está bien informado y le gusta el cuidado al medio ambiente, esta población valora un producto por su calidad, a fin de llevar una vida saludable libre de productos transgénicos y aditivos químicos.

Existe una tendencia de internacionalización de los buenos hábitos de consumo a través de las redes sociales, para llegar al consumidor estadounidense y se interese en productos sanos y nutritivos de otros países, sus gustos por comidas étnicas y tradicionales ha incrementado en base a diversificar el hogar con productos variados a la hora de elegir un alimento, al momento de seleccionar un producto que está en percha, observa su origen, preparación, beneficios nutritivos.

El bienestar es un factor clave para la compra de un producto, el comportamiento del consumidor estadounidense ha cambiado por la crisis mundial, es más sensible en precios, gasta su dinero con más cuidado ahora están comprando productos menos caros, puntuando más la relación precio/valor que la marca, se preocupa por administrar más su tiempo a la hora de hacer compras en los diferentes supermercados.

Las tendencias de consumo han cambiado, ahora el consumidor estadounidense está bien informado sobre la industria alimentaria, adquiere el producto basado en la información nutricional y buen diseño del empaque primario, es muy observador en los ingredientes del producto.

Según The Winter Fancy Food Show (2017) en San Francisco, California, se observó el interés por bebidas saludables, alimentos que no hayan sufrido grandes cambios durante el proceso de producción y productos con sabores novedosos. Las salsas orgánicas fueron otras de las atracciones aclamadas por los participantes. Entre los principales productos que les interesa adquirir tenemos: el café, infusiones, salsas en general, zumos o bebidas, bebidas funcionales, pescados y sus derivados, alimentos precocinados, alimentos terminados listos para calentar y servir, alimentos congelados, conservas y otros. (párr.7)

### **3.6.2.8.3. Segmento de mercado**

El Ecuador es líder en exportación de bananas frescas tipo Cavendish y banano orito (musa acuminata) a nivel mundial, uno de los principales mercados internacionales que realiza

importación de esta fruta tradicional es Estados Unidos de América (EE. UU.) según la base de datos de TRADEMAP (2020). Se ha seleccionado como segmento de mercado a Los Ángeles – California debido a que existe una elevada demanda de alimentos frescos y se encuentra en el TOP TEN de ventas de productos. Es indispensable mencionar que los productos bajo subpartida arancelaria 08.03.90 ingresan a EE. UU. con 0% de arancel, gracias al SGP que mantiene vigente con Ecuador.

Se ha tomado en cuenta Los Ángeles – California, considerando que es uno de los principales estados de EE. UU. en consumir fruta fresca importada representada por el 14,8%, hay que tomar en cuenta que los EE. UU. mantiene un PEA de 165,890,069 según el Banco Mundial, y por ende tienen mayor poder adquisitivo al momento de realizar la compra de un producto. A continuación, se detalla el porcentaje de consumo de fruta por estados.

**Tabla 30.**

Participación de consumo

<b>Ciudades más pobladas de Estados Unidos</b>	<b>% de participación de consumo de frutas.</b>
New York	9,63%
Houston	16,9%
Los Ángeles	14,8%
Chicago	8,20%
Filadelfia	5,37%

Hay que considerar que Houston, Los Ángeles y New York, son los principales estados consumidores de fruta fresca; es de vital importancia que frente al COVID – 19 EE.UU. ha aumentado el consumo de fruta fresca, ante la consulta de si están consumiendo más o menos el determinado producto, los encuestados de Estados Unidos, Reino Unido, Brasil y China y sobre todo estos, últimos, declaran un aumento sustancial en lo que respecta al consumo de frutas y verduras frescas, lo que es tremendamente relevante para Ecuador, dado que son los principales destinos de nuestras exportaciones hortofrutícolas, ha habido un aumento significativo en la preocupación de los consumidores por la seguridad y la limpieza de los productos frescos, agregando que sería más probable que compre productos ahora si vienen en contenedores o bolsas selladas. (Scott, 2020, párr.3)

A continuación, se detallan algunos factores indispensables sobre el mercado objetivo.

**Tabla 31.**  
 Ficha técnica ciudad Los Ángeles - California

<b>CIUDAD DE LOS ÁNGELES</b>	
<b>Los Ángeles</b>	Las principales fuentes de ingresos económicos de este estado son, la prestación de servicios profesionales, turismo, y entretenimiento.
<b>Capital</b>	California
<b>Densidad de la población</b>	7.544,6 personas por milla cuadrada (2.910/km <sup>2</sup> )
<b>Población</b>	4.085.014 habitantes
<b>PIB</b>	En mil millones de USD 2.968, 12 en el año 2018
<b>PIB per cápita</b>	USD 66.310
<b>Índice de pobreza</b>	19%
<b>Idioma oficial</b>	Inglés, español
<b>Moneda</b>	Dólar Americano
<b>País fronterizo</b>	Canadá

**Fuente:** U.S. Census (2020).

Es importante segmentar a Los Ángeles – California debido a que se determina la capacidad para seleccionar al mercado meta de la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del Sol, es decir, aquel sector de población que previsiblemente consumirá el producto o servicio es decisiva para alcanzar los objetivos comerciales y el éxito empresarial. Se fracciona el mercado en grupos o segmentos de consumidores homogéneos, que reúnen una serie de características similares y significativas para la empresa, con el propósito de satisfacer mejor las necesidades de los clientes y alcanzar los objetivos comerciales de la empresa. (EAE BUSINESS SCHOOL, 2020)

#### **3.6.2.8.3.1. Variables económicas**

La PEA de Los Ángeles – California es una economía a base de la prestación de servicios, sin duda, ahora el consumidor estadounidense es más cuidadoso en la adquisición de un producto y procura gastar menos, podemos ver que el año 2020 el salario mínimo fue de 1.256,7 dólares USA y por lo tanto se mantiene sin cambios respecto a 2019, mientras que el Índice de precio al consumidor (IPC) de 2019 fue del 2,3%, lo que supone una pérdida de poder adquisitivo para los trabajadores en el último año. La mediana de ingreso de los hogares en 2018 fue \$63,179. (DATOSMACRO, 2020, párr.2)

#### **3.6.2.8.3.2. Variables geográficas**

El estado de California tiene una superficie total de 423.970 Km<sup>2</sup>, en la que la diversidad geográfica es muy grande. Destacan 4 zonas principalmente: la amplia zona costera al oeste, las montañas (Sierra Nevada y Coast Ranges), el fértil Valle Central y el desierto de Mojave. (ICEX, 2019, p. 7)

#### **3.6.2.8.3.3. Variables culturales**

Considerando la información proporcionada por United States Census, el 78.1% habla inglés, el 13.5% habla español, otros idiomas indo europeos el 3.7%, idiomas asiáticos e isleños del pacífico 3.6% y otros idiomas 1.2%, hay que resaltar que la información mencionada es de los EE.UU. Prácticamente en Estados Unidos, las tres principales religiones del mundo, cristianismo, judaísmo e islamismo, están presentes en el país. Predominan los grupos de protestantes (varias denominaciones) y los católicos romanos. Entre los inmigrantes de origen hispano o latino, la religión predominante es la católica. (US CENSUS, 2020)

#### **3.6.2.8.3.4. Variables demográficas**

La población de California a 1 de julio de 2018 era de 39.557.045 personas (un 12,17% de la población total del país), del 2010 al 2018, el crecimiento demográfico fue del 6,2%, superior a la media del total nacional, situada en el 4,1%. Se espera que para el 2030 la población de California sea de 44,27 millones, de los cuales en torno al 30% serán de origen extranjero. Los Ángeles en el año 2018 mantuvo una población de 39.557.045 habitantes. En California existe un 6.5% de afroamericanos, el 37.2% son blancos, el 39.1% son hispanos latinos, el 1.6% es población india americana y nativos de Alaska, el 15.2% son asiáticos, el 0.5% son población nativa hawaiana y otras islas del Pacífico, y el 3.9% son población de dos o más razas. (ICEX, 2019, p. 10) Es indispensable mencionar que la PEA de California está representada por las personas mayores de 18 a 64 años, representada por el 77.3%.

#### **3.6.2.8.4. Cultura de negocios internacionales – EE. UU.**

La cultura del negociador estadounidense se caracteriza por ser un buen negociante, gozan de una personalidad muy segura de sí mismo, les gusta ganarse la confianza de su contraparte, el negociante norteamericano da mucha importancia al tema de beneficio y rentabilidad, son rápidos y no les gusta perder tiempo, en si son puntuales y exactos, mantienen una forma de negocio directa para encontrar una pronta solución y de manera oportuna, les agrada asumir riesgos previo alguna garantía del éxito de una negociación. Es necesario tener

dominio en la lengua oficial de EE. UU., el inglés, o se debe de hacer el uso de un intérprete de gran confianza al momento de realizar y pactar una negociación, que exprese con exactitud sus ideas y le haga conocer con precisión la opinión del negociador estadounidense. Se debe de respetar los protocolos de negociación americano, siempre se debe mantener un estilo de ganar – ganar. Previo realizar cualquier obsequio al negociador estadounidense, se debe conocer sus costumbres y gustos culturales.

### 3.6.2.8.5. Estructura de negocios internacionales – EE. UU.

El CEO, CHIEF EXECUTIVE OFFICER o director ejecutivo, es el máximo responsable de la gestión de una empresa, institución u organización. El CEO es el pilar de la empresa, el fundador y quién formula el propósito, la visión y la misión de la compañía. Conecta el negocio con el mercado, es el que tiene la última palabra en cuanto a presupuestos e inversiones y dirige las estrategias de la empresa en función de los objetivos marcados por esta. (CITYSEM, 2020)

En el entorno empresarial estadounidense, el CEO es el encargado de la adecuada toma de decisiones para la empresa, es el que decide si se realiza o no la negociación, mantiene una comunicación eficaz, interactivo y preciso al momento de tomar una decisión en el entorno empresarial, por eso los estadounidenses son individualistas porque tienen una estructura de negocios integra.

### 3.6.2.8.6. Principales eventos y ferias internacionales realizadas en los EE. UU.

A continuación se detallan las principales ferias internacionales que se desarrollan en los EE. UU. en donde se realizan grandes negocios con diferentes compradores del mundo.

**Tabla 32.**  
Eventos y ferias internacionales realizadas en EE. UU.

EVENTOS 2019 – 2020			
LOGO	NOMBRE DE LA FERIA	FECHAS	ENLACE
	Summer Fancy Food	Junio 23 25, del 2019	<a href="https://www.feriasinfo.es/Summer-Fancy-Food-Show-M11882/Nueva-York.html">https://www.feriasinfo.es/Summer-Fancy-Food-Show-M11882/Nueva-York.html</a>
	MAGIC Vegas FeriasInfo	Las Vegas 2020 – Agosto 12 – 14, del 2019	<a href="https://www.feriasinfo.es/MAGIC-M3281/Las-Vegas.html">https://www.feriasinfo.es/MAGIC-M3281/Las-Vegas.html</a>



PLMA CHICAGO      Noviembre 17 – 19. Del 2019      <https://www.plmainternational.com/us-show/visiting/exhibitors-and-products>



NATURAL PRODUCTS EXPO WEST 2020      Marzo 3 – 7, del 2020      <https://www.expowest.com/en/home.html>



SEAFOOD EXPO NORTH AMERICA 2020      Marzo 15 – 17, del 2020      <https://www.seafoodexpo.com/north-america/>



NATIONAL RESTAURANT ASSOCIATION SHOW 2020      Mayo 16 – 19, del 2020      <https://www.nationalrestaurantshow.com/>

---

**Fuente:** Guía Comercial de Estados Unidos (2019).

### **3.6.2.8.7. Gustos y preferencias de los ciudadanos de Los Ángeles – California**

En la actualidad los gustos y preferencias de la población de Los Ángeles – California son muy exigentes en calidad y contenido nutricional del producto, las nuevas tendencias de consumo se basan en mantener una vida sana y saludable, el consumidor estadounidense está bien informado sobre la industria alimentaria y buscan ingredientes de calidad, no consumen productos transgénicos, ni altos en grasa.

A medida que Estados Unidos se vuelve más diverso, también se diversifican las preferencias del consumidor de frutas y vegetales frescos. Según Pew Research, para el año 2055, EE. UU., no tendrá una sola mayoría racial o étnica. Diversos grupos están a la búsqueda de alimentos únicos y nativos, especialmente frutas tropicales. La inclusión en los supermercados y los servicios de alimentos de estas frutas en sus pasillos ofrece expectativas positivas para los productores a lo largo de la cadena de suministro y, por supuesto, permite que disfrute de nuevas frutas por parte de los consumidores. Las principales frutas tropicales incluyen los aguacates, los plátanos, las piñas, los mangos y las papayas. Uno de los principales proveedores de fruta tropical y fresca es México. (PMA, 2017, párr.1)

En este contexto, se ha seleccionado a Los Ángeles como segmento de mercado para realizar la comercialización del banano bocadillo (orito) producido por la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del Sol.

La población estadounidense mantiene directrices generales para fomentar hábitos alimenticios saludables, su consumo es a base de un patrón de alimentación saludable, variedad y cantidad de nutrientes, limitación de calorías procedentes de los azúcares añadidos, cambiar bebidas y alimentos por otros más saludables, un mayor consumo de fruta natural, la banana orito es consumida en su mayoría como bocadillo enfocado en sus guías alimentarias a fin de fortalecer sus defensas.

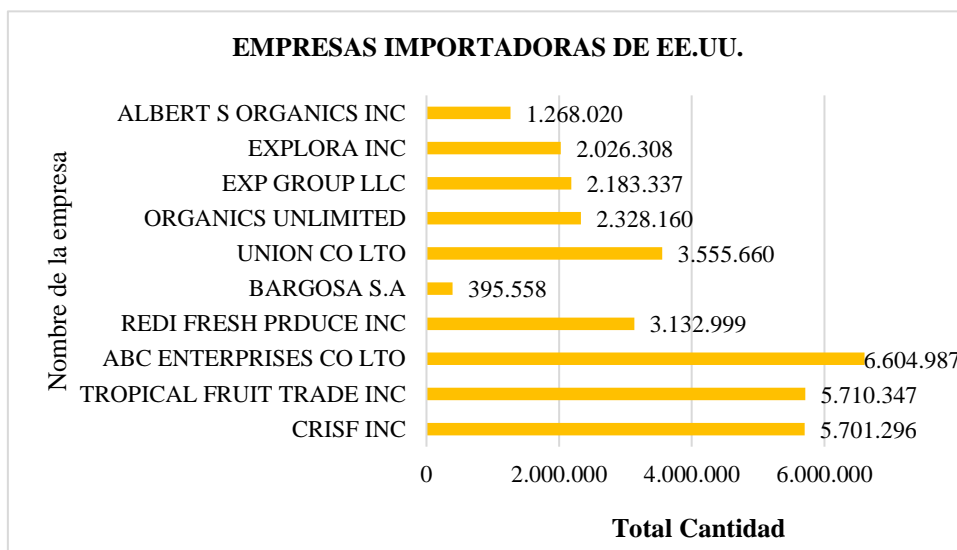
### **3.6.2.8.8. Principales empresas importadoras en Los Ángeles – California de la subpartida 08.03.90**

A continuación, se detalla las principales empresas importadoras del banano orito producida en el Ecuador por la la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del Sol.

**Tabla 33.**  
Principales empresas importadoras en Los Ángeles – California

EMPRESAS IMPORTADORAS EE. UU.	TOTAL CIF	KGS	KGS	TOTAL
		BRUTO	NETO	CANT
CRISF INC	56,935,501.88	116,194,900	5,084,502	5,701,296
TROPICAL FRUIT TRADE INC	54,772,957.07	111,781,545	4,217,950	5,710,347
ABC ENTERPRISES CO LTO	50,682,292.99	103,433,251	1,441,867	6,604,987
REDI FRESH PRDUCE INC	30,687,931.43	62,628,431	3,411,776	3,132,999
BARGOSA S.A.	25,378,185.86	51,792,216	1,521,996	395,558
UNION CO LTO	24,391,827.60	49,779,240	798,000	3,555,660
ORGANICS UNLIMITED	21,340,042.92	43,551,108	897,750	2,328,160
EXP GROUP LLC	21,236,175.63	43,339,134	1,961,417	2,183,337
EXPLORA INC	19,857,808.41	40,526,140	2,342,989	2,026,308
ALBERT S ORGANICS INC	12,432,654.84	25,372,765	670,681	1,268,020

**Fuente:** COBUS GROUP (2020)



**Figura 14.** Principales empresas importadoras en Los Ángeles – California

**Fuente:** COBUS GROUP (2020)

En base a la *Figura No 14* se puede apreciar las 10 principales empresas estadounidenses importadoras del producto ecuatoriano bajo subpartida arancelaria 08.03.90 en donde se destaca la empresa ABC ENTERPRISES CO. LTO. con una cantidad total de 6,604,987 KG.

### **3.6.2.8.9. Principales empresas ecuatorianas exportadoras al mercado de los EE.UU. de la subpartida 08.03.90**

A continuación, se detalla las principales empresas ecuatorianas exportadoras del producto bajo subpartida arancelaria 08.03.90, hacia el mercado norteamericano. Hay que mencionar que la información fue filtrada de la base de datos de COBUS GROUP.

**Tabla 34.**

Principales empresas ecuatorianas exportadoras al mercado de los EE. UU.

EMPRESAS EXPORTADORAS	TOTAL	TOTAL	TOTAL PESO	
ECUADOR 2015-2019	TOTAL FOB	CIF	UNIDAD	NETO
UNION DE BANANEROS				
ECUATORIANOS S.A UBESA	831,777,004.48	0	1,848,374,754.25	1,384,076,221.30
FL. P. LATINOAMERICAN				
PERISHABLES DEL ECUADOR S.A.	31,065,652.79	0	18,447,228.25	15,120,616.65
EARTHFRUCTIFERA CIA. LTDA	14,713,719.12	0	6,920,133.94	17,101,993.63
TROPICAL FRUIT EXPORT S.A.	11,033,189.47	0	5,028,705.88	4,172,310.15
GOLDEN VALUE COMPANY S.A.				
GOVALUE	10,501,948.09	0	8,211,994.08	7,180,246.02

COMPANIA DE DESARROLLO				
BANANERO DEL ECUADOR				
BANDECUA S.A.	5,607,927.46	0	3,633,207.81	3,377,464.19
NOBOA TRADING CO TCN S.A.	5,295,978.23	0	946,964.00	5,192,283.42
DUAGUI S.S	4,550,959.26	0	5,917,362.07	5,202,961.30
TRINYFRESH S.A.	3,958,045.43	0	5,091,186.23	4,645,891.68
FERTIAGRACORP S.A	3,327,262.80	0	5,227,050.81	4,798,005.80

Fuente: COBUS GROUP (2020)

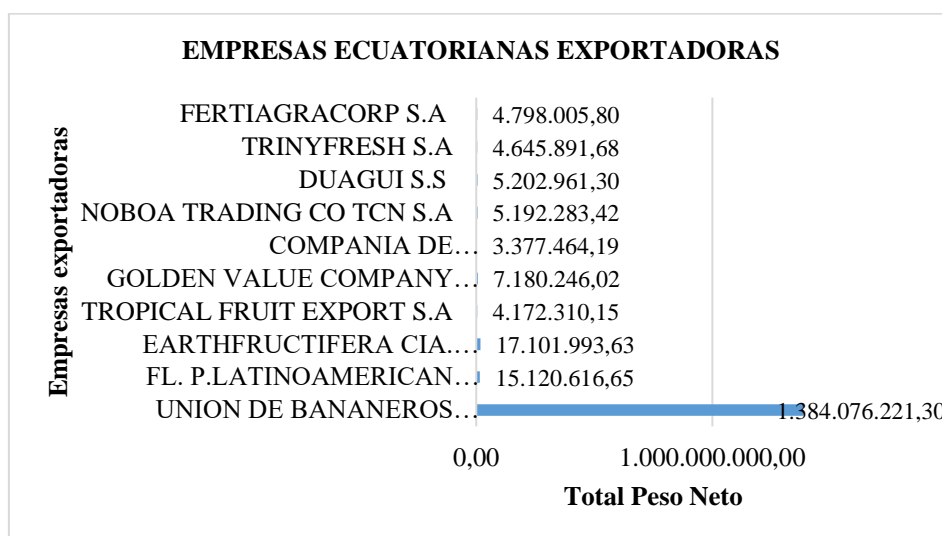


Figura 15. Principales empresas ecuatorianas exportadoras al mercado de los EE. UU.

Fuente: COBUS GROUP (2020)

Como se puede apreciar en la *Figura 15*, se detalla las 10 principales empresas productoras y exportadoras del producto ecuatoriano bajo subpartida arancelaria número 08.03.90, en donde la UNIÓN DE BANANEROS ECUATORIANOS S.A. UBESA realizó una exportación total de 1,384,076,221.30 peso neto, considerando el lapso desde el 2015 al 2019.

### 3.6.2.9. Análisis del Producto

#### 3.6.2.9.1. Importaciones de los Estados Unidos de América bajo subpartida 08.03.90

Es indispensable determinar las importaciones del banano bocadillo (orito) bajo subpartida arancelarias 080390 que EE. UU. realiza de diferentes países del mundo, con el objetivo de identificar la demanda que realiza el país norteamericano. A continuación, se detalla las importaciones efectuadas por EE. UU. de diferentes partes del mundo.

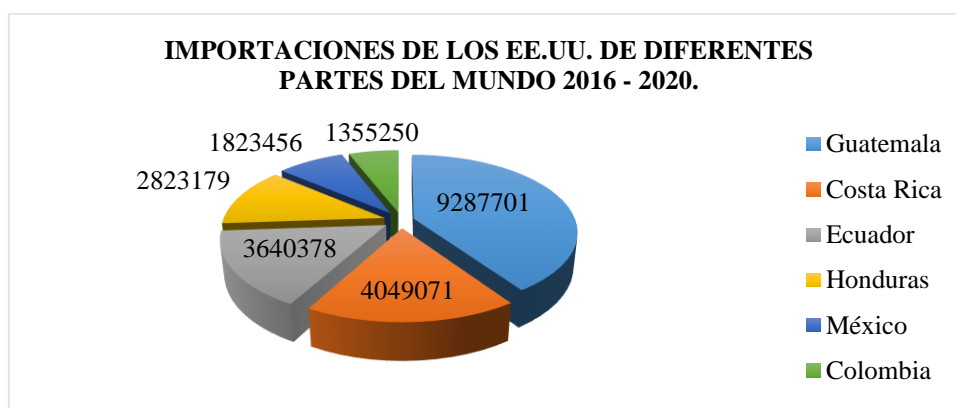
**Tabla 35.**

Importaciones de los Estados Unidos de América

**IMPORTACIONES DE LOS EE. UU. DE DIFERENTES PARTES DEL MUNDO****Lista de los mercados proveedores para un producto importado****Producto: 080390 Plátanos frescos o secos**

No	PAÍSES	AÑOS					TOTAL TM
		2016	2017	2018	2019	2020	
1	Guatemala	1.725,653	1.690,752	1.982,787	1.953,770	1.934,739	92877,01
2	Costa Rica	6.680,40	8.055,06	9.521,57	8.273,16	7.960,52	40490,71
3	Ecuador	8.620,43	8.508,49	5.841,73	6.699,00	6.734,13	36403,78
4	Honduras	6.274,17	5.945,03	5.698,28	5.262,96	5.051,35	28231,79
5	México	3.062,49	2.913,90	3.815,18	4.190,12	4.252,87	18234,56
6	Colombia	3.146,22	2.552,82	2.599,51	2.831,05	2.422,90	13552,50

Fuente: TRADEMAP (2020)

**Figura 16.** Importaciones de los Estados Unidos de América

Fuente: TRADEMAP (2020)

En base a la *Figura 16* se puede determinar los principales países de los cuales EE. UU. realiza importaciones de plátanos frescos o secos, esta base de datos fue extraída de TRADEMAP bajo subpartida arancelaria 080390, se enlistan 6 países proveedores para los diferentes mercados de EE. UU. de la fruta fresca. El principal país proveedor de este producto es Guatemala, en el año 2020 realizó una exportación de 1.934.739 toneladas métricas (TM), seguido por Costa Rica con una cantidad de 796.052 TM. Ecuador se posiciona como tercer país proveedor de plátano al gigante norteamericano, en el mismo año, realizó una exportación de 673.413 TM.

**3.6.2.9.2. Exportación de los Estados Unidos de América bajo subpartida 08.03.90**

En la siguiente tabla se puede apreciar las exportaciones que realiza EE. UU. a diferentes países del mundo, de producto bajo subpartida arancelaria 080390 plátanos frescos o secos.

**Tabla 36.***Exportación de los Estados Unidos de América***EXPORTACIONES DE LOS EE. UU. DE DIFERENTES PARTES DEL MUNDO**

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Estados Unidos de América

Producto: 080390 Plátanos frescos o secos

No	PAÍSES	AÑOS					TOTAL TM
		2016	2017	2018	2019	2020	
1	Canadá	560.021	565.542	584.931	574.375	583.215	28.680,84
2	Bermuda	4.144	4.191	4.439	4.298	4.410	2.148,2
3	Bahamas	1.479	1.411	2.378	2.587	2.766	1.062,1
4	Islas Turks y Caicos	226	432	525	573	750	2.506
5	Islas Caimanes	622	655	797	754	732	3.560
6	Ecuador	99	105	86	66	567	923

Fuente: TRADEMAP (2020)

**Figura 17.** Exportación de los Estados Unidos de América

Fuente: TRADEMAP (2020)

En base a la *Figura 17* se puede apreciar la lista de los mercados importadores para un producto exportado por Estados Unidos de América, hay que mencionar que EE. UU. de igual forma realiza exportaciones de la banana que importa de diferentes países del mundo. Canadá es el principal país que recibe importación de EE. UU., en el año 2020 realizó una transacción 583,215 TM, las Bermudas y las Bahamas de igual forma tienen negocios con los EE. UU.

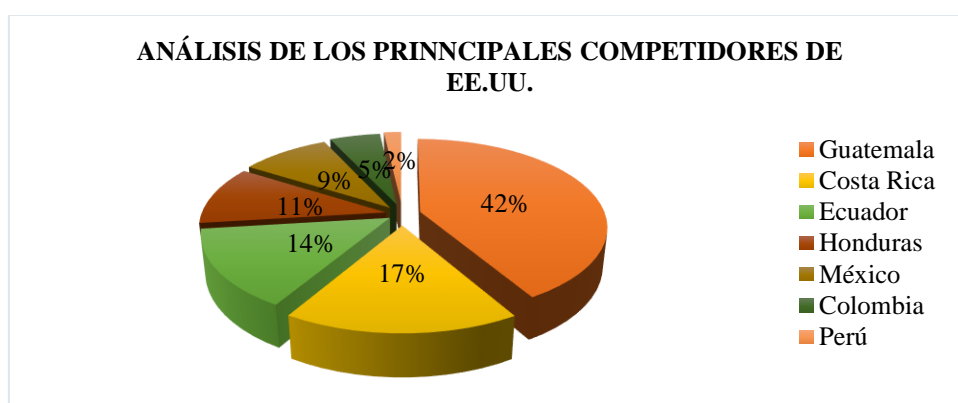
**3.6.2.9.3. Análisis de la competencia a nivel mundial**

A continuación, se establece los 10 principales países exportadores mundiales del producto bajo subpartida arancelaria 080390 plátanos frescos o secos, este dato es extraído de TRADEMAP del año 2020.

**Tabla 37.**

Análisis de los principales competidores de EE. UU.

ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES COMPETIDORES DE EE. UU.			
Cantidad Importada			
No	Ranking países	TM	% de Participación
0	Mundo	4,676,916	100%
1	Guatemala	1,934,739	41.37%
2	Costa Rica	796,052	17.02%
3	Ecuador	673,413	14.40%
4	Honduras	505,135	10.80%
5	México	425,287	9.09%
6	Colombia	242,290	5.18%
7	Perú	82,577	1.77%
8	Panamá	12,088	0.26%
9	Nicaragua	2,423	0.05%
10	República Dominicana	1,159	0.02%

**Fuente:** TRADEMAP (2020)**Figura 18.** Análisis de los principales competidores de EE. UU.**Fuente:** TRADEMAP (2020)

En base a la *Figura 18* se puede apreciar los principales países exportadores de banana bocadillo (orito), y por ende son considerados como competidores en producción y exportación de este producto, a nivel mundial como principal país productor de banana es Guatemala con una exportación anual de 1,934,739 toneladas métricas (TM), con una participación porcentual del 41.37% del total de ventas mundiales, Costa Rica es el segundo país exportador del producto con una venta anual de 796,052 TM con un aporte del 17.02% y el Ecuador se posiciona como tercer país exportador de banana a nivel mundial con una venta de 673,413 TM con un aporte del 14.40%.

#### **3.6.2.9.4. Requisitos para la exportación de fruta a Los Ángeles – EE. UU.**

La Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario – AGROCALIDAD es la encargada de la regulación y control de la sanidad del sector agropecuario y la inocuidad de los alimentos en la producción primaria, impulsando la productividad y competitividad para el desarrollo del sector y mejorar la calidad de vida de los productores agropecuarios mediante la implementación de planes, programas y proyectos de sanidad y bienestar animal, sanidad vegetal y la inocuidad de los alimentos con el fin de garantizar la calidad e inocuidad de la producción agropecuaria del país. (AGROCALIDAD, 2020, párr.2)

En base a su estructura organizacional, el banano bocadillo (orito) tiene que cumplir un estricto proceso de control para ser exportado, tiene que poseer características técnicas, comerciales y de sostenibilidad, el mercado alemán y americano se encuentra demandando altamente productos 100% sostenibles, tomando en cuenta modalidades y buenas prácticas de producción (CSR), al igual que certificaciones. El nicho de productos orgánicos es creciente a nivel de Europa, siendo Alemania el país puntero en la demanda de estos productos. (PROECUADOR, 2018, p. 6)

#### **3.6.2.9.5. Trámites para el proceso de exportación de banano bocadillo (orito).**

A continuación, se detalla los pasos para el registro de exportados en el sistema aduanero ecuatoriano (SENAE), ECUAPASS.

**Paso 1:** Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>

Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

**Paso 2:** Registrarse en el portal de ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

Aquí se podrá:

Actualizar base de datos

- Crear usuario y contraseña
- Aceptar las políticas de uso
- Registrar firma electrónica

### **3.6.2.9.5.1. Proceso de exportación**

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante. (SENAE, 2020, párr. 1)

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite).

“Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación” (SENAE, 2020, párr. 4).

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- Aforo Automático
- Aforo Documental
- Aforo Físico Intrusivo

“Cuando la DAE tenga canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entiéndase con ello la autorización para que se embarque la mercancía, será automática al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias” (SENAE, 2020, párr. 6).

Cuando la DAE tenga canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga al depósito temporal o zona primaria, luego de

lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. Es preciso indicar que, en caso de existir una observación al trámite, será registrada mediante el esquema de notificación electrónico. Una vez cerrada la DAE cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada. (SENAE, 2020, párr. 7)

“Cuando la DAE tenga canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito en el punto anterior y adicionalmente se realiza una inspección física de la carga corroborándola con la documentación electrónica y digitalizada enviada en la DAE” (SENAE, 2020, párr. 8).

### **3.6.2.9.6. Certificaciones Orgánicas**

Las certificaciones son el sistema establecido para identificar un producto con ciertas características específicas. Existe un sin número de agencias gubernamentales, internacionales y empresariales (algunas claramente internacionales) dedicadas a certificar que las prácticas y procesos de producción se ajusten a los estándares particulares propios de cada una de ellas: de calidad, origen, comercio justo, sostenibilidad, orgánico, amigable con las aves, biodinámica, de relación. (PROECUADOR, 2018, p.3)

#### **3.6.2.9.6.1. Proceso de inspección y certificación**

1. Contacto entre empresa productora y certificadora.
2. Certificadora remite documentación con los formularios a la empresa.
3. Empresa devuelve el formulario firmado a la certificación.
4. La certificadora envía el contrato a la empresa.
5. La empresa devuelve la cotización y el contrato firmados a la certificadora,
6. La certificadora envía la documentación técnica a la empresa.
7. La certificadora emite factura, la cual debe ser cancelada en su totalidad por parte de la empresa.
8. Se realiza la inspección mediante un auditor.
9. Envío de la decisión de certificación con desviaciones que tienen que ser corregidas.
10. Una vez corregidas las desviaciones, la certificadora emite el CERTIFICADO o lo pide a la sede y lo envía.

A continuación, se detalla algunas de las instituciones nacionales e internacionales certificadoras orgánicas para productos de calidad y buenas prácticas, previo el ingreso a mercados internacionales.

**Tabla 38.**

Certificaciones orgánicas en mercados internacionales

---

**CERTIFICADORAS NACIONALES E INTERNACIONALES**

---

Servicio Ecuatoriano de Acreditación. - Acreditar la competencia técnica de los organismos que operan en materia de evaluación de la conformidad.



Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP). – Para obtener la certificación HACCP la empresa deberá implementar 7 principios básicos; identificar peligros, identificar los puntos de control críticos, establecer los límites críticos, establecer un sistema de vigilancia (...)



GLOBALG.A.P. - La norma mundial para las buenas prácticas agrícolas



Fairtrade International. – Ofrece a los productores un trato más justo y condiciones comerciales más provechosas.



**FAIRTRADE**  
INTERNATIONAL

USDA Organic Certification. – Cualquier empresario que quiera vender productos orgánicos en el mercado estadounidense, necesita un certificado NOP (National Organic Program) en cual certifica que sigue con las normas internacionales para productos orgánicos, emitido por USDA (United States Department of Agriculture)



CEE Reglamento Europeo. – La agricultura ecológica es un sistema de producción agrícola que proporciona al consumidor alimentos frescos, sabrosos y auténticos al tiempo que respecta los ciclos vitales de los sistemas naturales.



---

**Fuente:** Guía de Certificaciones Internacionales – PROECUADOR.

Para el caso de estudio es indispensable contar con certificación orgánica USDA ORGANIC, GLOBALG.A.P. y FAIRTRADE INTERNATIONAL.

### 3.6.2.10. Análisis situacional - Ecuador

**Tabla 39.**  
Análisis situacional – Ecuador

<b>ECUADOR</b>		
<b>País</b>		Ecuador
<b>Capital</b>	<b>FACTORES GEOGRÁFICOS</b>	Quito
<b>Área geográfica</b>		283.560 km <sup>2</sup>
<b>Población total</b>		17.096.789
<b>Crecimiento poblacional</b>		1,5
<b>PIB</b>		108,38 millones de dólares
<b>PIB per cápita</b>		400\$ Dólares Americanos
<b>Crecimiento del PIB</b>	<b>FACTORES ECONÓMICOS</b>	1,4%
<b>Tasa de inflación</b>		0.19%
<b>Tasa de desempleo</b>		5,20%
<b>Salario básico unificado</b>		400 dólares americanos
	<b>FACTORES CULTURALES</b>	
<b>Moneda</b>		Dólar estadounidense
<b>Lengua oficial</b>		Español (Castellano)
<b>Idioma de negocios</b>		Inglés
<b>Religión</b>		Católica 95%, otras 5%
		República Democrática
<b>Forma de gobierno</b>	<b>FACTORES POLÍTICOS</b>	En los últimos 5 años el Ecuador se ha manejado con una política comercial mediante la firma de acuerdos comerciales con la Unión Europea, Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias con Estados Unidos.
<b>Comercio exterior</b>		Además, sus principales importaciones y exportaciones China, Colombia, Chile, Estados Unidos, Panamá entre otros.

**Fuente:** Banco Central del Ecuador (2018), SANTANDER TRADE (2020).

Según el Fondo Monetario Internacional (FMI) el Ecuador ha gozado de una economía saludable que ha estado apoyada por el régimen de dolarización y un alto nivel de precios del petróleo. Pero la riqueza petrolera y la dolarización son espadas de doble filo. Las políticas públicas aplicadas por Ecuador en el último decenio no eran congruentes con el régimen de dolarización. Los aumentos salariales fueron superiores al crecimiento de la productividad y eso menoscabó la competitividad del país. A través de la dolarización el Ecuador mejora su competitividad y productividad. (párr.3)

El Ecuador decrecerá 10.9% en pleno 2020 debido a la crisis sanitaria que está atravesando el mundo COVID – 19, según proyecciones del FMI el estado ecuatoriano se recuperará en 6.3% para el año 2021, con esta estimación el Ecuador se convierte en el segundo país más afectado por la crisis económica en Latinoamérica.

Según el Banco Central del Ecuador (2020), en el primer trimestre de 2020 la economía ecuatoriana experimentó un decrecimiento de 2,4% con respecto a igual período de 2019, según los datos de las Cuentas Nacionales publicadas por el BCE. De esta manera, el Producto Interno Bruto (PIB) totalizó USD 17.523 millones en términos constantes y USD 25.879 millones en términos corrientes. (párr.1)

En el contexto de importaciones y exportaciones, en el primer trimestre de 2020 las exportaciones de bienes y servicios presentaron un incremento de 3,6% respecto al primer trimestre. Entre los productos que exhibieron un desempeño positivo en sus ventas externas anuales, de acuerdo su importancia, están: petróleo crudo, 1,2%; camarón elaborado, 11,8%; banano, café y cacao, 9,3%; y, pescado y otros productos acuáticos, 0,9%. En cuanto a las importaciones, su dinamismo, en general, fue menor que el de las exportaciones, con un incremento de 0,2% con respecto al primer trimestre de 2019. Entre los productos que mostraron una mayor demanda constan: aceites refinados de petróleo, 4,2% (la importación interanual de derivados fue de 15.3%); otros productos agrícolas, 24,6%; y, servicios de intermediación financiera, 15,3%. (BCE, 2020, párr.4)

El Ecuador es un país con gran variedad climática y por ende una extensa variedad productiva, entre los principales productos que Ecuador exporta a los EE.UU., se perfila las rosas frescas, camarón, langostino, oro en bruto, banana fresca tipo cavendish, cacao en grano, conservas, palmitos, pitahaya, (...), gran parte del PIB esta conformado por la producción agrícola, ganadera, petroleo y minería, construcción, comercio de bienes con valor agregado, servicios financieras, pesca, manufactura, entre otros.

### 3.6.2.11. Análisis situacional interno

Ecuador es un gran productor y exportador de materia prima hacia los principales mercados, ya sea internos como externos, debido a este gran índice de crecimiento de exportaciones ha logrado pertenecer a los principales países exportadores de dicho producto, el cultivo de banano bocadillo (orito) *musa acuminata* se ha desarrollado a lo largo de la Cordillera de los Andes, dicho cultivo se da en las tres regiones: Sierra, Costa y Amazonía siendo la Sierra y la Amazonía las zonas que tiene la mayor superficie sembrada: Cotopaxi, Pichincha, Chimborazo, Imbabura, Cañar En la Amazonía las provincias: Morona Santiago, Sucumbíos, Napo, Pastaza, Orellana, Zamora Chinchipe, y también la costa como son las provincias: Los Ríos, El Oro, Esmeraldas, Guayas, Manabí.

**Tabla 40.**  
Información nutricional del banano orito

INFORMACIÓN NUTRICIONAL DEL BANANO ORITO		
VITAMINAS		
NOMBRE	COMPUESTO	SIGLAS
Piridoxina	0.367 mg (22% VD)	B6
Ácido ascórbico	8,7mg (10% VD)	C
Ácido pantoténico	0,334 mg (7% VD)	B5
Riboflavina	0.073mg(6%VD)	B2
Ácido fólico	20hg(5% VD)	B9
Niacina	0,665mg(4% VD)	B3
Tiamina	0,031mg(3% VD)	B1
Alfa-tocoferol	0.1 mg (1% VD)	E
Filo quinona	0.5 ug (0,4% VD)	K
Vitamina A	3 ug (0.3% VD)	A

**Fuentes:** USDA Nacional Nutrient Data (2020).

Entre las principales vitaminas que proporciona el banano bocadillo (orito) son: B6 (piridoxina), un nutriente crucial para el desarrollo y funcionamiento del cerebro, así como para mejorar el estado de ánimo y regular los ciclos del sueño. La vitamina B6 también ayuda con la absorción adecuada de vitamina B12 y la regeneración celular. Los plátanos también son una buena fuente de manganeso y vitamina C (ácido ascórbico), y contienen cantidades razonables de otros nutrientes, como cobre, potasio y magnesio, así como las vitaminas B2 (riboflavina), B5 (ácido pantoténico) y B9 (folato). (HerbaZest Hierbas, 2020, párr. 5)

Aunque tradicionalmente se ha pensado lo contrario, esta popular fruta no es particularmente rica en potasio. Sin embargo, una banana orito de tamaño mediano proporciona cantidades adecuadas de este mineral, importante para controlar el equilibrio hídrico, la contracción muscular y la transmisión de impulsos nerviosos, así como para el correcto funcionamiento del corazón y los riñones. (HerbaZest Hierbas, 2020, párr. 6)

### 3.6.2.12. Competencia del producto a nivel nacional.

Según datos proporcionados por COBUS GROUP se ha logrado determinar la principal competencia a nivel nacional dentro de un entorno de producción y exportación de banano orito en territorio nacional a continuación se da a conocer cada uno de ellos:

**Tabla 41.**  
Competencia del producto a nivel nacional

EMPRESA	PROVINCIA	LOGOTIPO
<b>UNIÓN DE BANANEROS ECUATORIANOS S.A. UBESA.</b>	Norte Av. Las Monjas 10 Guayaquil - Ecuador (04) 220-4850	
<b>FL.P. LATINO AMERICAN PERISHABLES DEL ECUADOR S.A.</b>	Mena del Hierro Panamericana Norte, 31704, km 14 ½ Quito- Ecuador (02) 282-3854	
<b>EARTHFRUCTIFERA CIA. LTDA.</b>	Dirección: Av. Juan Tanca Marengo 1.5 Ed. COGRALETSA Piso 3 Oficina 302 Guayaquil – Ecuador	
<b>TROPICAL FRUIT EXPORT S.A.</b>	Km 7.7 Vía al Puente Alterno Norte Yaguachi, Ecuador	
<b>GOLDEN VALUE COMPANY S.A. GOVALUE.</b>	Samborondón, km 1,5 Edif. SCB - Of 3-17 Guayaquil -ECUADOR	

**COMPAÑIA DEDESARROLLO  
BANANERO DEL ECUADOR  
BANDECUA S.A.**

Kennedy Norte Av. Fco. de  
Orellana y Alberto Borges,  
Mz.105, primer piso  
Guayaquil - Ecuador  
(04) 269-3323



**NOBOA TRADING CO TCN  
S.A.**

El Oro nro.101 (vivero - 5  
de junio) Guayas/  
Guayaquil/ Ximena



**DUAGUI**

Av. Leopoldo Carrera,  
edificio Olivos Tower Piso 6  
Oficina 604  
593-4-511-8808 / 593-4-  
503-1838



**TRINYFRESH S.A.**

Colinas Manz 22 Ofc 5 3  
Callejón Matamoros  
Tahormina Lomas De  
Urdesa  
Guayaquil - Guayas



**FERTIAGRACORP S.A.**

Av. Francisco de Orellana  
Nro. solar 4 Guayas/  
Guayaquil/ Tarqui  
0969763713

**Fertiagracorp S.A.**

**Fuente:** COBUS GROUP (2020).

### **3.6.3. Proyecciones De Estudio**

#### **3.6.3.1. Oferta en origen**

A través de COBUS GROUP se pudo recolectar información cuantitativa en base a las exportaciones anuales que realiza la “Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del sol La Maná – Cotopaxi”, en este contexto, se procede a determinar la oferta exportable del banano bacadillo (orito) como objeto de estudio. Es de gran importancia que existe gran variedad de

información debido a que el Ecuador siempre ha exportado banano fresco tipo cavendish y constituye un producto similar al de exportación.

**Tabla 42.**

Oferta origen del banano orito

**ASOCIACION DE PRODUCCION AGROPECUARIA**

**TIERRA SOL ASOPROTS**

0803.90.12.00 Bocadoillo (manzanito, orito) (Musa acuminata)

<b>AÑOS</b>	<b>Mensual Kg.</b>	<b>Anual Kg.</b>	<b>Anual TM</b>
2016	2.683,333	32.200.000	32.200
2017	9.773.320,0	1.172.798,400	1.172.798,4
2018	1.184.550,0	142.146.000	1.421,46

**Fuente:** COBUS GROUP (2020).

En base a la *Tabla 42* se puede apreciar la producción anual de la ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA TIERRA SOL ASOPROTS, hay que mencionar que los datos son recolectados de COBUS GROUP, es de vital importancia que la asociación ha realizado las exportaciones solo a China y Colombia, no existe datos sobre exportaciones de banano bocadoillo (orito) a EE.UU., es evidente la capacidad de la asociación debido a que en el año 2017 realizó una exportación de 1.172.798 toneladas métricas, en el año 2018 redujo su capacidad exportadora a 142.146 TM.

A continuación se presenta las proyecciones anuales de la oferta exportable de banano orito.

**Tabla 43.**

Proyecciones de la oferta de la banana orito

**ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA**

**TIERRA SOL (ASOPROTS)**

0803.90.12.00 Bocadoillo (manzanito, orito) (Musa acuminata)

<b>AÑOS</b>	<b>Mensual Kg.</b>	<b>Anual Kg.</b>	<b>Anual TM</b>
<b>2016</b>	<b>2.683.333</b>	<b>32.200.000</b>	<b>32.200</b>
<b>2017</b>	<b>97.733.200</b>	<b>1.172.798.400</b>	<b>1.172.798</b>
<b>2018</b>	<b>11.845.500</b>	<b>142.146.000</b>	<b>142.146</b>
2019	46.582.844	558.994.133	558.994
2020	51.163.928	613.967.133	613.967
2021	55.745.011	668.940.133	668.940
2022	60.326.094	723.913.133	723.913
2023	64.907.178	778.886.133	778.886

2024	69.488.261	833.859.133	833.859
2025	74.069.344	888.832.133	888.832

Fuente: COBUS GROUP (2020)

### 3.6.3.2. Proyecciones de las importaciones y exportaciones de Los Ángeles – EE.UU.

Previo la determinación de las proyecciones de las importaciones y exportaciones de los años 2019 al 2025 se utilizará el método estadístico denominado *Mínimos Cuadrados* con el propósito de hallar la recta de tendencia. Tomando en cuenta que la variable X son los años y la variable Y los valores pronosticados para las transacciones comerciales.

#### Fórmula mínimos cuadrados

$$b = \frac{\sum y * \sum x^2 - \sum x * \sum(x * y)}{n * \sum x^2 - |\sum x|^2}$$

#### 3.6.3.2.1. Proyecciones de las importaciones de Los Ángeles – EE.UU.

Tabla 44.

Proyecciones de las importaciones de Los Ángeles – EE. UU. de los años 2015-2019

PROYECCIONES DE LAS IMPORTACIONES DE LOS ÁNGELES - EE. UU.			
AÑOS (X)	Importaciones TM (Y)	XY	X2
2015 (1)	4.632.507	4.632.507	1
2016 (2)	4.596.810	9.193.620	4
2017 (3)	4.814.494	14.443.482	9
2018 (4)	4.778.232	19.112.928	16
2019 (5)	4.676.916	23.384.580	25
<b>Σ 15</b>	<b>23.498.959</b>	<b>70.767.117</b>	<b>55</b>

Fuente: TRADEMAP (2020)

#### Coefficiente de regresión

$$b = \frac{23.498.959 * 55 - 15 * 70.767.117}{5 * 55 - 15^2}$$

$$b = \frac{230.935.990}{50} = 4.618.719,8$$

$$a = \frac{5 * 70.767.117 - 15 * 23.498.959}{5 * 55 - 15^2}$$

$$a = \frac{1.351.200}{50} = 27.024$$

**Recta de tendencia:  $Y = b + ax$**

$$Y = 4.618.719,8 + 27.024x$$

Datos pronosticados de las importaciones de banano orito producido por la ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA TIERRA SOL ASOPROTS en EE.UU.

**Tabla 45.**

Proyecciones de las importaciones Estados Unidos

<b>Proyecciones de las importaciones EE. UU.</b>	
<b>AÑOS (X)</b>	<b>Importaciones TM</b>
2020 (6)	47.808.638
2021 (7)	48.078.878
2022 (8)	48.349.118
2023 (9)	48.619.358
2024 (10)	48.889.598
2025 (11)	49.159.838

### 3.6.3.2.2. Proyecciones de las exportaciones de los EE.UU.

**Tabla 46.**

Proyecciones de las exportaciones de los EE. UU. de los años 2015-2019

<b>Proyecciones de las Exportaciones de Los Ángeles - EE. U.</b>			
<b>AÑOS (X)</b>	<b>Importaciones TM (Y)</b>	<b>XY</b>	<b>X<sup>2</sup></b>
2015 (1)	567.893	567.893	1
2016 (2)	573.428	1.146.856	4
2017 (3)	594.271	1.782.813	9
2018 (4)	583.692	2.334.768	16
2019 (5)	593.626	2.968.130	25
<b>∑ 15</b>	<b>2.912.910</b>	<b>8.800.460</b>	<b>55</b>

Fuente: TRADEMAP (2020).

**Coefficiente de regresión**

$$b = \frac{2.912.910 * 55 - 15 * 8.800.460}{5 * 55 - 15^2}$$

$$b = \frac{28.203.150}{50} = 564.063$$

$$a = \frac{5 * 8.800.460 - 15 * 2.912.910}{5 * 55 - 15^2}$$

$$a = \frac{308.650}{50} = 6.173$$

**Recta de tendencia:  $Y = b + ax$**

$$Y = 564.063 + 6.173x$$

A continuación se detalla datos pronosticados sobre las exportaciones anuales posteriores a 2019 por parte de los EE.UU.

**Tabla 47.**

Proyecciones de las exportaciones de EE. UU.

**Proyecciones de las exportaciones de EE.**

**UU.**

<b>AÑOS (X)</b>	<b>Exportaciones TM</b>
2020 (6)	601.101
2021 (7)	607.274
2022 (8)	613.447
2023 (9)	619.620
2024 (10)	625.793
2025 (11)	631.966

### **3.6.3.3. Consumo Nacional Aparente**

“Se entiende por demanda al llamado consumo nacional aparente (CNA), que es la cantidad de determinado bien o servicio que el mercado requiere, y se puede expresar como: Demanda = CNA = producción nacional + importaciones – exportaciones” (Baca, 2013, p.28).

En base a lo expuesto, se aplica la siguiente fórmula como se mencionó anteriormente, se la utiliza con la finalidad de determinar la medida de la demanda nacional aparente de un país.

$$CNA = (PN + M) - X$$

**En donde:**

- CNA= Consumo Nacional Aparente
- PN= Producción Nacional
- M= Importaciones
- X= Exportaciones

**Tabla 48.**

Consumo Nacional Aparente (CNA) de banano orito

<b>Consumo Nacional Aparente – CNA</b>					
<b>AÑO</b>	<b>Producción Nacional</b>	<b>Importaciones TM</b>	<b>Exportaciones TM</b>	<b>Consumo Nacional Aparente</b>	
	<b>(+)</b>	<b>(+)</b>	<b>(-)</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Kilogramos</b>
2015	0	4.632.507	567.893	4.064.614	4.064.614.000
2016	0	4.596.810	573.428	4.023.382	4.023.382.000
2017	0	4.814.494	594.271	4.220.223	4.220.223.000
2018	0	4.778.232	583.692	4.194.540	4.194.540.000
2019	0	4.676.916	593.626	4.083.290	4.083.290.000
2020	0	4.780.864	601.101	4.179.763	4.179.762.800
2021	0	4.807.888	607.274	4.200.614	4.200.613.800
2022	0	4.834.912	613.447	4.221.465	4.221.464.800
2023	0	4.861.936	619.620	4.242.316	4.242.315.800
2024	0	4.888.960	625.793	4.263.167	4.263.166.800
2025	0	4.915.984	631.966	4.284.018	4.284.017.800

### 3.6.3.4. Demanda Insatisfecha

“Es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo” (Baca, 2020, p. 57).

**Tabla 49.**  
Cálculo de la demanda insatisfecha internacional

AÑO	Producción nacional TM	Importaciones M	Exportaciones X	CNA TM	Población EE. UU.	CÁLCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA INTERNACIONAL						Cobertura		
						Consumo Per Cápita			Población estratificada de Los Ángeles 18 – 65	Demanda insatisfecha		Anual	% de	
						Recomendado		Déficit Total (Kg)		TM	Oferta TM			cobertura
						Real Kg	Kg		Déficit Kg					
2015	0	4.632.507	567.893	4.064.614	320.635.163	12.75	319.37	306.62	247.850.981	75.996.067.794	75.996.068			
2016	0	4.596.810	573.428	4.023.382	322.941.311	12.75	319.37	306.62	249.633.633	76.542.664.674	76.542.665			
2017	0	4.814.494	594.271	4.220.223	324.985.539	12.75	319.37	306.62	251.213.822	77.027.181.993	77.027.182			
2018	0	4.778.232	583.692	4.194.540	326.687.501	12.75	319.37	306.62	252.529.438	77.430.576.363	77.430.576			
2019	0	4.676.916	593.626	4.083.290	328.239.523	12.75	319.37	306.62	253.729.151	77.798.432.365	77.798.432			
2020	0	4.780.864	601.101	4.179.763	329.795.378	12.75	319.37	306.62	254.931.827	78.167.196.935	78.167.197	613.967.133	613.967	0,08
2021	0	4.807.888	607.274	4.200.614	331.358.608	12.75	319.37	306.62	256.140.204	78.537.709.448	78.537.709	668.940.133	668.940	0,08
2022	0	4.834.912	613.447	4.221.465	332.929.248	12.75	319.37	306.62	257.354.309	78.909.978.191	78.909.978	723.913.133	723.913	0,09
2023	0	4.861.936	619.620	4.242.316	334.507.333	12.75	319.37	306.62	258.574.168	79.284.011.487	79.284.011	778.886.133	778.886	0,09
2024	0	4.888.960	625.793	4.263.167	336.092.898	12.75	319.37	306.62	259.799.810	79.659.817.702	79.659.818	833.859.133	833.859	0,09
2025	0	4.915.984	631.966	4.284.018	337.685.978	12.75	319.37	306.62	261.031.261	80.037.405.238	80.037.405	888.832.133	888.832	0,09

**Fuente:** Trade Map (2020), United States CENSUS (2020), Perfil Producto Mercado: Banano Orgánico en Estados Unidos (PROMPERÚ).

En base a la *Tabla 49* se puede apreciar la demanda insatisfecha de Los Ángeles – California sobre el consumo de banana orito, hay que mencionar que se utilizó datos reales y proyecciones para su posterior determinación; en el contexto del consumo Per Cápita Real se lo obtuvo de The Statistics Portal, en donde el consumo de bananas per cápita es en promedio 28.1 Lb equivalente a 12.75 Kg, posterior de determinó el consumo recomendado en donde cada persona debe de consumir 7 bananas de 125 gramos al día, dando un total de 319.37 kg al año en consumo.

Como segmento de mercado se seleccionó al PEA de 18 a 64 años de Los Ángeles, en donde para el año 2019 fue 253.729.151 habitantes, equivalente al 77.3% de la población del estado. Hay que considerar que, dentro de este rango de personas seleccionadas, se encuentran los potenciales consumidores y por ende son los que tienen mayor poder adquisitivo por que mantienen un empleo digno e ingresos.

Para el año 2020 se determina **78.167.197 toneladas como demanda insatisfecha**, la oferta exportable en el mismo año es de 613.967 con un 0,08% de cobertura de la demanda insatisfecha en el mercado estadounidense, es de esta manera que la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra Sol ASOPROTS pretende cubrir la demanda insatisfecha que no es atendida en su totalidad en el mercado de Los Ángeles – California.

Hay que mencionar que la Asociación seleccionada para el caso de estudio solo realizó exportaciones a los mercados de China y Colombia desde el año 2016 – 2018, es por eso que se analizó las posibles alternativas de mercados internacionales seleccionando a EE.UU., Bélgica y Alemania.

#### **4. Estudio Técnico**

##### **4.1. Descripción de la empresa**

La Asociación de Producción Agropecuaria Tierra Sol “ASOPROTS” empieza sus operaciones en el año 2015, se dedica a la producción y distribución de banano orito; cuenta con 11 socios y con un aproximado de 30 hectáreas para el cultivo de dicho producto muy apetecido en mercados extranjeros. Su producción está destinada para la comercialización en el mercado nacional e internacional. (ASOPROTS, 2019)

## 4.2. Localización de ASOPROTS

### 4.2.1. Macro localización

A través de la macro localización se observa el lugar en donde se encuentra ubicada la sociedad productora de banano bocadillo (orito) del Ecuador, ubicada en el cantón La Maná, provincia del Cotopaxi.

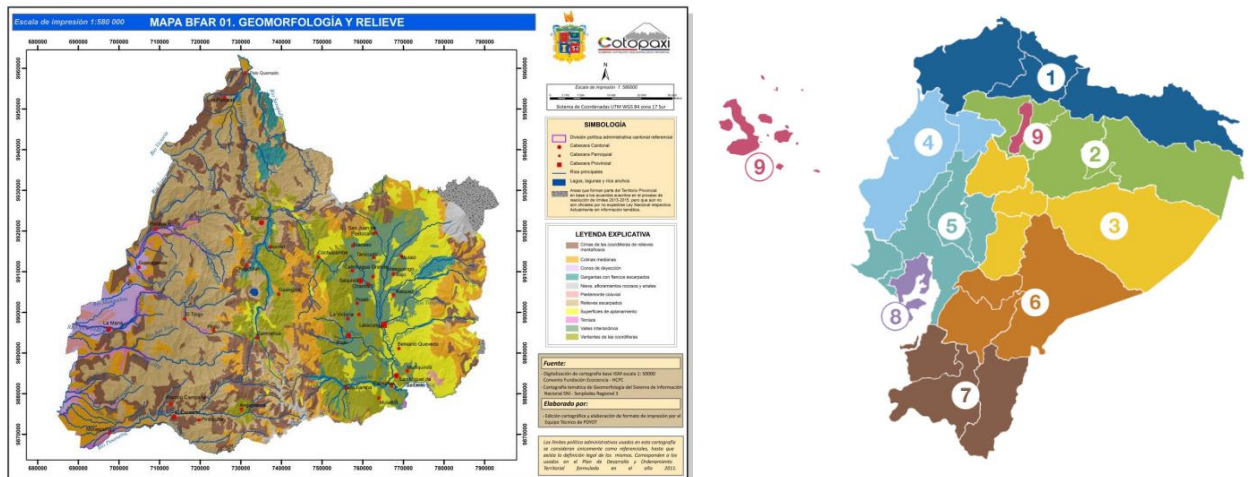


Figura 19. Macro Localización Provincia del Cotopaxi

Fuente. Digitalización Cartográfica base IGM escala 1:50000 Convenio Fundación Ecociencia-HCPC

### 4.2.2. Micro localización

En base a la micro localización se puede apreciar el lugar exacto de la asociación productora de banano bocadillo (orito) “ASOPROTS”, detalladamente se encuentra ubicada en el cantón La Maná provincia del Cotopaxi, en donde realiza su actividad económica del cultivo del producto anteriormente mencionado, hay que mencionar que la sociedad realiza exportación del producto solo al mercado chino y colombiano, por ende desconoce las oportunidades de otros mercados internacionales.

Ubicación	
Provincia:	Cotopaxi
Cantón:	La Maná
Parroquia:	La Maná



Figura 20. Micro localización

### 4.2.3. Ingeniería del proyecto

A continuación, se detalla la ingeniería del proyecto en donde se establece el espacio físico de la planta, para la recepción y manipulación de banano bocadillo (orito) para su posterior adecuación previo exportación del producto, es de vital importancia mencionar que la planta procesadora está acondicionada para procesar todo el producto de la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra Sol “ASOPROTS”.

#### 4.2.3.1. Distribución del espacio físico

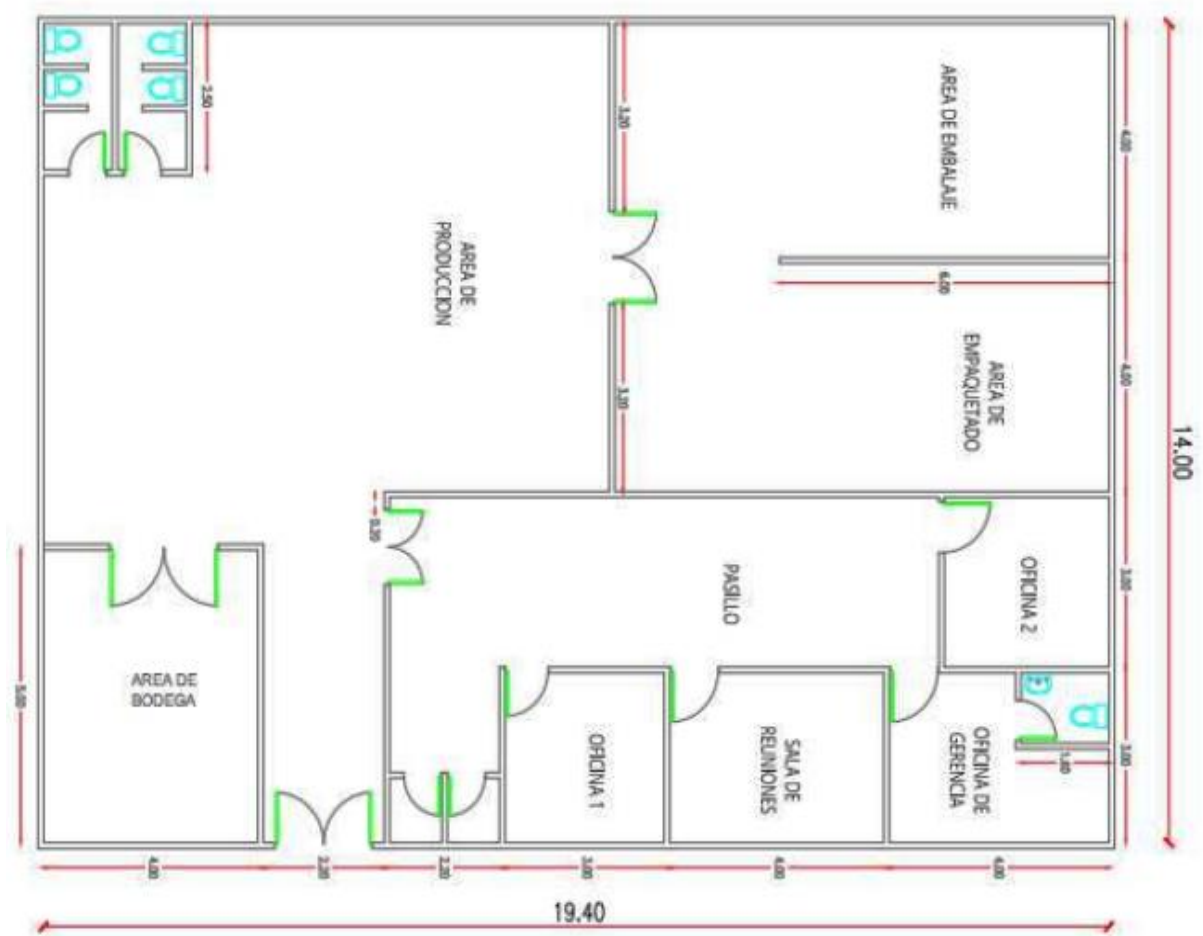



Figura 21. Distribución interna de la planta procesadora de banana orito

### 4.2.4. Maquiaria


Para el lavado, empaçado y correcta manipulación del banano bocadillo (orito) producida por la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra Sol “ASOPROTS” del cantón La Maná, ha de invertir en activos tangibles previa planificación para la correcta adecuación del producto previo ingreso a mercados internacionales.

**Tabla 50.**  
Empacadora

Maquinaria	Características	Especificaciones
	<b>Modelo</b>	SH-MD02-1
	<b>Peso</b>	1000 kg
	<b>Apoyo</b>	Automático
	<b>Material de embalaje</b>	Plástico, papel, metal, vidrio, madera
	<b>Velocidad</b>	5-20 cajas / min


Fuente: ASOPROTS- Alibaba.com

**Tabla 51.**  
Báscula

Maquinaria	Características	Especificaciones
	<b>Modelo</b>	YZ- 328 bascula
	<b>Capacidad</b>	6*150 kg
	<b>Apoyo</b>	Soporte de hierro
	<b>Material</b>	Hierro inoxidable
	<b>Muestra</b>	Ventana de peso: 5 dígitos Ventana de precio unitario: 5 dígitos Ventana de precio total: 6 dígitos


Fuente: ASOPROTS- Alibaba.com

**Tabla 52.**  
Bomba de fumigación

Maquinaria	Características	Especificaciones
	<b>Modelo</b>	MT-105
	<b>Capacidad</b>	20000 pedazos por mes
	<b>Diámetro de la tapa</b>	16.5cm
	<b>Longitud de la lanza</b>	55cm
	<b>Material</b>	Plástico
	<b>Uso</b>	Agricultura


Fuente: ASOPROTS- Alibaba.com

**Tabla 53.**  
Máquina de saneo

Maquinaria	Características	Especificaciones
	<b>Capacidad</b>	20000 manos de banano
	<b>Material</b>	Hierro inoxidable
	<b>Uso</b>	Lavado de banano sobre rodillos giratorios

Fuente: ASOPROTS- Alibaba.com

**Tabla 54.**  
Máquina aspiradora

Maquinaria	Características	Especificaciones
	<b>Modelo</b>	ZL 9039
	<b>Tamaño de máquina</b>	320* 120 * 2500 mAH
	<b>Capacidad de polvo</b>	0,5 litros
	<b>Poder de succión</b>	18-20 kpa


Fuente: ASOPROTS- Alibaba.com

**Tabla 55.**  
Platos para pesar

Maquinaria	Características	Especificaciones
	<b>Dimensiones</b>	395*295*50 mm
	<b>Peso</b>	1,2 kg
	<b>Material</b>	Acero inoxidable
	<b>Uso</b>	Plato para pesar frutas


Fuente: ASOPROTS- Alibaba.com

**Tabla 56.**  
Garruchas

Maquinaria	Características	Especificaciones
	<b>Modelo</b>	GL 10A
	<b>Material de rodamiento</b>	Rodamiento simple de acero
	<b>Producción</b>	5000 piezas al año
	<b>Uso</b>	Granja de plátanos

Fuente: ASOPROTS- Alibaba.com

**Tabla 57.**  
Machete

Maquinaria	Características	Especificaciones
	<b>Tipo de borde</b>	Suave
	<b>Material de la manija</b>	Plástico
	<b>Longitud de la hoja</b>	8 3/4in
	<b>Material de la cuchilla</b>	Acero
	<b>Grosor</b>	1.8 – 2.2 / + - 0.01mm

Fuente: ASOPROTS- Alibaba.com

#### 4.2.5. Organigrama Estructural

La Asociación de Producción Agropecuaria Tierra Sol “ASOPROTS” se encuentra organizada de la siguiente manera:

**Tabla 58.**

Descripción de la empresa

---

**DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA**

---

**Nombre de la asociación:** Asociación de Producción Agropecuaria Tierra Sol “ASOPROTS”

**Número de asociados:** 11 socios.

**Representante legal:** Elizabeth Viviana Páez Vaca

**Número de CI/RUC:** 0913591764

Mambo

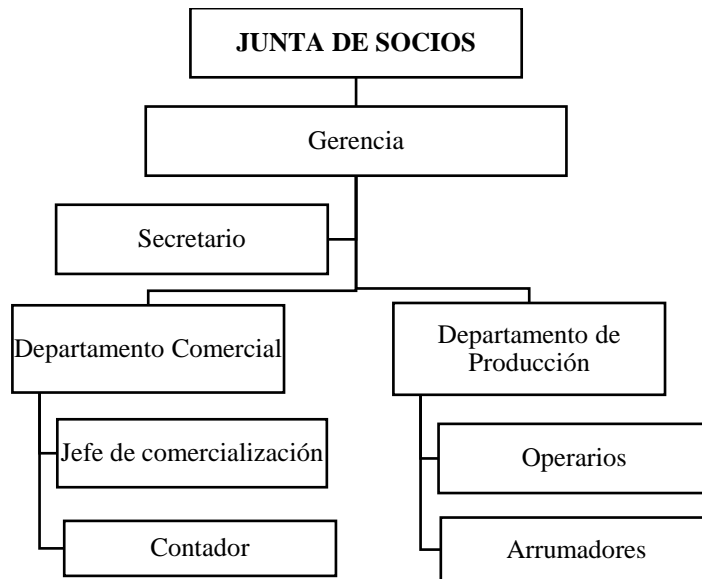
**Marca:**



---

#### 4.2.6. Organigrama estructural

En base a información oficial proporcionada por ASOPROTS, se procede a establecer el organigrama funcional de la asociación productora de banano bocadillo (orito), manteniendo hasta la actualidad su estructura jurídica.



**Figura 22.** Organigrama estructural ASOPROTS

ASOPROTS cuenta con un total de 11 asociados y dentro del área administrativa cuenta con:

- **Gerente General:** Ing. Elizabeth Páez
- **Secretario:** Ing. Alex Cañas
- **Jefe de Comercialización:** Ing. Shirley Cañas Trejo
- **Contador:** Ing. Liliana Cañas

Para el área de producción la asociación cuenta con un número 7 colaboradores entre operarios y Arrumadores.

#### **4.2.7. Manual de funciones**

A continuación, se detalla el manual de funciones de los cargos que el personal debe realizar en base al organigrama funcional establecido.

**Tabla 59.**

Manual de Funciones Gerente

<b>Identificación del Cargo</b>	
Denominación del cargo:	Gerente General (presidente de la asociación)
Dependencia:	Junta de socios
Reporta a:	Socios
Supervisa a:	Todos
Requisitos de formación y experiencia:	
<b>Formación</b>	<b>Experiencia</b>
Administración de empresas	Mínima 1 años en cargos administrativos.
Objetivo principal:	
Planear, dirigir y controlar las distintas operaciones de las de la empresa.	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Planeación estratégica de la asociación.</li> <li>– Supervisar a los operarios y Arrumadores</li> <li>– Administrar el presupuesto, adquisiciones.</li> <li>– Revisión y aprobación de Estados Financieros y Balances.</li> <li>– Generar el contacto con proveedores y clientes.</li> </ul>	

**Tabla 60.**

Manual de Funciones Secretaria

<b>Identificación del Cargo</b>	
Denominación del cargo:	Secretaria
Dependencia:	Gerencia
Reporta a:	Gerente
Supervisa a:	-----
Requisitos de formación y experiencia:	
<b>Formación</b>	<b>Experiencia</b>
Administración de empresas o afines	Mínimo 3 meses en cargos similares
Objetivo principal:	
Gestión documental	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Gestionar agenda</li> <li>– Atender al público</li> <li>– Manejo de información</li> <li>– Organización de oficina.</li> </ul>	

**Tabla 61.**

Manual de Funciones Jefe de Comercialización

<b>Identificación del Cargo</b>	
Denominación del cargo:	Jefe de Comercialización
Dependencia:	Departamento de Comercialización
Reporta a:	Gerente
Supervisa a:	Contador
Requisitos de formación y experiencia:	
<b>Formación</b>	<b>Experiencia</b>
Administración de empresas o afines	Mínimo 1 año en cargos similares
Objetivo principal:	
Control, gestión y organización del departamento de comercialización	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Establecer objetivos de venta</li> <li>– Resolver temas de ventas y marketing</li> <li>– Establecer contacto con proveedores de materia prima y servicios de transporte</li> <li>– Controlar stock de materia prima y materiales</li> </ul>	

**Tabla 62.**

Manual de Funciones Operario

<b>Identificación del Cargo</b>	
Denominación del cargo:	Operario
Dependencia:	Departamento de Producción
Reporta a:	Gerente
Supervisa a:	Arrumadores
Requisitos de formación y experiencia:	
<b>Formación</b>	<b>Experiencia</b>
Bachiller	Ninguna
Objetivo principal:	
Supervisar el proceso productivo	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Control de plagas</li> <li>– Siembra, cosecha y supervisión de cultivos</li> </ul>	

**Tabla 63.**  
Manual de Funciones Arrumador

<b>Identificación del Cargo</b>	
Denominación del cargo:	Arrumador
Dependencia:	Departamento de Producción
Reporta a:	Gerente
Supervisa a:	-----
Requisitos de formación y experiencia:	
<b>Formación</b>	<b>Experiencia</b>
Ninguna	Ninguna
Objetivo principal:	
Supervisar el embalaje y empaque del producto	
Funciones:	
– Embalaje	
– Empaque	
– Arrumar el producto	
– Cargue y descargue del producto, o la materia prima al camión o viceversa	

#### **4.2.8. Imagen Empresarial**

En base a información oficial entregada por ASOPROTS, no cuenta con planificación estratégica a largo plazo, por ende el investigador procede a diseñar misión, visión, FODA, (...).

##### **4.2.8.1. Misión**

Satisfacer la demanda de mercados internacionales consumidores de banana baby/orito, a través de una producción adecuada y de calidad cumpliendo las Buenas Prácticas de Agrícolas certificables generando empleo directo para las zonas aledañas.

##### **4.2.8.2. Visión**

Ser una asociación producción agropecuaria competitiva y líder en la producción y exportación de banana baby/orito, logrando un alto reconocimiento por la calidad de la fruta, tanto a nivel nacional como internacional.

##### **4.2.8.3. Objetivos de la empresa**

A continuación se establece los objetivos diseñados en base a los intereses de la asociación ASOPROTS.

- Incrementar la oferta exportable de banana baby/orito para satisfacer los gustos y preferencias del consumidor internacional.

- Ser una organización reconocida en mercados internacionales diferenciando el producto por su calidad.
- Adoptar permanentemente estándares de calidad certificables internacionalmente.
- Preservar el medio ambiente en nuestras plantaciones de banana baby/orito para contribuir al ecosistema.

#### 4.2.9. Matriz FODA

La **matriz de análisis FODA**, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz DAFO en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. (Espinosa, 2020, párr. 1)

**Tabla 64.**  
FODA de ASOPROTS

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asociación conformada jurídicamente.</li> <li>• Tierra fértil y propia para la producción agrícola.</li> <li>• Mano de obra con experiencia en el cultivo de banano bocadillo (orito).</li> <li>• Ubicación geográfica apta para la producción de banano orito.</li> <li>• Maquinaria adecuada.</li> <li>• Asociación con proveedores de materia prima y transporte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obtención de Certificaciones de calidad para mejorar la competitividad y lograr diferenciación.</li> <li>• Apoyo del Estado en la producción y comercialización</li> <li>• Participación de ferias nacionales e internacionales para promocionar el producto</li> <li>• Acuerdos Comerciales que favorecen el ingreso a nuevos mercados</li> <li>• Acceso a créditos</li> </ul>
<b>DÉBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No cuenta con certificaciones de calidad.</li> <li>• Bajo nivel de tecnificación en cultivos</li> <li>• Débil organización empresarial</li> <li>• Informalidad en el proceso de negociación, uso de intermediarios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambios climáticos</li> <li>• Cambio de tendencias en el consumidor internacional.</li> <li>• Culminación de acuerdos comerciales</li> <li>• Problemas fitosanitarios como enfermedades y plagas</li> </ul>

## 4.2.10. Procesos

### 4.2.10.1. Mapa de procesos

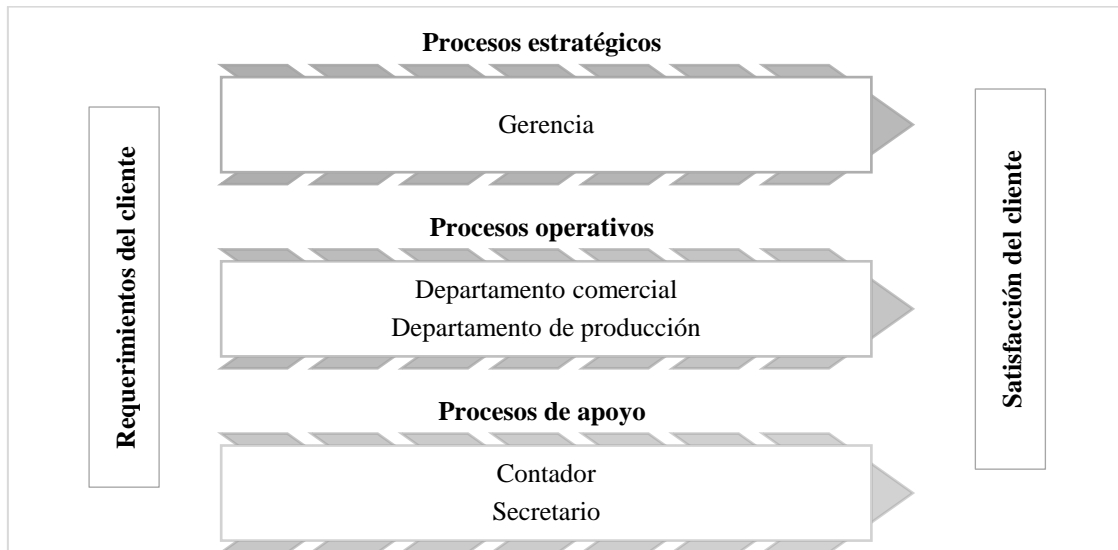


Figura 1 Mapa de procesos ASOPROTS

Fuente: ASOPROTS 2020

### 4.2.10.2. Descripción de procesos

A continuación se detalla los flujos de los procesos establecidos.

#### 4.2.10.2.1 Flujo del proceso de producción

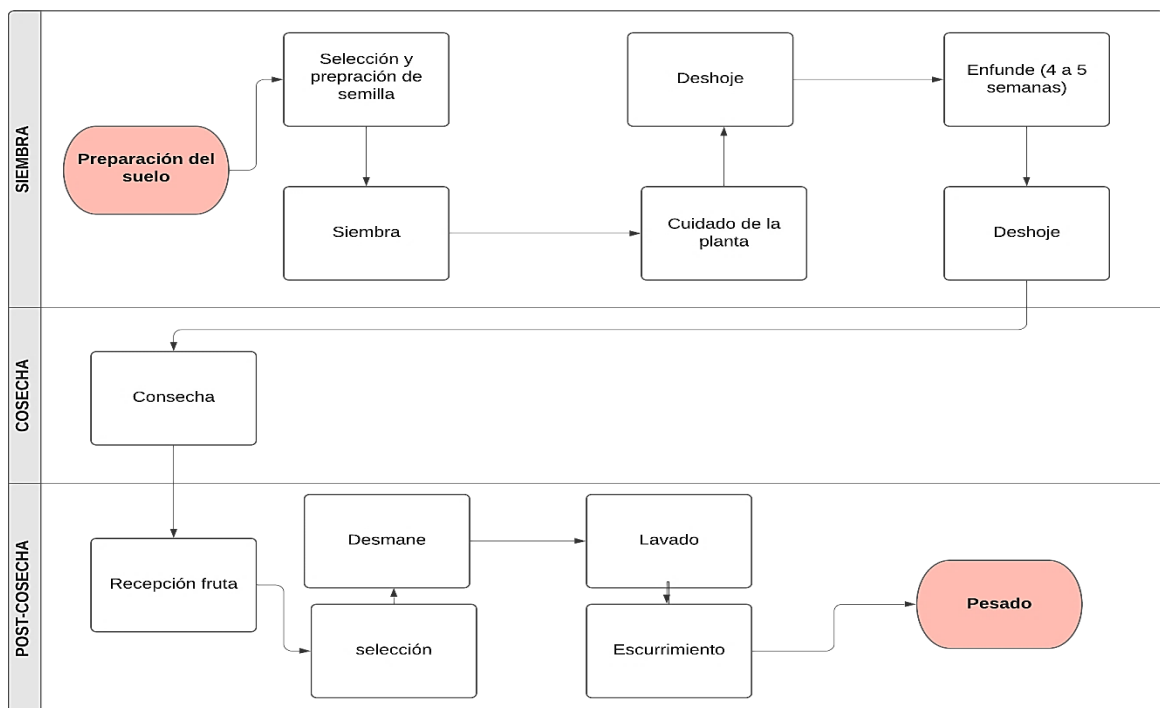
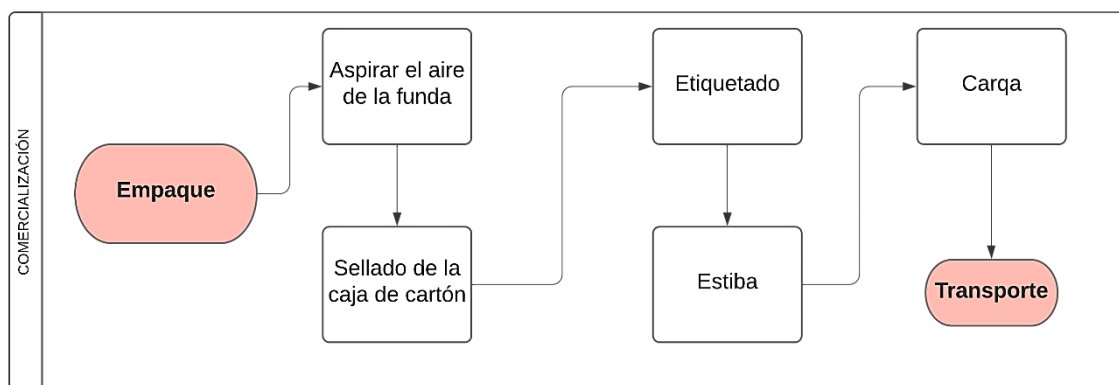


Figura 23. Proceso de Producción (Siembra-cosecha-post cosecha)

Fuente: ASOPROTS 2019

#### 4.2.10.2.2. Flujo del proceso de comercialización







**Figura 24.** *Proceso de Comercialización*  
Fuente: ASOPROTS 2019

#### 4.2.11. Precio referencial de la competencia internacionales.

A continuación se detalla los productos referenciales con su respectivo precio, de los diferentes supermercados establecidos en Los Ángeles – California, esta información es recolectada de WALMART considerando el factor competencia a escala internacional. Es de vital importancia mencionar que se selecciona productos sustitutos, debido a que no hay importación de banana bocadillo (orito) a los Estados Unidos.

**Tabla 65.**  
Precio referencial de la competencia internacional

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	PAÍS DE ORIGEN	PRECIOS
	Organic Bananas, Bunch	COSTA RICA	\$ 15,63
	Ecuasabor banana	ECUADOR	\$ 12,99

	<p>Bananas baby + fuente de fibra + fuente de vitamina C</p>	<p>COLOMBIA</p>	<p>\$ 14.45</p>
	<p>Puré de Pera y Banana Baby's 113g</p>	<p>México</p>	<p>\$ 3,25</p>
	<p>Nature's Heart Organic Banana Baby Food</p>	<p>COSTA RICA</p>	<p>\$ 1.42</p>
	<p>Meijer Baby Banana Rice Rusks, 24 ct</p>	<p>GUATEMALA</p>	<p>\$ 6.34</p>

En base a la *Tabla 65* se puede observar algunas de las marcas más comerciales en Los Ángeles – California, la información es extraída de la fuente oficial de WALMART, en donde se establece productos similares y sustitutos al banano bocadillo (orito), hay que mencionar que

el mercado estadounidense consume la fruta en diferentes presentaciones, pulpas, puré, snacks, combinados con otras frutas, (...).

#### 4.2.12. Propuesta comercial para el empaque de la banana baby/orito

Previa comercialización de la banana baby/orito al estado norteamericano, es necesario sustentar que el empaque primario y secundario para el caso de estudio, sea amigable con el medio ambiente, biodegradable y que no afecte el ecosistema. Estados Unidos es un país estricto en el comercio exterior, la FDA es la Administración de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos encargada de proteger la salud pública, abastecimiento de alimentos sanos aptos para el consumo de su población.

##### 4.2.12.1. Empaque, embalaje y etiquetado

###### 4.2.12.1.1. Empaque

Es cualquier material que encierra o protege un artículo con o sin envase con el fin de preservarlo y facilitar su entrega al consumidor. También se le conoce como *embalaje secundario*. (Baca, 2020, párr. 4) Es de vital importancia mencionar que hay que rediseñar el empaque primario original, debido a que el mercado estadounidense posee una normativa diferente en sellado y pictogramas al mercado chino y colombiano.



Figura 25. Caja máster, empaque primario

**Tabla 66.**

Elementos a incluir en la caja de exportación

<b>ELEMENTOS QUE SE DEBE INCLUIR EN EL MARCADO DE CAJAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marca de despachador               <ul style="list-style-type: none"> <li>• País de origen</li> </ul> </li> <li>• Pictogramas de manejo</li> <li>• Destinatario, destino y número de orden               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Puerto o aeropuerto de entrada</li> </ul> </li> <li>• Número de bultos y tamaño de la caja               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicación de peso</li> </ul> </li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Material de empaque:</b> Una tapa que puede ser blanca o kraft y un fondo que generalmente es kraft.</li> <li>• <b>Medidas del empaque:</b> 50 cm largo * 20 cm alto * 40 cm ancho</li> <li>• <b>Capacidad:</b> 7.5 kg peso neto</li> </ul>	

**Tabla 67.**

Variedades de cajas para transportar banana

<b>VARIEDADES DE CAJAS</b>				
<b>Tipo de caja</b>	<b>Tipo de fruta</b>	<b>Peso/caja libras</b>	<b>Peso/caja kg</b>	<b>Empacado</b>
22XU	Banano	43	19,5	-
208	Banano	29,7	13,5	4 a 5 manos
BB	Baby banana	15	6,82	Manos
BM	Morado – rojo	15	6,82	Manos

**4.2.12.1.2. Etiquetado**

La etiqueta es indispensable para la comercialización de un producto, sirve para identificar, exhibir su nombre comercial y contenido nutricional, de igual manera la etiqueta sirve para cumplir las normas y regulaciones establecidas para cada sector productivo, en el caso de los Estados Unidos la etiqueta general debe cumplir con los siguientes parámetros que Food and Drug Administration (FDA) establece con la finalidad de garantizar alimentos seguros y de calidad para el consumo.

#### 4.2.13. Reglas de etiquetado de acuerdo con la Food and Drug Administration (FDA)

Es necesario conocer la legislación y normativa de etiquetado de alimentos y bebidas en EE. UU. procede de 3 organismos reguladores americanos; FDA (Food and Drug Administration) que emite la mayor parte de las normas de productos alimentarios. USDA (Departamento de Agricultura) redacta las normas de etiquetado para productos cárnicos o que contengan más de un 2% de carne (porcino y vacuno), aves de corral y huevos y sus componentes. TTB (Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau, dependiente del Departamento del Tesoro) este último se ocupa del etiquetado de bebidas alcohólicas, aquellas con un contenido superior al 7% en volumen de alcohol. Un error de etiqueta o información incompleta en la misma puede ser motivo de una sanción por parte de la FDA. (FDA, 2020, párr. 3)

**Tabla 68.**

Organismos reguladores del ingreso de mercancías de los EE. UU.

#### ORGANISMOS REGULADORES DE LOS ESTADOS UNIDOS



Administración de  
Medicamentos y Alimentos  
(Food and Drug  
Administration, FDA)

<https://www.fda.gov/>



U.S. DEPARTMENT OF  
AGRICULTURE

<https://www.usda.gov/>



Alcohol and Tobacco Tax and  
Trade Bureau.

<https://www.ttb.gov/itd-spanish-index/paises-con-eeuu>

La etiqueta del empaque se la ha diseñado en base a las normas y reglas de la FDA, en donde exige sellos de cuidado ambiental, marca empresarial, información nutricional, precio, venta al público, código de barra, (...).



**Figura 26.** Diseño de la etiqueta para ingresar al mercado de EE. UU., lado frontal de la caja

Fuente: U.S. Food and Drug Administration (2020).



**Figura 27.** Diseño de la etiqueta para ingresar al mercado de EE. UU., lado reverso

Fuente: U.S. Food and Drug Administration (2020).

#### 4.2.14. Elementos que se deben incluir en el mercado de cajas a exportar

Los empaques se dividen en primario, secundario y terciario en base a las necesidades de los productos a comercializar, el primario es el que está en contacto con el bien; secundario es aquél que contiene varios primarios, agrupándolos para contribuir a su visualización; terciario es el que permite el almacenamiento del producto hasta su venta, por lo que dentro de este envase se guardan grandes cantidades de este con seguridad y protección. (ARAPACK, 2020, párr. 1)

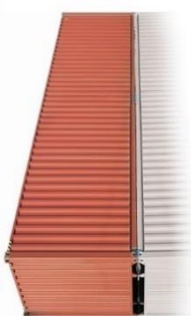


**Figura 28.** Elementos a incluir en la unidad comercial

### 4.3. Medio de Transporte Internacional

El medio de transporte internacional óptimo para el traslado de la banana bocadillo (orito) es la modalidad marítima, en consecuencia es el que genera menos costos de exportación, se usó un contenedor de 40 pies, están fabricados con aluminio o acero y son adecuados para todo tipo de mercancía a ser transitada de un país a otro, los contenedores de aluminio permiten mayor capacidad de peso de mercancía, mientras que, por lo general, los de acero disponen de una capacidad cúbica interna ligeramente superior. Su base permite transportar hasta 25 pilas de pallets europeos. El contenedor estándar de 40 pies también se conoce como contenedor dry de 40 pies, dry van de 40 pies o, en inglés, 40 ft dry container. (Containers, 2020, párr. 4)

**Tabla 69.**  
Dimensiones del contenedor

Contenedor	Dimensiones del contenedor	Ancho	Alto	Largo
	Apertura del contenedor en pies	7' 8 1/8"	7' 6 1/4"	
	Apertura del contenedor en metros	2.34 m	2.29 m	
	Dimensiones interiores en pies	7' 8 5/8"	7' 10 1/4"	37' 11 1/4"
	Dimensiones interiores en metros	2.352 m	2.395 m	12.01 m
	Peso del contenedor	Peso bruto max.	Tara	Carga útil max.
	Peso en lbs	67,199 lbs	5,220 lbs	59,039 lbs
	Peso en kg	30,481 kg	3,701 kg	26,780 kg
	Volumen del contenedor	En CFT	En CBM	
	Capacidad de carga	2,389.75 CFT	67.67 CBM	

El puerto de salida de la mercancía es DP WORLD ubicado en el cantón Posorja – Guayaquil y el puerto de llegada es Long Beach - Los Ángeles (LA), Long Beach es un puerto de tamaño mediano y de tipo marítimo, está formado por un canal que comprende una profundidad entre 61 a 65 pies. Además, posee un muelle de carga de 56 a 60 pies de profundidad. Así como, un anclaje que abarca entre 46 y 50 pies de profundidad, cubriendo en total 4.600 hectáreas de agua, del mismo modo, cuenta dentro de sus instalaciones con 10 muelles de embarque. Incluyendo 80 literas y 71 grúas; además de tener 140 líneas navieras con conexiones a 217 puertos internacionales. (LONGBEACH, 2019, párr. 3)

El tiempo aproximado que transcurre todo el proceso logístico estará comprendido entre los 13 a 15 días y el valor de flete estimado desde el Puerto de Guayaquil al Puerto Long Beach es de \$2100,00 USD.

#### 4.3.1. Localización de Long Beach



**Figura 29.** Localización del puerto destino - LONG BEACH

#### 4.4. Cadena Logística Internacional

Tabla 70.

Actores de la cadena logística internacional – ASOPROTS

#### Cadena Logística Internacional



El diseño y aplicación de una cadena logística dentro del transporte internacional de mercancías es una herramienta esencial para colaborar con la parte operativa, sirve como guía para la distribución de los productos por medio del uso de un canal logístico en donde se detalla los principales participantes del comercio internacional para la salida e ingreso de mercancía desde un país de origen hacia un país destino.

ASOPROTS por medio del plan logístico permite tomar como referencia los principales procesos para la exportación de banano bocadillo (orito) en el cual se enfoca en los proveedores de materia prima, así como también en el proceso de revisión y empaque de cada uno de los productos contando con la calidad adecuada de producción para la optimización de recursos.

Una vez que se obtiene la materia prima se procede al transporte de la mercancía a la empresa, para seguir con el proceso de revisión y etiquetado estandarizado cumpliendo con todas las normativas y registros exigidos para llegar al proceso de comercialización y distribución de banano orito, por lo que se procede a gestionar los documentos necesarios para la exportación al mercado de Los Ángeles-California, en Estados Unidos donde se procede al contrato del transporte para el levante de las mercancías previo al control aduanero y SENA del Ecuador desde la aduana de Guayaquil.

Continuando con el proceso se procede al arribo de las mercancías al puerto marítimo de LONG BEACH, puerto de Los Ángeles - California, una vez que la mercancía este a bordo del buque empieza la responsabilidad del importador realizando el pago del seguro y transporte internacional, ya cuando la mercancía llegue al puerto de Los Ángeles deberá realizar el pago de las formalidades aduaneras para la pertinente nacionalización del producto donde se procederá a la verificación de las mercancías por parte de la autoridad aduanera respectivamente por los dos organismos de control de las mercancías como son la USDA, FOOD AND DRUG ADMINISTRATION (FDA).

Procurando dar paso al traslado de la mercancía a un almacén temporal donde se procede a revisar y verificar la cantidad de la mercancía, y se procede al registro de la mercancía, igualmente se procede a la desaduanización para después trasladar a la empresa importadora de banano orito y después la posible distribución en retails, centros comerciales para pasar al consumidor final.

#### **4.5. Canal de Distribución**

WOPTRADING – WP es una sociedad dedicada a la internacionalización de las MIPYMES dedicadas a producir bienes primarios, es el intermediario comercializador/

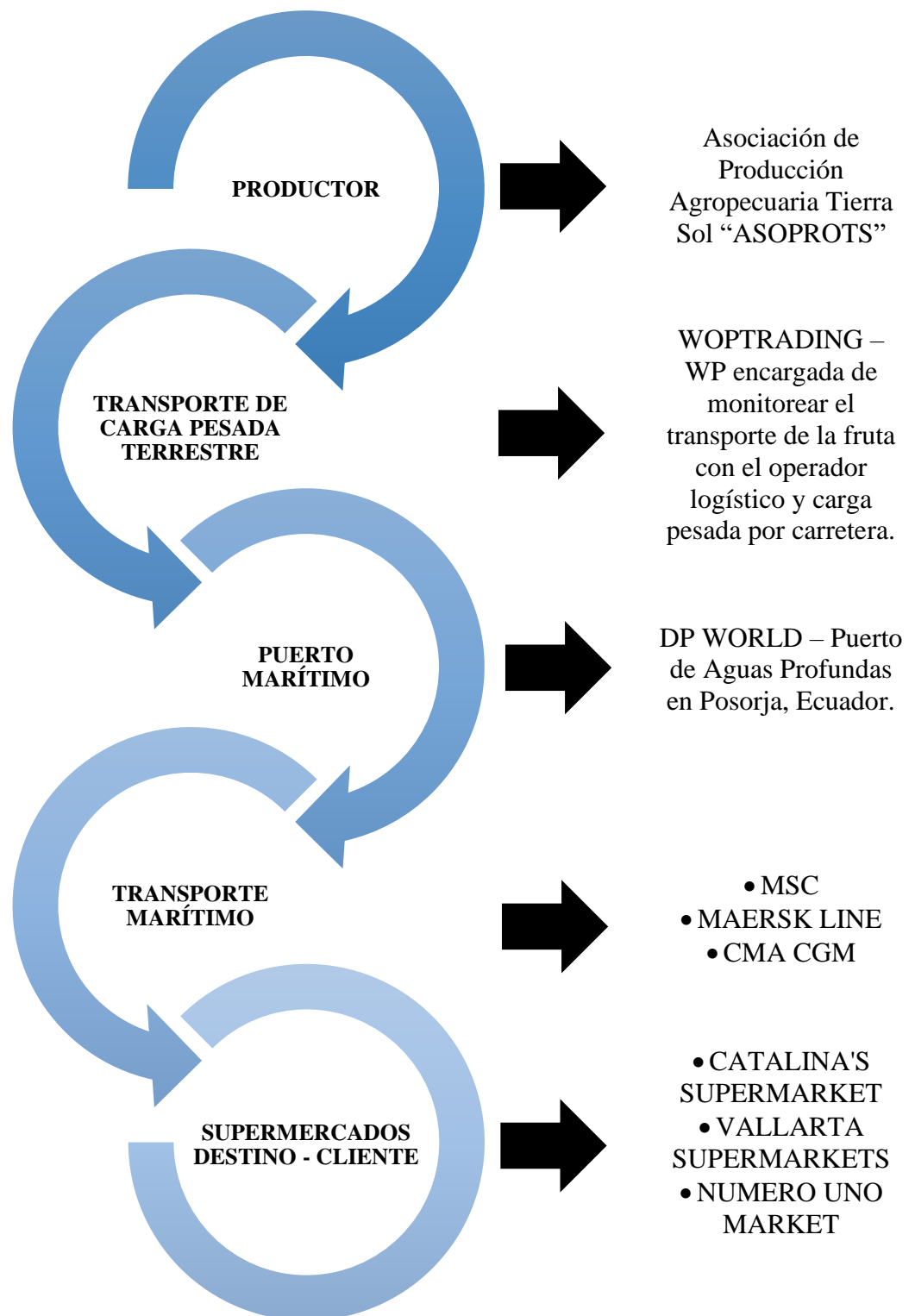
exportador entre el productor de banano orito en este caso es la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra Sol “ASOPROTS” y el cliente del exterior que para el caso de estudio es los supermercados más visitados por la población de Los Ángeles – California, tales como: Catalina's Supermarket, Vallarta Supermarkets, y Número Uno Market. La cadena de distribución inicia desde la producción del banano orito debido a que el exportador realiza un contrato de compra con el productor – ASOPROTS, se encarga de verificar y controlar la calidad de banano orito, proporciona al productor los insumos necesarios para empacar el producto, se encarga de ubicar el medio de transporte terrestre de carga pesada, operador logístico, transporte marítimo, y por último mantiene contacto directo con el cliente comprador de la fruta tropical para comprobar la llegada del banano orito al país destino. A continuación se detalla la cadena de distribución acorde a los beneficios de ASOPROTS.

**Tabla 71.**

Tipos de canales de distribución para ASOPROTS

<b>Tipos de canales de distribución</b>	
<b>Canal propio o directo</b>	<p>La propia empresa fabricante se encarga de hacer llegar su producto al cliente final sin intermediarios. Por lo tanto, no delega procesos de almacenaje, transporte o atención al consumidor. Por ejemplo, la compañía de productos HP se encarga de la distribución de sus propios productos. (Giner, 2020, párr. 6)</p>
<b>Canal externo o ajeno</b>	<p>La distribución y comercialización es realizada por empresas distintas a la productora. El proceso de distribución es el negocio en sí mismo, dando lugar a la aparición de agentes intermediarios. En función del número de participantes, se distinguen tres tipos de distribución externa: (Giner, 2020, párr. 7)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Corto: el producto va desde el fabricante al detallista o minorista, y de éste al cliente final. Es propio del comercio electrónico, en el que la plataforma ECOMMERCE conecta productores y consumidores de forma ágil y sencilla. (Giner, 2020, párr. 8)</li> <li>• Largo: el producto viaja desde las manos del fabricante a las del mayorista, de éste al minorista hasta llegar al consumidor. Este tipo de distribución es el más común y es propio de pequeños negocios y tiendas de barrio tradicionales. (Giner, 2020, párr. 8)</li> <li>• Doble: es aquella en la que además de mayoristas y minoristas también interviene un tercer agente distribuidor o agente exclusivo que participa en la comercialización de productos. Es propia de franquicias o agencias de viaje. (Giner, 2020, párr. 8)</li> </ul>

**Fuente:** Escuela de Negocios y Dirección – Business Review

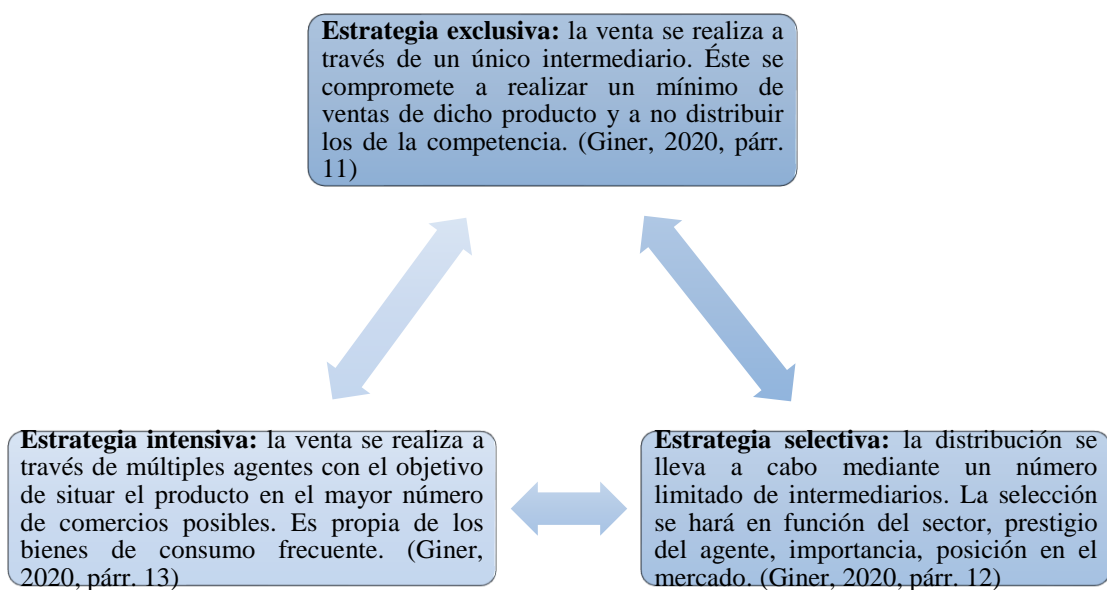


**Figura 30.** Canal de distribución aplicable ASOPROTS

#### 4.6. Estrategias de Distribución

En el marco de la selectividad de estrategia de distribución de banano orito producida por ASOPROTS, se seleccionó la estrategia selectiva en donde la distribución se lleva a cabo mediante un número limitado de intermediarios. La opción se hará en función del sector, prestigio del agente, importancia posición en el mercado, (...). Es importante mencionar que la empresa productora de banano orito, desconoce las estrategias de distribución por las cuáles el productor hace llegar el bien a su consumidor.

A continuación se detalla los tipos de estrategias:



**Figura 31.** Estrategias de distribución

**Fuente:** Escuela de Negocios y Dirección – Business Review

#### 4.7. Estrategias de Promoción

La estrategia de promoción es la parte concreta del marketing para respaldar un mensaje y crear interés en el cliente, es entablar una relación con el segmento objetivo seleccionado, cumpliendo un papel primordial para ASOPROTS, tales como; cultivar la conciencia de marca, fomentar el interés, generar demanda, inducir a los posibles clientes a llevar a cabo una determinada acción. Una de las principales estrategias de promoción es las **Ferias Internacionales** que realiza PROECUADOR, generando grandes oportunidades de negocios con clientes internacionales para generar riqueza nacional, las relaciones públicas entre comprador y vendedor deben de ser claras y precisas en corto plazo y fomentar la conversión a la compra, por ende se puede crear una adecuada imagen corporativa y una adecuada relación.

#### 4.8. Exportación Indirecta

Una de las decisiones más importantes que deben tomar las empresas exportadoras y los productores visionarios que desean expandir sus operaciones hacia el extranjero, es saber elegir las formas de ingreso en los mercados internacionales, la correcta selección de la forma de entrada mejorará los ingresos, la capacidad de negocio y hará mucho más grande el impacto hacia la actividad exportadora.

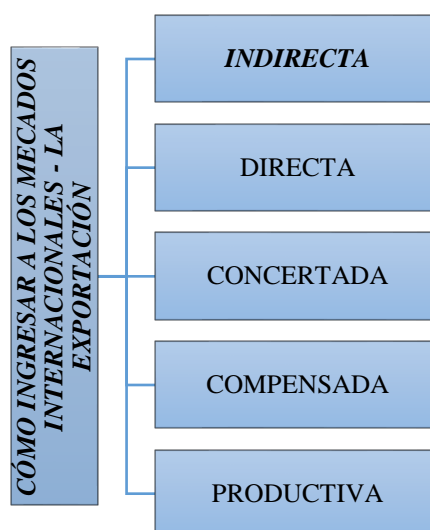


Figura 32. Métodos de entrada a mercados internacionales


ASOPROTS desconoce la ruta logística para distribuir el banano orito producida en La Maná – Cotopaxi, hasta llegar al puerto de destino Long Beach de Los Ángeles – California, por ende ha seleccionado el método de entrada al mercado internacional como una exportación indirecta, en donde la asociación vende sus productos a través de otras empresas, agencias o intermediarios independientes ubicados en el Ecuador. La exportación indirecta representa para los productores de banano orito una venta local, es decir en esta transacción no la realizan los fabricantes, sino que se delega a otras empresas reconocidas y con experiencia en el campo del comercio exterior. Este método de entrada se desglosa en INTERMEDIARIOS INDEPENDIENTES Y TRADINGS COMPANYY.

ASOPROTS ha decidido realizar una exportación indirecta haciendo uso de compañías conocidas como *EXPORT TRADING COMPANY* que son empresas dedicadas al comercio exterior, y para el caso de estudio es *WOPTRADING – WP empresa dedicada a la internacionalización empresarial del Ecuador en cooperación con PROECUADOR*. Entre las responsabilidades del Trading se encuentran:

- Coordinar y ejecutar trámites de comercio de importación y exportación.
- Estudian los envases, empaques y embalaje más adecuado para el traslado de los productos.
- Las mejores rutas logísticas de transporte.
- Seguros internacionales más convenientes.

Es de vital importancia mencionar que los Trading conocen las necesidades y capacidad de compra de los clientes y consumidores del producto, al igual que operan como representantes de venta, localizan compradores de productos, buscan y negocian directamente las mejores ofertas en los mercados internacionales.

**Tabla 72.**  
Export Trading Company

<i>EXPORT TRADING COMPANY</i>		
<i>LOGO</i>	<i>NOMBRE DE LA EMPRESA</i>	<i>CONTACTOS</i>
	<i>WOPTRADING – WP</i>	<a href="http://woptrading.com/">http://woptrading.com/</a> <a href="mailto:manager@woptrading.com">manager@woptrading.com</a> <a href="mailto:woptradingec@gmail.com">woptradingec@gmail.com</a> +593992347500 +593996189300 +593 2 3285348

#### 4.9. Información Básica Del Producto

A continuación se detalla información del banano orito/baby sujeta a comercialización en el mercado de Los Ángeles – California, con el objeto de que el consumidor final tenga conocimiento sobre el producto.

**Tabla 73.**  
*Información básica del producto*

<b>INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO</b>	
<b>Nombre técnico del producto</b>	Banana bocadillo
<b>Posición arancelaria en el país exportador</b>	0803901200 - Bocadillo (manzanito, orito).
<b>Posición arancelaria en el país importador</b>	0803901200 - Bocadillo (manzanito, orito).
<b>Unidad comercial de venta</b>	Unidad comercial de 8,4 kg
<b>Divisa de negociación</b>	Dólar americano – US\$
<b>INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE</b>	
<b>País de origen</b>	Ecuador
<b>Ciudad de punto de embarque</b>	Puerto de Posorja – DP WORLD
<b>País de destino</b>	Estados Unidos de América – USA
<b>Ciudad de punto de destino</b>	Los Ángeles – Long Beach
<b>Tipo de embarque</b>	Cajas de cartón
<b>Tipo de unidad de carga</b>	Contenedor de 40 pies

**Tabla 74.**  
Aplicación de láminas protectoras para la unidad comercial

<b>APLICACIONES</b>			
<b>Lámina de Protección Temprana</b>	<b>Lámina Tipo Babero</b>	<b>Lámina Protectora de Bandeja</b>	<b>Aplicaciones especiales</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lámina en forma de babero debajo espesor, perforada.</li> <li>• Se coloca en la segunda semana, antes de embolsar.</li> <li>• Protege la fruta logrando una mayor productividad.</li> <li>• Mejora la calidad evitando:</li> </ul> <p>La cicatriz de Crecimiento El dedo mal formado curvo Daños por manipulación y por transporte a la empacadora.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lámina en forma de babero de 12 mm de espesor, forrada con una tela</li> <li>• especial para mejor desempeño.</li> <li>• Protege a la fruta durante el transporte de la plantación a la empacadora.</li> <li>• Se coloca en el momento de calibrar la fruta.</li> <li>• Vida útil de hasta dos años.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lámina de polietileno liso que se adapta a la forma de la bandeja.</li> <li>• Protege a la fruta de daños ocasionados por roce y golpes contra la superficie rugosa de la bandeja en la empacadora.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Láminas de espuma de 2, 3 y 4 mm de espesor que se utilizan en el empaque del banano.</li> <li>• Protege la fruta durante el transporte a su destino final.</li> </ul>

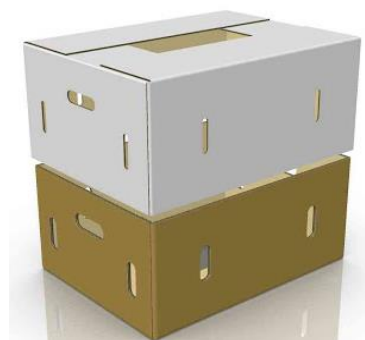


#### 4.10. Cálculo del cubicaje de la mercancía

En logística, el cubicaje se refiere a la acción de acomodar las mercancías en un soporte de manipulación (pallets) o medio de transporte (camión, contenedor). Tiene como objetivo llevar la mayor cantidad de carga para aprovechar al máximo su capacidad; respetando las restricciones tecnológicas (relación peso-volumen) y la normatividad establecida. El cubicaje permite minimizar los riesgos de las mercancías y garantizar la rentabilidad de las inversiones. (LOGÍSTICA, 2020, párr. 2)

**Tabla 75.**  
Datos del empaque de ASOPROTS

Datos del empaque de ASOPROTS	
<b>Capacidad:</b>	9 kilogramos (kg)
<b>Color:</b>	Una tapa que puede ser blanca o kraft y un fondo que generalmente es kraft
<b>Peso neto:</b>	7.5 kg
<b>Peso bruto:</b>	8.4 kg
<b>Altura:</b>	20 cm (0.2 m)
<b>Ancho:</b>	40 cm (0.4 m)
<b>Largo/profundidad:</b>	50 cm (0.5 m)
<b>Edad:</b>	6 semanas
<b>Funda Poligag al Vacío:</b>	33x29x0.8 de alta densidad
<b>Grado:</b>	Mínimo 26 – 32, máximo 32 – 34
<b>Cartón:</b>	208
<b>Manos:</b>	6



En base a la *Tabla 75* se puede apreciar información sobre el empaque del banano orito para su exportación, en la cual ASOPROTS realiza la producción, post cosecha y empaque de la fruta tropical, las dimensiones del empaque es 20 centímetros de alto, 40 centímetros de ancho y 50 centímetros de largo, el peso neto es de 7.5 kg y el peso bruto es de 8.4 kg, cada unidad comercial tiene un aproximado de 6 manos de un tiempo de duración de 6 semanas.

**Tabla 76.**  
Cálculo del peso, caja y pallet

<b>CÁLCULO DEL PESO</b>			
	<b>Medidas del pallet</b>	<b>Medidas de la caja</b>	<b>Medidas de la funda</b>
No de unidades	1	1	1
Largo (profundidad) m	1,2	0,5	0
Alto m	0,145	0,2	0
Ancho m	0,8	0,4	0
Volumen total del embarque m <sup>3</sup>	0,1392	0,04	0
Peso por unidad kg	436,8	8,4	8,4
Peso total del embarque TM	0,4	0,0084	0,0084

**Fuente:** Pallet europeo (2020), LOAD.

En base a la *Tabla 76* se puede apreciar el cálculo de las medidas del euro pallet y las cajas en donde se transporta el banano orito de ASOPROTS de la provincia de Cotopaxi, es necesario resaltar la información más relevante sobre el procedimiento de cubicaje que se lo realizó a través del programa informático LOAD, se determina que en un contenedor de 40 pies estándar caben 25 pallets europeos con las siguientes dimensiones: alto 0,145 m, ancho 0,8 m y profundidad 1,2 m, cada pallet con mercancía pesa 436,8 kg; cada euro pallet tiene una capacidad de unitarización de 52 cajas de 8,4 kg de banano orito, es decir 1 contenedor traslada 1300 unidades del producto. Es de vital importancia mencionar que el puerto de salida de DP WORLD ubicado en Posorja – Guayaquil hasta el puerto destino LONG BEACH ubicado en Los Ángeles – California.

**Tabla 77.**  
Cálculo de las cajas en el pallet

<b>CAJAS EN EL PALLET</b>			
<b>Detalles</b>	<b>Medidas del pallet</b>	<b>Pallet</b>	<b>Estimación por espacio</b>
No de unidades	1	52	
Largo (profundidad) m	1,2	1,2	1
Alto m	0,145	0,145	1,00
Ancho m	0,8	0,8	1,00
Volumen total del embarque m <sup>3</sup>	0,1392	0,1392	1,00
Peso por unidad kg	436,8	8,4	52
Peso total del embarque TM	0,4	0,0084	0,0520

**Fuente:** Pallet europeo (2020), LOAD.

En base a la *Tabla 77* se puede apreciar que por cada pallet europeo caben 52 cajas de banano orito de 8,4 kg de peso bruto cada una, cada caja contiene un aproximado de 6 manos de fruta fresca, cada pallet pesa un aproximado de 436,8 kg.

**Tabla 78.**

Cálculo de pallets en el contenedor

<b>PALLETS EN EL CONTENEDOR</b>			
<b>Detalles</b>	<b>Contenedor 40 pies</b>	<b>Pallet</b>	<b>Estimación por espacio</b>
No de unidades	1	25	
Largo (profundidad) m	12	1,2	10,00
Alto m	2,39	0,145	16,48
Ancho m	2,35	0,8	2,94
Volumen total del embarque m <sup>3</sup>	67,40	0,1392	484,18
Peso por unidad kg	10920	210	210
Peso total del embarque TM	10,9	0,2100	0,2100

**Fuente:** Pallet europeo (2020), LOAD.

Considerando la *Tabla 78* se puede apreciar que en 1 contenedor estándar de 40 pies caben 25 pallets europeos, el peso total de embarque es de 10,9 toneladas métricas (TM). Hay que resaltar que cada pallet lleva 52 cajas de 6 manos aproximadamente de 8,4 kg c/u.

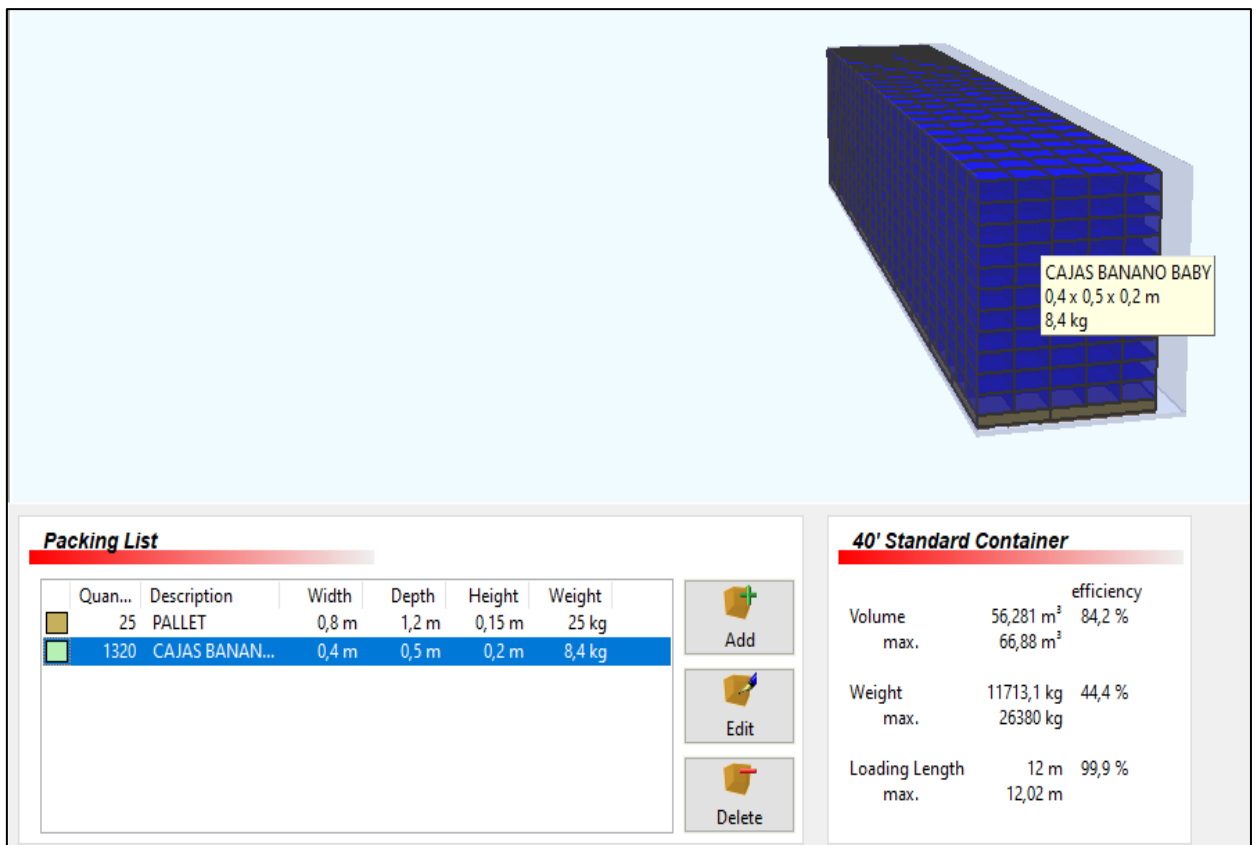
The screenshot displays the 'LOAD' software interface. At the top right, a 3D perspective view shows a stack of 25 pallets, each represented as a green grid. A yellow tooltip next to it specifies: 'PALLET 1,2 x 0,8 x 0,15 m 25 kg'. Below this, the 'Packing List' section contains a table with the following data:

Quan...	Description	Width	Depth	Height	Weight
25	PALLET	0,8 m	1,2 m	0,15 m	25 kg
1320	CAJAS BANAN...	0,4 m	0,5 m	0,2 m	8,4 kg

To the right of the table are three buttons: 'Add', 'Edit', and 'Delete'. Further right, the '40' Standard Container' section provides summary statistics:

	Value	efficiency
Volume max.	56,281 m <sup>3</sup>	84,2 %
Weight max.	11713,1 kg	44,4 %
Loading Length max.	12 m	99,9 %

**Figura 33.** LOAD, número de pallets en el contenedor.



**Figura 34.** LOAD, número de cajas en el contenedor

Según las *Figuras 33 y 34* se puede evidenciar la aproximación de cubicaje de mercancía para la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra Sol “ASOPROTS”, en donde se determinó que en 1 contenedor estándar de 40 pies caben 25 pallets con 52 unidades cada uno, el cargamento total pesa un aproximado de 10,9 TM.

#### 4.11. Incoterms 2020

Las reglas Incoterms 2020 son un conjunto de términos de tres letras que regulan las responsabilidades de las empresas en los contratos de compraventa de mercancías, aceptadas por gobiernos, empresarios y profesionales en todo el mundo para la interpretación de los términos más comunes utilizados en el Comercio Internacional. (AGENTCOMEXEC, 2020, párr. 1)

**Tabla 79.**  
Cálculo del P.V.P. a través de los INCOTERMS 2020

<b>TRANSPORTE MARÍTIMO</b>	
<b>INCOTERMS 2020</b>	
Costos de producción	\$388.421,23
Gastos operacionales	\$6.648,00
<b>EXW</b>	<b>\$395.069,23</b>
Manipulación local país de origen (x)	\$70,00
Unitarización	\$700,00
<b>FCA/FAS</b>	<b>\$395.839,23</b>
Transporte interno	\$1.600,00
Manipuleo de embarque	\$175,00
Documentación	\$250,00
<b>FOB</b>	<b>\$397.864,23</b>
Flete internacional	\$2.200,00
<b>CFR</b>	<b>\$400.064,23</b>
Seguro internacional	\$4.000,64
<b>CIF</b>	<b>\$404.064,87</b>
Capital e inventario de tránsito internacional	\$112,00
Manipuleo de desembarque	\$340,00
<b>DAT</b>	<b>\$404.516,87</b>
Almacenamiento temporal	\$110,00
Documentación	\$25,00
Agente de aduana	\$315,00
Transporte interno	\$260,00
<b>DAP</b>	<b>\$405.226,87</b>
Aduana	\$98.767,31
Capital e inventario país destino	\$270,00
<b>DDP</b>	<b>\$504.264,18</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$504.264,18</b>
<b>P.V.P SIN UTILIDAD POR UNIDAD</b>	<b>7,46</b>
<b>P.V.P CON UTILIDAD</b>	<b>10,44</b>
<b>PRECIO DE VENTA POR CAJA</b>	<b>10,44</b>

En base a la *Tabla 79* se puede evidenciar el cálculo del Precio de Venta al Público (PVP) a través de los INCOTERMS 2020, el cálculo del precio EXW está diseñado en base a información contable proporcionada por ASOPROTS compuesta de la siguiente información, costos de producción \$388.421,23, gastos operacionales \$6.648,00 dando un total en fábrica de \$395.069,23; el PVP en término **DDP es de \$10,44** por unidad comercial de 8.4kg de peso bruto de banano bocadillo, **cada kg en mercados estadounidenses se vende en \$1,24.**

#### 4.12. Estimación de ventas de banano bocadillo

A continuación se detalla los envíos que se efectúan semanalmente al mercado de Los Ángeles, en base a estos se pretende cubrir la demanda insatisfecha en los posteriores años, cabe mencionar que aunque la cobertura de mercado es mínima para ASOPROTS la rentabilidad e ingresos son considerados favorables para la sociedad bananera. Es de vital importancia mencionar que durante el primer año de exportación se cubrirá el 0,85% equivalente a 668940 TM de demanda insatisfecha, al año se realizan 53 envíos en un contenedor de 40 pies.

**Tabla 80.**  
Estimación de ventas - proyecciones

ESTIMACIÓN DE VENTAS – PROYECCIONES					
DETALLE	2021	2022	2023	2024	2025
Oferta exportable TM	668.940	723.913	778.886	833.859	888.832
Demanda insatisfecha TM	78.537.709	78.909.978	79.284.011	79.659.818	80.037.405
% De cobertura de la demanda	0,08%	0,08%	0,09%	0,09%	0,09%
Frecuencia de envío	semanal	semanal	semanal	semanal	semanal
Número de envíos al año	53	53	53	53	53
TM por envío	578,8	578,8	578,8	578,8	578,76
No Pallets	1325	1325	1325	1325	1325
No de contenedor 40 ft	53	53	53	53	53
Estimación de ventas según embalajes (pallet) por envío	1325	1325	1325	1325	1325
Estimación de ventas según unidad comercial cajas por envío	1300	1300	1300	1300	1300
Estimación de ventas según embalajes (cajas) al año	68900	68900	68900	68900	68900
Embalaje de fundas por envío	67600	67600	67600	67600	67600

#### 5. Estudio Económico Financiero

El análisis económico dentro de la metodología de evaluación de proyectos consiste en expresar en términos monetarios todas las determinaciones hechas en el estudio técnico. Las decisiones que se hayan tomado en el estudio técnico en términos de cantidad de materia prima necesaria y cantidad de desechos del proceso, cantidad de mano de obra directa e indirecta, cantidad de personal administrativo, número y capacidad de equipo y maquinaria necesarios para el proceso, (...), ahora deberán aparecer en forma de inversiones y gastos. Las

competencias necesarias en esta parte del estudio son análisis de datos duros, planeación y manejo de las TIC. (Baca, 2013, p. 170)

### 5.1. Inversión inicial

“La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo” (Baca, 2013, p. 170).

**Tabla 81.**

Inversión inicial – ASOPROTS

INVERSIÓN INICIAL	
Activos Fijos	\$269.193,00
Capital de Operaciones	\$11.682,00
Gastos de constitución	\$2.230,00
<b>Total de Inversión Inicial</b>	<b>\$283.105,00</b>

En base a la *Tabla 81* se puede observar la estructura de la inversión inicial con la cual ASOPROTS comenzó sus operaciones comerciales, la asociación bananera está conformada por 11 socios de La Maná – Cotopaxi, cada socio aportó con un capital inicial de \$ 1.062,00 dando un total de \$11.682,00 como capital de operaciones, activos fijos \$269.193,00 y gastos de constitución \$2.230,00. La sociedad bananera se consolida jurídicamente el 30 de julio del año 2015 como Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del Sol.

### 5.2. Activos fijos

Se entiende por activo tangible (que se puede tocar) o fijo, a los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros. Se le llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas. (Baca, 2013, p. 175) A continuación se detalla la *Tabla 82* de Activos fijos con los cuales ASOPROTS inició sus operaciones comerciales y productivas dando un total de \$269.193,00, constituida por edificios e infraestructura, maquinaria y equipo, muebles y enseres, y equipo de computo.

**Tabla 82.**  
Activos fijos – ASOPROTS

<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V/U</b>	<b>V/T</b>
<b>EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA</b>			<b>\$230.000,00</b>
Edificio	1	\$30.000,00	
Terreno	20	\$200.000,00	
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			<b>\$33.054,00</b>
Monta cargas	1	\$8.999,00	
Empacadora de fruta	1	\$3.700,00	
Bácula industrial	1	\$500,00	
Maquinaria de saneo	1	\$3.800,00	
Bomba de fumigación	1	\$75,00	
Machetes	25	\$175,00	
Maquina aspiradora	1	\$230,00	
Lavadora de fruta	1	\$15.000,00	
Pesas de plato	2	\$120,00	
Garruchas	70	\$455,00	
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>\$2.049,00</b>
Escritorio	4	\$800,00	
Sillón ejecutivo	4	\$184,00	
Archivadores	3	\$360,00	
Mesas	5	\$375,00	
Sillas de oficina	8	\$240,00	
Teléfono	2	\$70,00	
Calculadora	2	\$20,00	
<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>			<b>\$4.090,00</b>
Computador portátil	3	\$1.800,00	
Impresora a laser	1	\$1.290,00	
Computador de escritorio	2	\$1.000,00	
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS - INVERSIÓN</b>			<b>\$269.193,00</b>

**Fuente:** Elaboración propia en base a información de ASOPROTS.

### 5.3. Gastos de constitución o activos diferidos

“Son denominados gastos de constitución o activos diferidos al conjunto de propiedades de una organización, necesarios para el buen funcionamiento entre ellos los gastos de constitución, permisos, registros, contratos de servicios, entre otros.” (Baca, 2013, p. 175).

**Tabla 83.**

Activos diferidos - Gastos de constitución

<b>ACTIVOS DIFERIDOS - GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Honorarios de Abogados	\$210,00
Gasto de Constitución	\$420,00
Pago a Notarios	\$100,00
Municipio	\$350,00
Permisos y Registros	\$1.150,00
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS - GASTOS DE CONST.</b>	<b>\$2.230,00</b>

#### **5.4. Capital de operaciones**

“El capital de operaciones también es considerado como una inversión inicial pero su recuperación es a corto plazo a diferencia de los activos fijos y diferidos” (Baca, 2013, p.177). Es de vital importancia mencionar que el capital de operaciones está conformado por la materia prima directa que para el caso de estudio es el banano bocadillo, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación, es decir todos aquellos costos que intervengan en la producción y adecuación de la unidad comercial previa exportación.

##### **5.4.1. Proyección de los costos de producción**

A continuación se detalla las proyecciones anuales de los costos de producción del banano bocadillo listo para exportar a nuevos mercados, tal sea el caso de Estados Unidos, Alemania y Bélgica, a través de estas proyecciones el productor tiene noción de los costos de producción anuales por las 67.600 cajas comerciales a un valor EXW de \$ 4,15; esta información se la diseña en base a materia prima directa, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación.

**Tabla 84.**  
Costos de producción – Proyecciones

Costos de producción	COSTOS DE PRODUCCIÓN - PROYECCIONES							
	Cantida d	Valor Unit.	TOTAL	PROYECCIONES COSTOS PRODUCCIÓN				
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
			<b>\$280.540,0</b>					
<b>Materia prima directa</b>			<b>0</b>	<b>\$280.540,00</b>	<b>\$287.300,00</b>	<b>\$287.300,00</b>	<b>\$287.300,00</b>	<b>\$290.680,00</b>
			\$280.540,0					
Banana bocadillo	67600	\$4,15	0	\$280.540,00	\$287.300,00	\$287.300,00	\$287.300,00	\$290.680,00
<b>Mano de obra directa</b>			<b>\$9.600,00</b>	<b>\$9.840,00</b>	<b>\$10.080,00</b>	<b>\$10.080,00</b>	<b>\$10.080,00</b>	<b>\$10.080,00</b>
Operario 1	1	\$4.800,00	\$4.800,00	\$4.920,00	\$5.040,00	\$5.040,00	\$5.040,00	\$5.040,00
Operario 2	1	\$4.800,00	\$4.800,00	\$4.920,00	\$5.040,00	\$5.040,00	\$5.040,00	\$5.040,00
<b>Costos indirectos de fabricación</b>			<b>\$98.281,23</b>	<b>\$108.261,13</b>	<b>\$111.671,63</b>	<b>\$111.110,08</b>	<b>\$115.021,30</b>	
Empaque	67600	\$1,40	\$94.317,55	\$101.400,00	\$104.780,00	\$104.780,00	\$108.160,00	
Embalaje	1300	\$0,25	\$325,00	\$331,50	\$338,00	\$344,50	\$351,00	
Agua	12	\$27,00	\$324,00	\$336,00	\$348,00	\$348,00	\$360,00	
Energía eléctrica	12	\$35,00	\$420,00	\$432,00	\$444,00	\$456,00	\$468,00	
Internet	12	\$30,00	\$360,00	\$372,00	\$384,00	\$396,00	\$408,00	
Suministros de oficina	12	\$42,00	\$504,00	\$516,00	\$504,00	\$480,00	\$1.764,00	
Depreciación			\$2.030,68	\$4.873,63	\$4.873,63	\$4.305,58	\$3.510,30	
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>			<b>\$388.421,2</b>	<b>3</b>	<b>\$398.641,13</b>	<b>\$409.051,63</b>	<b>\$408.490,08</b>	<b>\$415.781,30</b>

#### 5.4.2. Proyección de los gastos administrativos

Son, como su nombre lo indica, los costos que provienen de realizar la función de administración en la empresa. Sin embargo, tomados en un sentido amplio, no sólo significan los sueldos del gerente o director general y de los contadores, auxiliares, secretarias, así como los gastos generales de oficina. (Baca, 2013, p. 174) Como su nombre lo indica, los gastos operacionales administrativos constan de sueldos, servicios básicos, suministros de oficina, suministro de limpieza.

**Tabla 85.**  
Gastos operacionales – Proyecciones

GASTOS OPERACIONALES – PROYECCIONES							
GASTOS OPERACIONALES			TOTAL PROYECCIONES				
Concepto	Cantidad	Valor Unit.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	1	\$400,00	\$4.800,00	\$4.920,00	\$5.040,00	\$5.040,00	\$5.040,00
Servicios básicos	12	\$92,00	\$1.104,00	\$1.140,00	\$1.176,00	\$1.200,00	\$1.236,00
Suministros de oficina	12	\$42,00	\$504,00	\$516,00	\$504,00	\$480,00	\$1.764,00
Suministros de limpieza	12	\$20,00	\$240,00	\$245,00	\$247,00	\$250,00	\$255,00
Depreciaciones			\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Amortizaciones			\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			<b>\$6.648,00</b>	<b>\$6.821,00</b>	<b>\$6.967,00</b>	<b>\$6.970,00</b>	<b>\$8.295,00</b>

A continuación se detalla la proyección anual de la remuneración del personal administrativo y operativo de ASOPROTS, con las obligaciones personales y patronales como establece la norma ecuatoriana laboral, *Tabla 86*.

**Tabla 86.**  
Sueldos administrativos – Proyecciones

	AÑO 1	No de empleados	S.B.U.	S.B.U. TOTAL	Sueldo Anual	Décimo Cuarto	Décimo Tercero	Vacaciones	Fondos de reserva	Aporte Personal (9.45%)	Aporte Patronal (11.15%)	Total Anual
Gerente General	1	\$1.500,00	\$1.500,00	\$18.000,00	\$400,00	\$1.500,00	\$330,00	\$0,00	\$1.701,00	\$2.007,00	\$22.237,00	
Asistente comercial	1	\$800,00	\$800,00	\$9.600,00	\$400,00	\$800,00	\$200,00	\$0,00	\$907,20	\$1.070,40	\$12.070,40	
Contador	1	\$750,00	\$750,00	\$9.000,00	\$400,00	\$750,00	\$200,00	\$0,00	\$850,50	\$1.003,50	\$11.353,50	
<b>Total Administrativos</b>	<b>3</b>	<b>\$3.050,00</b>	<b>\$3.050,00</b>	<b>\$36.600,00</b>	<b>\$1.200,00</b>	<b>\$3.050,00</b>	<b>\$730,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$3.458,70</b>	<b>\$4.080,90</b>	<b>\$45.660,90</b>	
Operativo 1	1	\$400,00	\$400,00	\$4.800,00	\$400,00	\$400,00	\$200,00	\$0,00	\$453,60	\$535,20	\$6.335,20	
Operativo 2	1	\$400,00	\$400,00	\$4.800,00	\$400,00	\$400,00	\$200,00	\$0,00	\$453,60	\$535,20	\$6.335,20	
<b>Total Operarios</b>	<b>2</b>	<b>\$800,00</b>	<b>\$800,00</b>	<b>\$9.600,00</b>	<b>\$800,00</b>	<b>\$800,00</b>	<b>\$400,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$907,20</b>	<b>\$1.070,40</b>	<b>\$12.670,40</b>	

#### 5.4.3. Proyección de los gastos de exportación

La información proyectada a continuación se la realizó en base a el cálculo de los INCOTERMS 2020 en término DDP, dependiendo en que término se entregue la mercancía irá incrementando el valor de gastos, los gastos se originan en fabrica hasta el punto de destino o como acuerden las partes contratantes, se acuerdan o delegan responsabilidades entre el comprador y vendedor; es de vital importancia que hay que llegar a un acuerdo para que el seguro internacional de la mercancía sea contratado por parte del comprador debido a que en el Ecuador no existe tantas sociedades dedicadas a asegurar mercancías a ser transportadas, mientras que en otros países son a menores costos. En base a la *Tabla No 87* se puede apreciar las proyecciones de los gastos de exportación para ASOPROTS.

**Tabla 87.**

Gastos de exportación – Proyecciones

<b>GASTOS DE EXPORTACIÓN</b>			<b>Proyección Gastos de Exportación</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unit.</b>	<b>TOTAL</b>				
			<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Unitarización	53	\$700,00	\$37.100,00	\$37.137,10	\$37.174,24	\$37.211,41	\$37.248,62
Manipulación en origen	53	\$70,00	\$3.710,00	\$3.713,71	\$3.717,42	\$3.721,14	\$3.724,86
Documentación	53	\$250,00	\$13.250,00	\$13.263,25	\$13.276,51	\$13.289,79	\$13.303,08
Transporte interno	53	\$1.600,00	\$84.800,00	\$84.884,80	\$84.969,68	\$85.054,65	\$85.139,71
<b>Total Gastos de Exportación (DDP)</b>			<b>\$138.860,00</b>	<b>\$138.998,86</b>	<b>\$139.137,86</b>	<b>\$139.277,00</b>	<b>\$139.416,27</b>

### 5.5. Estructura de financiamiento

En base a la estructura de financiamiento ASOPROTS posee un capital propio del 70% equivalente a \$198.173,50 y un capital ajeno del 30% equivalente a \$84.931,50; es de vital importancia mencionar que el financiamiento del capital ajeno se lo efectuó a través de la institución financiera del estado ecuatoriano BANECUADOR con una tasa efectiva de crédito del 10,21% designada para la creación y fomento de las MIPYMES y generación de empleo.

**Tabla 88.**

Estructura de financiamiento – ASOPROTS

<b>Estructura de financiamiento</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Participación</b>	<b>Valor</b>	
Capital propio	70%	\$198.173,50	
Capital ajeno	30%	\$84.931,50	
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>\$283.105,00</b>	

#### 5.5.1. Costo de capital promedio

Para poder determinar el costo de capital promedio, es necesario establecer el costo y varianza de la tasa de interés establecida por BANECUADOR para en emprendimiento en donde los créditos productivos se subdividen en empresariales, PYMES y agrícola ganadero, la tasa nominal es de 9,76% y la tasa efectiva crediticia es de 10,21%.

**Tabla 89.**

Costo de capital promedio ponderado - Con financiamiento

<b>Costo de capital promedio ponderado - con financiamiento</b>					
<b>Recursos</b>	<b>Participación</b>	<b>Costo</b>	<b>Ponderación</b>		
Capital propio	70%	9,76%	6,83%		
Capital ajeno/externo	30%	10,21%	3,06%		
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>9,90%</b>	<b>1,80%</b>	<b>21,70%</b>
			<b>Tasa de descuento ponderada</b>	<b>Tasa de riesgo</b>	<b>Tasa de descuento ajustada al riesgo</b>

## 5.6. Estados Financieros

“Los estados financieros son los documentos que debe preparar la empresa al terminar el ejercicio contable, con el fin de conocer la situación financiera y los resultados económicos obtenidos en sus actividades a lo largo del período” (Gómez, 2020, párr. 1).

### 5.6.1. Estado de resultados

La finalidad del análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que deba pagar. (Baca, 2013, p. 182) A continuación se detalla el estado de resultados con financiamiento proyectado a 5 años de producción y exportación de banana bocadillo de ASOPROTS.

**Tabla 90.**  
Estado de resultados - Con financiamiento

<b>Estado de Resultados - Con Financiamiento</b>					
<b>Ingresos Operacionales</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas	\$705.969,85	\$716.109,85	\$733.009,85	\$749.909,85	\$770.189,85
Cantidad de envases	67600	67600	67600	67600	67600
Precio de ventas (unidad)	\$10,44	\$10,59	\$10,84	\$11,09	\$11,39
(-) Costo de producción vendidos	\$388.421,23	\$398.641,13	\$409.051,63	\$408.490,08	\$415.781,30
Utilidad bruta en ventas	\$317.548,62	\$317.468,72	\$323.958,22	\$341.419,77	\$354.408,55
(-) Gastos operacionales	\$145.508,00	\$145.819,86	\$146.104,86	\$146.247,00	\$147.711,27
Gastos administrativos	\$6.648,00	\$6.821,00	\$6.967,00	\$6.970,00	\$8.295,00
Gastos de exportación	\$138.860,00	\$138.998,86	\$139.137,86	\$139.277,00	\$139.416,27
Utilidad operacional	\$172.040,62	\$171.648,86	\$177.853,36	\$195.172,77	\$206.697,28
(-) Gastos financieros	\$13.853,90	\$15.268,20	\$16.826,88	\$18.544,68	\$20.437,84
Interés bancario	\$13.853,90	\$15.268,20	\$16.826,88	\$18.544,68	\$20.437,84
Utilidad neta antes de impuestos	\$158.186,72	\$156.380,65	\$161.026,48	\$176.628,10	\$186.259,44
(-) 15% participación trabajadores	\$23.728,01	\$23.457,10	\$24.153,97	\$26.494,21	\$27.938,92
Utilidad antes de impuestos	\$134.458,71	\$132.923,56	\$136.872,51	\$150.133,88	\$158.320,52
(-) 25% Impuesto a la renta	\$33.614,68	\$33.230,89	\$34.218,13	\$37.533,47	\$39.580,13
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$100.844,03</b>	<b>\$99.692,67</b>	<b>\$102.654,38</b>	<b>\$112.600,41</b>	<b>\$118.740,39</b>
<b>(+) Depreciación</b>	<b>\$2.030,68</b>	<b>\$4.873,63</b>	<b>\$4.873,63</b>	<b>\$4.305,58</b>	<b>\$3.510,30</b>
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>\$102.874,71</b>	<b>\$104.566,30</b>	<b>\$107.528,01</b>	<b>\$116.905,99</b>	<b>\$122.250,69</b>

## 5.7. Indicadores con financiamiento

A través de los indicadores financieros ASOPROTS determinó los datos financieros utilizando información financiera de la asociación bananera, debido a que son necesarios para medir la estabilidad empresarial bajo sus cinco pilares financieros básicos, tales como

rentabilidad, endeudamiento, liquidez, solvencia y flujo de caja, a través de la interpretación de cifras, de las utilidades e información general diagnosticando la realidad financiera facilitando la comparación de la misma con la competitividad empresarial.

Bajo esta perspectiva se sustenta y se procede a continuar con la evaluación económica de la sociedad bananera, calculando la rentabilidad de la inversión en términos de los dos índices más utilizados, que son el *Valor Presente Neto (VPN)* y la *Tasa Interna de Rendimiento (TIR)*.

### 5.7.1.1. Cálculo del periodo de recuperación

**Tabla 91.**

Cálculo del período de recuperación de la inversión

<b>CÁLCULO DE PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN</b>				
<b>AÑO</b>	<b>INVERSIÓN INICIAL</b>		<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN</b>
0	\$	-283.105,00	\$	-
1			\$	102.874,71
2			\$	104.566,30
3			\$	107.528,01
				0,972

En base a la *Tabla 91* se puede evidenciar que la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra Sol “ASOPROTS” recuperó la inversión en 2 año 11 meses, considerando los \$283.105,00 de inicial.

### 5.7.1.2. Valor Presente Neto (VPN)

El Valor Presente Neto (VPN) o Valor Actual Neto (VAN) es el método más conocido para evaluar proyectos de inversión a largo plazo, ya que permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: *maximizar la inversión*. Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. (Granel, 2020, párr. 1) La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR = Tasa de inflación + Riesgo de inversión) se utiliza como referencia para calcular el Valor Presente Neto (VAN).

**Tabla 92.**  
Valor Presente Neto (VPN)

VPN					
AÑO	Flujo de efectivo (Utilidad neta)	Inversión inicial		Denominador	
0	\$ -	\$ 283.105,00			
1	\$ 102.874,71		Interés	1+0.1	1,1000
2	\$ 104.566,30			(1.1)^2	1,2100
3	\$ 107.528,01		10%	(1.1)^3	1,3310
4	\$ 116.905,99			(1.1)^4	1,4641
5	\$ 122.250,69			(1.1)^5	1,61051
			<b>VPN</b>		<b>\$ 133.379,71</b>

En base a la *Tabla 92* se puede observar el *Valor Actual Neto (VAN) equivalente a \$133.379,71*, este valor es una estimación de la rentabilidad del proyecto a mercado estadounidense, la tarifa utilizada en la TMAR es de 10% considerando la mínima tasa aceptable puesto a que tienen varianza en relación la tasa pasiva, el % inflación y el % de riesgo del proyecto.

#### 5.6.2.4. Tasa Interna de Retorno (TIR)

“Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.” (Baca, 2013, p. 209)

**Tabla 93.**  
Tasa Interna de Retorno (TIR)

AÑO	Flujo de efectivo (Utilidad neta)
0 (inversión inicial)	\$ -283.105,00
1	\$ 102.874,71
2	\$ 104.566,30
3	\$ 107.528,01
4	\$ 116.905,99
5	\$ 122.250,69
<b>TIR</b>	<b>27%</b>

En base a la *Tabla 93* se puede apreciar el cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR), que fue calculada en base a la inversión inicial y primer flujo de caja, para que el negocio sea factible es necesario que la TIR debe de ser superior a la TMAR (10%), y para el caso de ASOPROTS tiene una TIR equivalente al 27% y por ende este proyecto es viable puesto a que la inversión se la recupera en el segundo año y 11 meses de exportación, la inversión inicial es

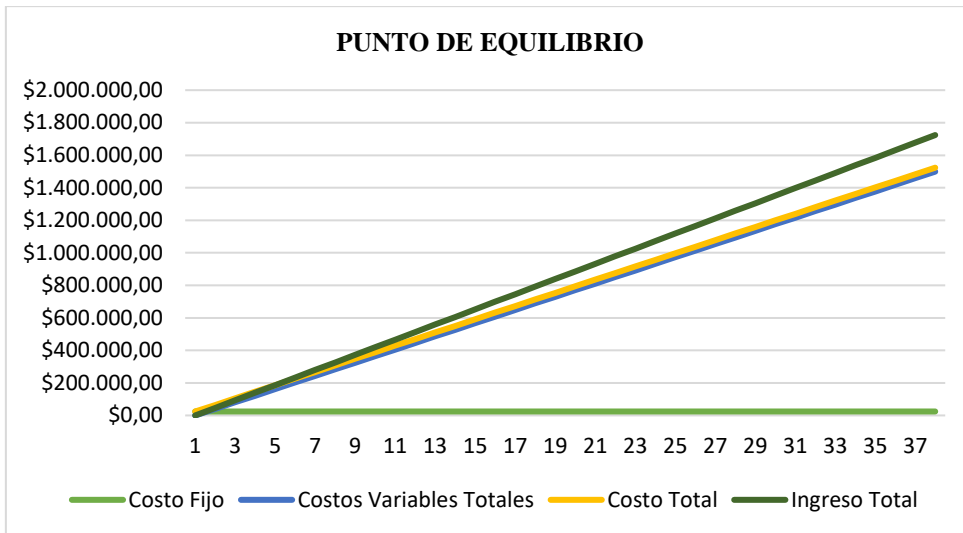
de \$283.105,00 y el primer flujo \$102.874,71; la relación costo beneficio (B/C) es de \$ 1,47 es decir por cada dólar invertido se gana \$0.47 centavos de dólar.

#### 5.6.2.5. Punto de equilibrio

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos. Si los costos de una empresa sólo fueran variables, no existiría problema para calcular el punto de equilibrio. El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables. (Baca, 2013, p. 179)

**Tabla 94.**  
Punto de Equilibrio – ASOPROTS

PUNTO DE EQUILIBRIO DESCRIPCIÓN	AÑO 2020	
	Fijos	Variables
<b>Costos de Producción</b>		
Materia Prima Directa		\$280.540,00
Mano de Obra Directa		\$9.600,00
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>		
Empaque		\$94.317,55
Embalaje		\$325,00
Servicios Básicos	\$1.104,00	
Suministros	\$504,00	
Depreciación	\$2.030,68	
<b>Total Costos de Producción</b>	<b>\$3.638,68</b>	<b>\$384.782,55</b>
<b>Gastos Operacionales</b>	<b>\$6.648,00</b>	<b>\$138.860,00</b>
Gastos Administrativos	\$6.648,00	
Gastos de Exportación		\$138.860,00
<b>Gastos Financieros</b>	<b>\$13.853,90</b>	
Interés Bancario	\$13.853,90	
<b>Costos y Gastos Totales</b>	<b>\$24.140,58</b>	<b>\$523.642,55</b>
<b>Unidades</b>		<b>67600</b>
<b>Costos y Gastos Unitarios</b>	<b>0,36</b>	<b>7,75</b>
<b>Total Costos y Gastos Unitarios</b>		<b>8,10</b>
<b>% Utilidad</b>		<b>15%</b>
<b>Precio de Venta Unitario</b>		<b>9,32</b>
<b>P. de Equilibrio Unid. = Costos Fijos / (P-CV)</b>		<b>639,26</b>



**Figura 35.** Punto de equilibrio - ASOPROTS

En base a la *Tabla 94* se puede apreciar el punto de equilibrio para la producción de banano bocadillo de ASOPROTS, el Punto de Equilibrio (PE) es de 639 unidades o cajas comerciales, es decir, al producir este número de unidades la asociación no genera ni pérdidas ni ganancias, cada caja es comercializada a un P.V.P. \$10,44 en término DDP. Durante el primer año de ingresar al mercado de Los Ángeles – California, ASOPROTS tiene una utilidad neta de \$100.844,03.

## IV. Resultados y Discusión

### 4.1. Resultados

#### 4.1.1. Resultados de la Matriz POAM

**Tabla 95**  
Resumen de la Matriz POAM – Resultados

FACTORES	ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA		ALEMANIA		BÉLGICA	
	Oportunidades	Amenazas	Oportunidades	Amenazas	Oportunidades	Amenazas
Factores Socioeconómicos	2.75	3	2.1	2	2	2.5
Factores Políticos	3	0	2	0	1.75	0
Factores Legales	3	2	2	3	2	3
Factores Demográficos	3	3	2	3	2	2
Factores Geográficos	2.5	0	2.5	0	2.5	0
Factores Culturales	2	0	2	0	2	0
<b>SUMA</b>	16.25	8	12.625	8	12.25	7.5
<b>PROMEDIO</b>	4.64	2.29	3.61	2.29	3.50	2.14
<b>PONDERACIÓN</b>	<b>2.36</b>		1.32		1.36	

En base a la Matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM) se pudo determinar las alternativas de mercados internacionales que consumen mayoritariamente banana bocadillo como fruta tropical, los principales países consumidores del producto son Estados Unidos de América (EE.UU.), Alemania y Bélgica según la base de datos de TRADEMAP considerando la subpartida del sistema armonizado 08.03.90; considerando los factores socioeconómicos, políticos, legales, demográficos, geográficos y culturales, se determinó a través de una ponderación que el mercado más factible para realizar la comercialización de banano bocadillo bajo subpartida arancelaria 08.03.90.12 (NANDINA) del sistema armonizado, es EE.UU., seguido por Alemania y Bélgica, es de vital importancia mencionar que las oportunidades de mercados internacionales se las puede realizar en los 3 países del caso de estudio haya alguna restricción técnicas o legales a las exportaciones ecuatorianas de banano bocadillo.

Considerando la ponderación POAM, EE. UU. es el país más elevado en ponderación dando un resultado de 2.36 puntos considerando las oportunidades de amenazas del medio, es

necesario resaltar que el segmento de mercado seleccionado es Los Ángeles – California como mayor consumidor de fruta tropical banana bocadillo.

#### 4.1.2. Resultados de la encuesta aplicada a los consumidores de banana bocadillo de Los Ángeles – California.

1.- ¿Con qué frecuencia consume banana baby/orito en su hogar?

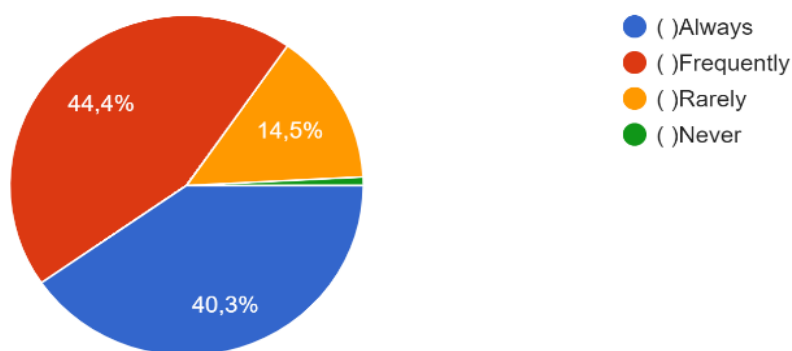
**Tabla 96.**

Frecuencia de consumo

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	100	40,30%
Frecuentemente	110	44,40%
Raramente	36	14,50%
Nunca	2	0,40%
<b>Total</b>	<b>248</b>	<b>100%</b>

1.- How often do you consume baby banana / orito at home?

248 respuestas



**Figura 36.** Nivel de frecuencia de consumo de banana bocadillo

En base a la *Figura 36* se puede apreciar que, el 44.40% equivalente a 110 personas, a partir de la muestra del segmento de mercado de la ciudad de Los Ángeles – California, considerados clientes potenciales, consumen frecuentemente baby banana. Hay que considerar que la fruta debe contar con todas las certificaciones y permisos de calidad del producto desde Ecuador y el mercado de Estados Unidos para llegar al consumidor final que ingresa bajo subpartida arancelaria.

## 2.- ¿Cuál es el rango de su edad?

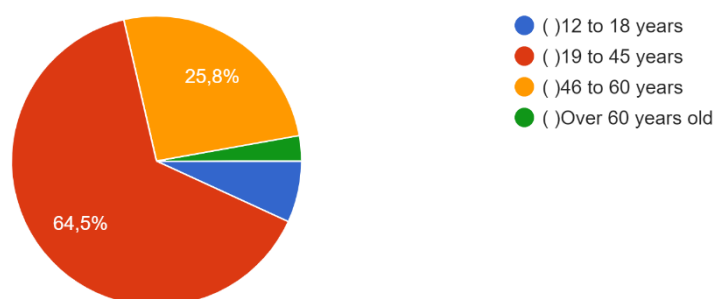
**Tabla 97.**

*Edad*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
12 a 18 años	17	6,90%
19 a 45 años	160	64,50%
46 a 60 años	64	25,80%
Mayor de 60 años	7	2,80%
<b>Total</b>	<b>248</b>	<b>100%</b>

2.- What is your age range?

248 respuestas



**Figura 37.** Consumo de banana baby por rango de edades

En base a la *Figura 37* se puede apreciar el consumo masivo de baby banana entre los diferentes rangos de edades de los habitantes de Los Ángeles - California, el 64,50 % equivalente a 160 personas del segmento de mercado seleccionado, consume en su mayoría las personas de 19 a 45 años por lo que se encuentra mayor constancia de consumo.

## 3.- ¿Cada cuanto consume usted banana baby/orito?

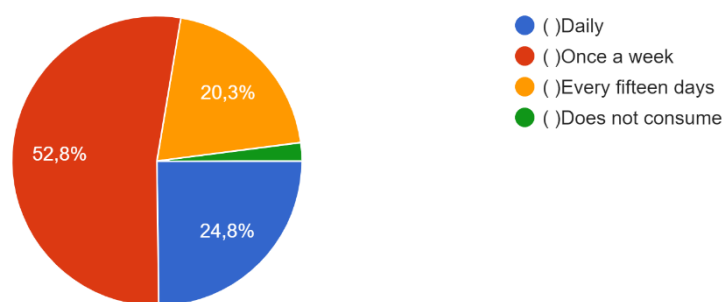
**Tabla 98.**

*Consumo en el hogar*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	61	24,80%
Una vez a la semana	130	52,80%
Cada quince días	50	20,40%
No consume	5	2%
<b>Total</b>	<b>246</b>	<b>100%</b>

3.- How often do you consume baby banana / orito at home?

246 respuestas



**Figura 38.** Nivel de frecuencia del consumo de banana bocadillo

En base a la *Figura 38* se puede apreciar que, el 52.80% equivalente a 130 respuestas del segmento de mercado de la ciudad de Los Ángeles – California, consume una vez en la semana baby banana debido a su alto contenido en potasio y nutrientes que contribuyen al fortalecimiento de sistema inmunológico y proporciona diferentes beneficios a la salud del ser humano.

4.- ¿De qué forma es consumida la banana baby/orito en su hogar?

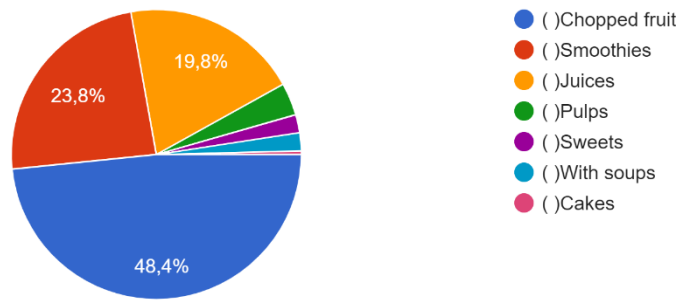
**Tabla 99.**

*Forma de consumo*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Fruta picada	120	48,40%
Batidos	59	23,80%
Jugos	49	19,80%
Pulpas	9	3,60%
Dulces	5	2%
Con sopas	5	2%
Tartas	1	0,40%
<b>Total</b>	<b>248</b>	<b>100%</b>

4.- How is the baby / orito banana consumed in your home?

248 respuestas



**Figura 39.** *Formas de consumo del producto a exportar*

En base a la *Figura 39* se puede apreciar que, el 48,4 % equivalente a 120 personas del segmento de mercado de la ciudad de Los Ángeles – California, consume baby banana en ensaladas de fruta o fruta picada, seguido de batidos y jugos debido a su alto contenido de nutrientes que contribuyen al fortalecimiento de sistema inmunológico y contribución a la salud del ser humano.

5.- ¿En qué lugares adquiere su familia la banana baby/orito?

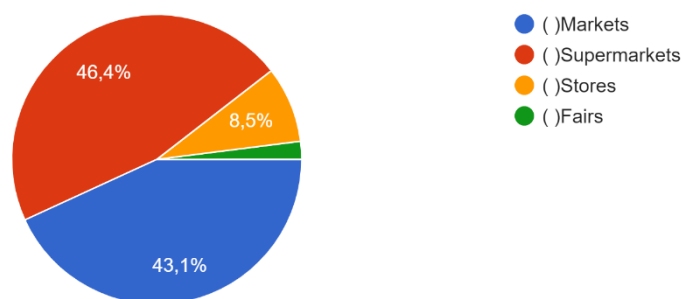
**Tabla 100.**

*Donde se adquiere el producto*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Mercados	107	43,10%
Supermercados	115	46,40%
Tiendas	21	8,50%
Ferias	5	2%
<b>Total</b>	<b>248</b>	<b>100%</b>

5.- What places does your family acquire the baby / orito banana?

248 respuestas



**Figura 40.** Lugares de distribución de banana bocadillo

En base a la *Figura 40* se puede apreciar que el 46.4 % equivalente a 115 personas, a partir de la muestra seleccionada del segmento de mercado de la ciudad de Los Ángeles – California, los cuales acuden frecuentemente a supermercados, después a mercados y tiendas para la adquisición de baby banana, cabe recalcar que el consumo es masivo por lo que el producto es cotizado en el estado de California con 51% de la fruta cosechada, Florida con 19% y Washington con 10%. Las importaciones representan más de un tercio del consumo, donde el estadounidense en promedio consume alrededor de 270 lb de frutas (frescas y procesadas) al año. Según The Statistics Portal, el consumo de bananas per cápita es en promedio 28,1 Lb. debe contar con todas las certificaciones y permisos de calidad del producto.

6.- ¿Conoce usted los nutrientes que tiene la banana baby/orito?

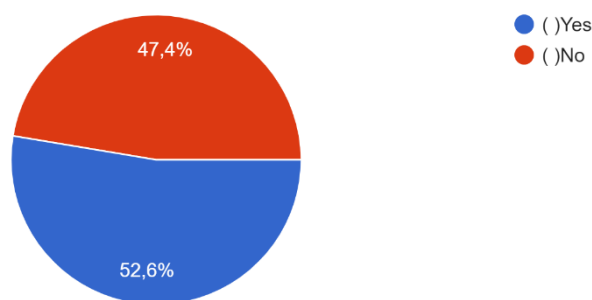
**Tabla 101.**

Nutrientes del banano orito

Opción	Frecuencia	Porcentaje
No	117	47,40%
Si	130	52,60%
<b>Total</b>	<b>247</b>	<b>100%</b>

6.- Do you know the nutrients that the baby / orito banana has?

247 respuestas



**Figura 41.** Conocimiento sobre los nutrientes de la banana baby

En base a la *Figura 41* se puede apreciar que, el 52.6 % equivalente a 130 respuestas a partir de la muestra seleccionada del mercado de la ciudad de Los Ángeles – California considerados clientes potenciales, si conoce los nutrientes de la baby banana, posee principalmente potasio para la contribución a la salud del consumidor estadounidense.

7.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un kilogramo de banana baby de calidad?

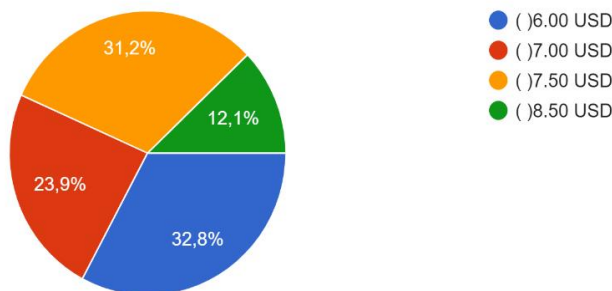
**Tabla 102.**

Precios del mercado

Opción	Frecuencia	Porcentaje
6,00 USD	81	32,80%
7,00 USD	59	23,90%
7,50 USD	77	31,20%
8,50 USD	30	12,10%
<b>Total</b>	<b>247</b>	<b>100%</b>

7.- How much would you be willing to pay for a kilogram of quality baby banana?

247 respuestas



**Figura 42.** Estimación de precio por kilogramo

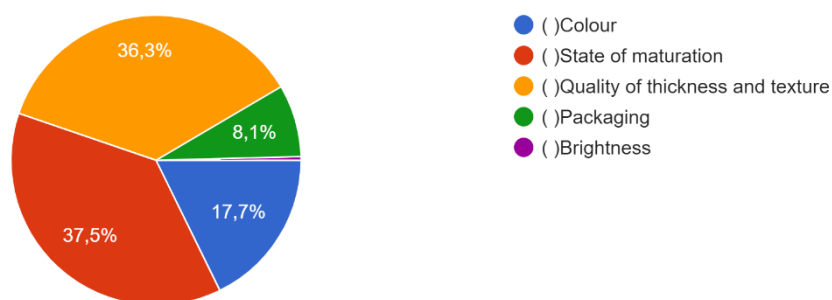
En base a la *Figura 42* se puede apreciar que, el 32.8 % equivalente a 81 personas, 31.2% equivalente a 77 personas a partir de la muestra de 240 encuestas dirigidas al mercado de Los Ángeles – California, como Walmart, Kroger, Hannaford, Coles, Harris y Sobeys, entre otros. El costo aproximado a nivel de supermercado en Estados Unidos oscila entre los \$6 y los de \$7,50 por kilo la productividad que tiene Ecuador es superior a los demás países que oferta este producto por lo que resulta beneficioso la exportación de este producto.

**8.- ¿Qué es lo que más le atrae al observar la banana baby/orito, para adquirirlo?**

**Tabla 103.**  
Atracción del producto

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Color	44	17,70%
Estado de maduración	93	37,50%
Calidad de grosor y contextura	90	36,30%
Empaque	20	8,10%
Brillo	1	0,40%
<b>Total</b>	<b>248</b>	<b>100%</b>

8.- What attracts you the most when you observe the baby banana / orito, to acquire it?  
248 respuestas



**Figura 43.** Poder de adquisición del banano bocadillo

En base a la *Figura 43* se puede apreciar que, el 37.5% equivalente a 93 personas a partir de la muestra del segmento de mercado de la ciudad de Los Ángeles – California considerados clientes potenciales, les gusta consumir y adquirirla fruta tropical a partir del estado de maduración, como también se observa un 36.3% que prefieren consumirlo por su calidad de grosor y contextura que tiene la baby banana se guía el consumidor estadounidense por la apariencia del producto según Heeltly foods y del país de origen.

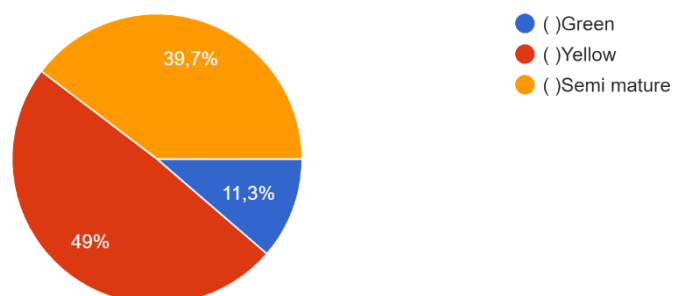
9.- ¿En qué estado le gusta consumir la banana baby en su hogar?

**Tabla 104.**  
Estado de consumo

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Verde	28	11,30%
Amarillo	121	49%
Semi maduro	98	39,70%
<b>Total</b>	<b>247</b>	<b>100%</b>

9.- What state do you like to consume the baby banana at home?

247 respuestas



**Figura 44.** Gustos y preferencias de consumo de banana baby

En base a la *Figura 44* se puede apreciar que, el 49 % equivalente a 121 personas, a partir de la muestra del segmento de mercado de la ciudad de Los Ángeles – California, consume baby banana amarilla, seguida del 39,7% equivalente a 98 personas que consumen plátano semi maduro y el restante demuestra que consumen plátano verde.

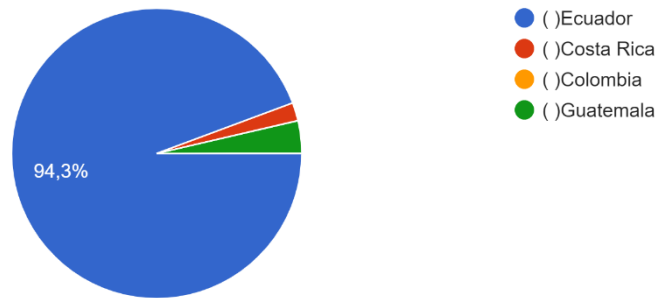
10.- ¿De qué país productor consume mayormente la banana baby/orito?

**Tabla 105.**  
País productor que consume

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Ecuador	233	94,40%
Costa Rica	0	0%
Colombia	5	2%
Guatemala	9	3,60%
<b>Total</b>	<b>247</b>	<b>100%</b>

10.- From which producer country does the baby / orito banana consume the most?

247 respuestas



**Figura 45.** País productor de banana bocadillo y preferencia

En base a la *Figura 45* se puede apreciar que el 94,40 % equivalente a 233 personas, a partir de la muestra del segmento de mercado de Los Ángeles – California, menciona el producto de preferencia es el ecuatoriano mayor país productor de banana baby, seguido de Guatemala y Costa Rica, tanto en esta especie como en la variedad Cavendish, son Ecuador, cuyo volumen se concentra más en Estados Unidos, y Colombia que destina la mayor parte de su producción a la Unión Europea.

**11.-** Aproximadamente, ¿cuántos kilogramos de banana baby consume usted en una semana?

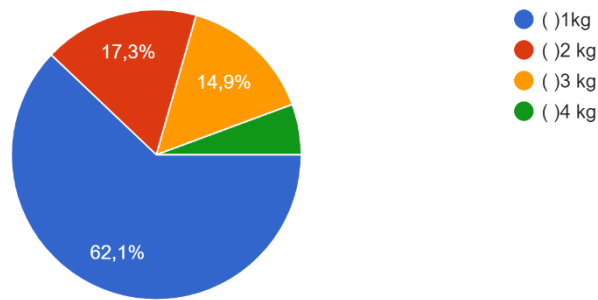
**Tabla 106.**

Consumo en kilogramos

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1 kg	154	62,10%
2 kg	43	17,40%
3 kg	37	14,90%
4 kg	14	5,60%
<b>Total</b>	<b>248</b>	<b>100%</b>

11.- Approximately, how many kilograms of baby banana do you consume in a week?

248 respuestas



**Figura 46.** Frecuencia de consumo semanal representado en kg.

En base a la *Figura 46* se puede apreciar que, el 62,10 % equivalente a 154 personas, a partir de la muestra del segmento de mercado seleccionado de Los Ángeles – California, consume aproximadamente 1kg de banana bocadillo en su hogar y el 17,3% consumen 2Kg de fruta tropical.

12.- ¿Cómo le gustaría que la empresa, oferte sus productos bananeros para la venta?

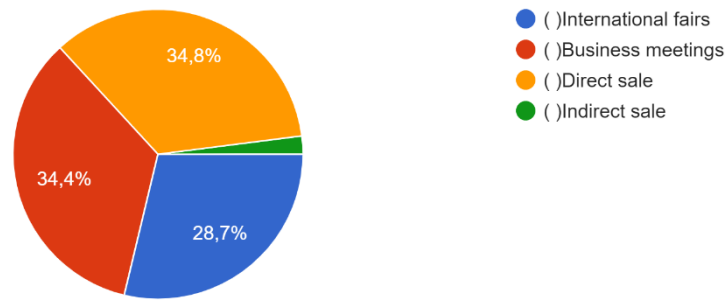
**Tabla 107.**

Oferta del producto

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Ferias internacionales	71	28,70%
Ruedas de negocios	85	34,40%
Venta directa	86	34,90%
Venta indirecta	5	2%
<b>Total</b>	<b>247</b>	<b>100%</b>

12.- How would you like the company to offer its banana products for sale?

247 respuestas



**Figura 47.** *Métodos de exhibición y oferta de la banana baby*

En base a la *Figura 47* se puede apreciar que, el 34.80% equivalente a 86 personas prefieren la venta directa, seguido de un porcentaje de 34,4 % que prefieren las ruedas de negocios y un 28,7 que prefieren que se oferte el producto mediante ferias internacionales, a partir de la muestra seleccionada del mercado de la ciudad de Los Ángeles – California, considerados clientes potenciales por gustos y preferencias se afirma que el consumidor estadounidense se enfoca principalmente en adquirir productos con propiedades nutricionales que beneficien su salud, aprecia los productos FAIR TRADE y orgánicos por lo que se está incrementando la tendencia a comprar esos productos en los últimos años.

## 4.2. Discusión

Previo acceso a mercados internacionales las MIPYMES del Ecuador (micro, pequeñas y medianas empresas), dedicadas a la producción y elaboración de bienes primarios de calidad y con valor agregado, deben tener pleno conocimiento de los requisitos legales y técnicos que exige el comercio exterior, cadenas de frío, canales de distribución, logística, términos de negociación y métodos de entrada a mercados extranjeros, (...). La Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del Sol (ASOPROTS) del cantón La Maná de la provincia del Cotopaxi, es una sociedad agrícola conformada jurídicamente para emprender e ingresar a los mercados internacionales, realiza exportaciones a China y Colombia de manera tradicional, pero desconocen las oportunidades de negocios internacionales que puede ofertar países como Estados Unidos de América, Alemania, países que conforman la Unión Europea, entre otros, por ende a través de este estudio se determina los posibles mercados potenciales para fortalecer el fomento a las exportaciones, empleo e inversión extranjera directa. La internacionalización empresarial es el foco para el crecimiento económico y la competitividad del Ecuador, proceso por el cual las sociedades crean y adoptan condiciones necesarias para salir al mercado internacional, evaluando sus factores socioeconómicos, culturales, legales, política comercial, en lo que respecta al estudio de mercado, consecuentemente estudio técnico y la evaluación económica financiera, dando sustento a una posible inversión certera y eficaz.

Continuando con el proceso de investigación, se determinó los tres principales países objeto de oportunidad de mercado internacional, tales como, *Estados Unidos de América, Bélgica y Alemania* determinados a través de TRADEMAP, COBUS GROUP, SANTANDER TRADE, SOLUCIÓN COMERCIAL INTEGRADA MUNDIAL – WITS, (...), para cumplir con los objetivos planteados en la investigación de campo.

La Filosofía denominada *Teoría de la Ventaja Comparativa de David Ricardo*, establece que, es la capacidad de una persona, empresa o país para producir un bien utilizando relativamente menos recursos que otro, es uno de los fundamentos básicos del comercio internacional asume como factores decisivos los costos relativos de producción y no los absolutos, en otras palabras, las naciones producen bienes que le supone un costo relativo más bajo respecto al resto del mundo. Las economías deben de especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes que pueden fabricar o producir a costos relativamente más bajos, producción más eficiente. Aunque un país no tenga ventaja absoluta al producir algún bien o servicio, podrá especializarse en aquellas mercancías en las que encuentre una ventaja

comparativa mayor y poder participar finalmente en el mercado internacional, en ese sentido puede potenciar su comercio exterior. (Sánchez, 2020, párr. 5)

En este contexto, ASOPROTS de banano orito del cantón La Maná de la provincia de Cotopaxi, *mantiene Ventaja Comparativa* en relación a otros países productores de banano orito, esta filosofía es aplicable ya que el agricultor de la zona cálida del Ecuador se especializa en la producción de banano orito y plátano de la variedad Cavendish Valery para la exportación, por ende se perfecciona los procesos productivos adoptando tecnologías para reducir costos de la unidad comercial comparando el precio referencial del resto de países productores de este producto objeto de estudio, de igual manera, ASOPROTS cumple con un producto de calidad, grosor, color, comparando el grado de eficiencia en sus procesos productivos del sector bananero.

Ibarra (2020), en su artículo científico denominado: *Análisis de las Exportaciones de Banano en el Marco Comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea* confirma a partir del 1 de enero de 2017, entró en vigor el Acuerdo Comercial Multipartes (ACM) entre la Unión Europea y Ecuador. El objetivo de la investigación es analizar variación en las exportaciones de banano y sus elaborados por la firma de (ACM). En Ecuador el cultivo de banano es el principal producto de exportación en conjunto con la cría de camarón de allí la importancia de la investigación. Para este análisis se utilizó el programa estadístico Infostat, se utilizó una regresión lineal simple para pronosticar el 2019 las exportaciones de banano hacia la UE. Se utilizó datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería. El análisis identificó que existe un crecimiento de las exportaciones de banano entre UE y Ecuador por la firma del (ACM) del 19,5% considerando y comparando las medias entre estos dos períodos. Desde el 2020 los exportadores de banano ecuatorianos pueden competir en igualdad de condiciones con sus principales competidores: Colombia, Perú y Costa Rica, en la exportación de banano hacia la (UE). Con el nuevo Acuerdo Comercial con ese bloque, el arancel ha ido disminuyendo de tal manera en el 2017 fue de 97 euros por tonelada métrica; en 2018, 90; en 2019, 83; y en este año, 75 euros. Aumentando de esta manera la competitividad. (Ibarra, 2020, p. 1)

En base a la investigación de campo denominada *“La demanda internacional del banano bocadillo (orito) y la oferta exportable de la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del Sol La Maná – Cotopaxi”*, se determinó que los principales mercados importadores de la fruta tropical banano bocadillo son EE.UU., Bélgica, Alemania, Japón y Rusia, según fuente de TRADEMAP EE.UU. importó durante el año 2019 un total de 4,676,916 toneladas métricas (TM) con un valor monetario aproximado de \$2,529,032 para los diferentes que

realizan comercio de banana con el gigante norteamericano, seguido por Bélgica importó 1,056,260 TM con un aproximado valor monetario de \$1,145,901 y finalmente Alemania con una importación de 939,406 TM con un valor de \$1,271,771. Es de vital importancia resaltar que los principales países considerados como competencia para el Ecuador a nivel internacional productores de banana bocadillo son Guatemala, Costa Rica, Colombia; el Ecuador es líder mundial en la exportación y producción de plátano y banana. En el contexto de política comercial se mantiene vigente un Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea liberando el 99,7% de la oferta exportable del Ecuador en los productos agrícolas y del 100% de los productos industriales ecuatorianos, y el Sistema Generalizado de Preferencias con los EE. UU.

Según información del Banco Central del Ecuador, las importaciones y exportaciones de bienes primarios mostraron varianza durante el año 2020, en dónde el Covid – 19 tuvo incidencia en el intercambio comercial; las exportaciones de bienes y servicios disminuyeron 15,7% respecto al segundo trimestre de 2019. Cabe destacar que, pese al impacto del covid-19 en el contexto internacional, algunos productos ecuatorianos tuvieron un desempeño positivo en sus ventas externas anuales: camarón elaborado, 8,1%; banano, café y cacao, de 3,2%; otros productos alimenticios diversos, de 0,2%, entre otros. En cuanto a las importaciones, estas decrecieron en 20,8%. Entre los productos que presentaron una mayor caída destacan: aceites refinados de petróleo, -22,6%; productos químicos básicos, -11,7%; maquinaria, equipo y aparatos eléctricos, -18,5% y productos de metales comunes, -5,8%. (BCE, 2020, párr. 3)

Oscar Ruano (2020) actual Gobernador de la provincia del Carchi y Especialista Sectorial de la Zona 1 – PROECUADOR, afirma que, ASOPROTS al ser una asociación ya conformada debe de enfocarse a ingresar a nuevos mercados internacionales, no solo pensar en exportar banano orito como fruta tropical sino también encaminar su proceso productivo a la industrialización del producto para la agregación de valor, es de vital importancia mencionar que el perfil del consumidor extranjero es muy exigente en contenido nutricional y valor agregado, tales como, puré de banana, snacks de banana, banana deshidratada, chips de banana, pulpa de banana, (...). Uno de los principales mercados destino consolidado como bloque económico es la Unión Europea conformada por 27 países con potencial económico y un adecuado poder adquisitivo y una moneda fuerte en el mercado de divisas; por otro lado un gran socio estratégico para el crecimiento económico del Ecuador es Estados Unidos de América (EE.UU.), debido a que la mayoría de exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales son para el consumo estadounidense, con una población activa más representativa

a otros países; es indispensable mencionar que el mercado estadounidense es sumamente estricto en calidad del producto, FOOD AND DRUG ADMINISTRATION (FDA) es la institución estatal encargada de examinar, evaluar y aprobar una amplia gama de productos para uso médico, incluyendo fármacos, dispositivos médicos, alimentos, cosméticos y muchos otros productos relacionados con la salud, responsable de proteger la salud pública y abastecimiento del país norteamericano. Un producto ecuatoriano previo ingreso a EE.UU., debe de ser de calidad, buena presentación cumpliendo con la certificación internacional que se exige tales como, certificaciones sociales: FAIRTRADE, certificación ambiental: GLOBALG.A.P., ISO 14001, certificación orgánica: USDA ORGANIC, certificación de inocuidad: BPM, HACCP, ISO; de igual forma en el Ecuador se debe de cumplir con certificación otorgada por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), certificación fito y zoonosanitarios y el aporte de la Alianza para el emprendimiento e innovación del Ecuador (AEI), red de actores públicos – privados y academia encargados de fomentar el emprendimiento e innovación del país.

Alex Cañas (2020), actual Secretario General de la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del Sol – ASOPROTS, establece que la sociedad conformada a los 30 días del mes de julio del año 2015 en el cantón La Maná provincia del Cotopaxi, está conformada por 11 productores agropecuarios de banano, arroz, café, cacao y maíz, cada socio aportó con un capital inicial de \$1.062 dólares americanos, en el contexto de conformación empresarial por un lado, por otro lado enfocado a la exportación e ingreso a mercados internacionales, la sociedad productora de banana bocadillo ha realizado negociaciones con China y Colombia, desconociendo las oportunidades de negocios que generan otros países tales como los EE.UU., Bélgica y Alemania. ASOPROTS se consolidó como exportador indirecto desde el año 2017 pero con el transcurso del tiempo las ventas han demostrado decremento por diferentes factores, certificación internacional, calidad, plagas, pérdidas de cultivos, (...), el gobierno ecuatoriano no apoya directamente al productor, por el contrario las instituciones del Estado deben fomentar las buenas prácticas agrícolas y de manufactura, otorgar créditos ágiles y factibles con bajas tasas de interés, capacitaciones constantes por parte de AGROCALIDAD, Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), para así mantener una adecuada comunicación y entendimiento de los que exige el mercado internacional.

En base a lo expuesto, en primer lugar los productores agropecuarios del Ecuador deben de recibir capacitaciones constantes en temas vinculados a certificación internacional por parte de PROECUADOR y AGROCALIDAD, y gestionar ante los organismos competentes para la

certificación social, ambiental, orgánica e inocuidad alimentaria; en segundo lugar la asociación debe tener pleno conocimiento sobre las oportunidades de mercados internacionales que generan otras economías, el perfil del consumidor estadounidense y sus características, las tendencias de consumo.

En cumplimiento del objetivo específico número dos, diagnosticar la situación de la demanda internacional de banano bocadillo orito y la oferta exportable de la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del Sol, los principales mercados demandantes de la banana bocadillo son Estados Unidos de América, Bélgica, Alemania, China, Japón, Rusia, Países Bajos, Reino Unido, Francia; esta información fue recolectada a través de la base de datos consolidada en TRADEMAP, PROECUADOR, USITC DATAWEB, SANTANDER TRADE. Finalmente, considerando la ponderación POAM, EE. UU. es el país más elevado en ponderación dando un resultado de 2,36 puntos considerando las oportunidades de amenazas del medio, es necesario resaltar que el segmento de mercado seleccionado es Los Ángeles – California como mayor consumidor de fruta tropical, banano bocadillo, a través de la ponderación de los factores socioeconómicos, políticos, legales, demográficos, geográficos y culturales en comparación con Alemania y Bélgica.

Respecto al tercer objetivo, se realizó el estudio técnico y la evaluación económica financiera para ASOPROTS asociación bananera, en el aspecto técnico se detalla la ingeniería del proyecto, la maquinaria óptima para el proceso y adecuada manipulación del banano bocadillo, adecuada estructura organizacional, misión, visión y objetivos, FODA diseñado por el investigador para mejorar la imagen estratégica de la sociedad bananera y el cálculo del P.V.P. diseñado en base a los términos de negociación INCOTERMS 2020. Ahora bien, en el aspecto económico financiero se establece información contable proporcionada por ASOPROTS, encontramos la inversión inicial dando un total de \$283.105,00; los activos fijos están constituidos por edificios e infraestructura por un valor de \$230.000,00, maquinaria y equipo \$33.054,00, muebles y enseres \$2.049,00, equipo de cómputo \$4.090,00, dando un total de activos fijos \$269.193,00; previo análisis del estado de resultados se puede apreciar que para el año 1 se tiene una estimación de ventas de \$705.969,85 dólares americanos y un aproximado de 67600 unidades comerciales a un P.V.P. de \$10,44, dejando una utilidad neta para la asociación bananera de \$100.844,03 durante el primer año de exportación al mercado de Los Ángeles – California.

En relación con los indicadores financieros se pudo determinar que el período de recuperación de la inversión es en 2 años 11 meses, considerando los \$283.105,00 de inicial,

con un VAN equivalente a \$133.379,71 este valor es una estimación de la rentabilidad del proyecto a mercado estadounidense, la TIR debe de ser superior a la TMAR (10%), si es menor difícilmente se podrá conseguir inversores, y para el caso de ASOPROTS tiene una TIR equivalente al 27% y por ende este proyecto es viable puesto a que la inversión se la recupera en el segundo año y 11 meses de exportación, la relación costo beneficio (B/C) es de \$ 1,47 es decir por cada dólar invertido se gana \$0.47 centavos de dólar. Es necesario recalcar que la información propuesta es una estimación numérica diseñada en base a información oficial entregada por ASOPROTS, previo análisis para una posible inversión empresarial.

En base a la oferta exportable y la demanda internacional de banana bocadillo bajo fracción arancelaria 08.03.90.12, se tiene información básica sobre los principales países importadores y exportadores del producto del caso de estudio, así como las principales empresas competencia a nivel nacional.

Finalmente es indispensable mencionar que la propuesta de valor se sustenta en el diseño del estudio de mercado, técnico y evaluación económica – financiera, cabe aclarar que ASOPROTS desconoce métodos de entrada a mercado internacional, normas técnicas, sanitarias y fitosanitarias, beneficios de contar certificación de origen si se cuenta con acuerdos comerciales o preferenciales, fuentes de información cuantitativa y cualitativa para una posterior investigación empresarial.

## V. Conclusiones y Recomendaciones

### 5.1. Conclusiones

- A través de la recolección de información cuantitativa de TRADEMAP, SANTANDER TRADE, guías logísticas y comerciales de PROECUADOR, USITC DATAWEB, Banco Mundial (BM), se determinó los tres principales países importadores de banana bocadillo bajo fracción arancelaria 08.03.90. del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA), en la cual se destaca Estados Unidos de América – EE. UU., Bélgica y Alemania.
- En base al diseño de la matriz POAM, se determinó que el mercado internacional óptimo para realizar negocios es el de EE. UU., dado que favorece la ponderación de valor y es el más elevado en comparación con los dos países seleccionados para el caso de estudio, dando un total de 2.36 puntos considerando las oportunidades de amenazas del medio.
- La banana bocadillo/orito ecuatoriano debe de cumplir protocolos de calidad y certificación internacional previo ingreso al mercado norteamericano, tales como, ARCSA, HACCP, INEN, GLOBALG.A.P., FAIRTRADE, USDA ORGANIC, BPM; a ser controlada y verificada por parte de U.S. FOOD AND DRUG ADMINISTRATION.
- Los principales países proveedores/exportadores de banana a nivel mundial son: Ecuador, Guatemala, Costa Rica, Colombia, Países Bajos; el Ecuador es líder en la exportación de banana y plátano, durante los años 2016 hasta el 2020 hizo una venta a mercados extranjeros de un aproximado de 31.681.196 TM, con un ingreso fiscal de \$14,649,086 dólares americanos.
- Se seleccionó el PEA de Los Ángeles – California como segmento de mercado para la recolección de información primaria a través de una encuesta estándar, debido a que es el Estado con mayor número de habitantes de los EE. UU., y por ende, el perfil del consumidor estadounidense es consumir productos naturales con alto contenido nutricional.
- En cuanto a la fijación del P.V.P. se elaboró una estimación del precio en base a los términos de negociación (INCOTERMS 2020), considerando los costos de producción y gastos operacionales para llegar a un precio EXW, y por consiguiente llegar a DDP, el precio oscila aproximadamente \$10,44 por caja comercial de 8.4kg de peso bruto de banano bocadillo, cada kg en mercados estadounidenses se vende en \$1,24.

- En base a la evaluación económica – financiera de ASOPROTS se determinó que el proyecto es factible desarrollar, puesto a que presenta un Valor Actual Neto (VAN) equivalente a \$133.379,71, este valor representa una estimación de la rentabilidad del proyecto, y una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 27%, con un periodo de recuperación de la inversión, en donde la inversión es recuperable en el segundo año y 11 meses, considerando los \$283.105,00 de la inversión inicial, vale mencionar que la inversión se la debe de recuperar en menos de tres años.
- El método de ingreso a mercado internacional que se ha seleccionado para ASOPROTS es la exportación indirecta, en donde la asociación vende sus productos a través de otras empresas, agencias o intermediarios independientes ubicados en el Ecuador, debido a que desconoce la ruta logística para distribuir la banana baby, hasta llegar al puerto destino de Long Beach de Los Ángeles, y para el caso de estudio es WOPTRADING – WP empresa dedicada a la internacionalización empresarial del Ecuador en cooperación con PROECUADOR.

## 5.2. Recomendaciones

- Es necesario que ASOPROTS no solo exporte la fruta de manera tradicional, sino también agregue valor a su producto e innovación para ser más competitivos, existe gran variedad de derivados de la banana bocadillo tales como, snacks, pulpas, banana deshidratada, chifles, puré, con un adecuado envase amigable con el medio ambiente cumpliendo los requisitos de los mercados internacionales.
- Se recomienda que las instituciones estatales encargadas del adecuado manejo de cultivos para obtener un producto de calidad realicen capacitaciones constantes sobre normas técnicas y legales que exigen los mercados internacionales, métodos de ingreso, barreras arancelarias y no arancelarias, beneficios de acuerdos comerciales y certificaciones necesarias para su proceso de cultivo y producción.
- ASOPROTS y otras sociedades bananeras debe de tomar esta investigación de campo como un antecedente para ingresar a mercados internacionales para la exportación de banana bocadillo, de igual manera, la investigación fomenta la sociedad agropecuaria para enfrentar la demanda insatisfecha del mercado norteamericano debido a que es una de las economías más grande en población del mundo.
- El emprendedor ecuatoriano debe de conocer que existen diferentes métodos de ingreso a mercados internacionales, entre los cuales se destacan la exportación indirecta, directa, concertada, compensada y productiva. Para el caso de estudio se seleccionó la exportación indirecta.
- Las MIPYMES del Ecuador deben de identificar las principales fuentes de información sobre datos cuantitativos y cualitativos de los mercados internacionales, tales como, TRADEMAP, SANTANDER TRADE, Banco Central del Ecuador, COBUS GROUP, guías logísticas y comerciales de PROECUADOR.
- Se recomienda hacer el buen uso de los términos de negociación – INCOTERMS 2020, con la finalidad de delimitar las responsabilidades y obligaciones que tienen el importador o exportador durante una transacción comercial, a fin de evitar malentendidos y que la negociación fracase por desconocimiento.
- Es indispensable que el producto a ser exportado cumpla con todos los sellos obligatorios y la información nutricional en el formato exigido, para evitar que la autoridad aduanera retenga la mercancía y se vaya a destrucción o se la reembarque en las mismas condiciones. La etiqueta, envase, empaque y embalaje deben de estar acorde al mercado internacional que se pretende ingresar.

- Es necesario que ASOPROTS destine recursos para la creación de una estrategia comercial, a fin de dar a conocer de manera digital sus productos y proceso productivo, a través de esta estrategia la asociación tendrá mayor oportunidad de generar negocios con clientes internacionales y atracción de capital.

#### IV. Referencias Bibliográficas

- AGENTCOMEXEC. (2020). Los 11 términos de los Incoterms 2020. Obtenido de <https://agentcomexec.com/los-11-terminos-de-los-incoterms-2020/>
- AGROCALIDAD. (2020). Política de Calidad. Obtenido de <https://www.agrocalidad.gob.ec/>
- Aguirre, C. (2018). La contribución de Paul Krugman a la disciplina económica y su impacto en el que hacer global. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2014/02/24/contribucion-paul-krugman-disciplinaeconomica/#:~:text=Paul%20Krugman%20sostiene%20que%20parte,de%20econom%C3%ADas%20de%20escala%20crecientes.>
- Alicia Moreno, D. N. (2016). Teorías del Comercio Internacional. Ecuador: Banco Central del Ecuador (BCE).
- Altamirano, H., Guffanti, M., Llerena, L., & Solís, O. (2018). Estudio de los Procesos de Industrialización de la mora de castilla (RUBUS GLAUCUS BENTH) y su incidencia en la Innovación de productos , en la Asociación de Trabajadores Agrícolas Trabajo y desarrollo. Caribeña de Ciencias Sociales, 12.
- Altamirano, H., Guffanti, M., Llerena, L., Solís, O., & Gavilanes, Á. (2018). Estudio de los procesos de industrialización de la mora de castilla (rubus glaucus benth) y su incidencia en la innovación de productos, en la asociación de trabajadores agrícolas trabajo y desarrollo. Revista Caribeña de Ciencias Sociales, 35. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/index.html/caribe/2018/03/mora-castilla.html>
- ARAPACK. (2020). Obtenido de <https://www.arapack.com/envase-primario-secundario-y-terciario-conoces-la-diferencia/#:~:text=El%20primario%20es%20el%20que,cantidades%20del%20mismo%20con%20seguridad.>
- Baca, G. (2013). Evaluación de Proyectos . México : Séptima edición .
- Baca, U. (2020). Envase, empaque y embalaje. Obtenido de <http://www.packsys.com/blog/envase-empaque-embalaje/#:~:text=Sirve%20para%20transportar%20la%20mercanc%C3%ADa,peque%C3%B1as%20puede%20ser%20un%20empaque.>
- Baquero, E. G. (2016). Localización empresarial y globalización.

- CERESECUADOR. (2018). Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social. Obtenido de <http://ceresecuador-cert.com/contact/certificacion-organica/obligaciones-contractuales/>
- DEBITOOR. (2020). Flujo de efectivo . Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/definicion-flujo-efectivo>
- ECONOMIPEDIA. (2020). Balanza comercial. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/balanza-comercial.html>
- Espinosa, R. (2020). La matriz de análisis DAFO (FODA). Obtenido de <https://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda>
- Exportador, D. (2017). Diario el Exportador . Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2017/08/cual-es-la-mejor-exportacion-indirecta.html#>
- FAO. (2020). Análisis del mercado del Banano-2019.
- FDA. (2020). El etiquetado de alimentos en Estados Unidos. Obtenido de <https://www.testa.tv/easyblog/entry/el-etiquetado-de-alimentos-en-estados-unidos-lo-que-necesitas-saber-para-exportar.html#:~:text=El%20etiquetado%20de%20alimentos%20en%20Estados%20Unidos%20est%20regulado%20por,Fair%20Packaging%20and%20Labelling%20A>
- FMI. (2018). La globalización permite elevar el crecimiento potencial .
- Franco, M. (2019). Las exportaciones de frutas no tradicionales a la Unión. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/40533/1/T-FRANCO%20TORRES%20MARIA%20BELEN.pdf>
- García Saltos, M. B. (2016). Estudio de Eslabones de la Cadena de Valor del Banano en la Provincia de El Oro.
- Giner, G. (2020). Canales de distribución, ¿cuál es el adecuado para tu negocio? Obtenido de <https://br.escueladenegociosydireccion.com/business/emprendedores/canales-de-distribucion-cual-es-el-adecuado-para-tu-negocio/>
- Gómez, G. (2020). Los estados financieros básicos. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/estados-financieros-basicos/>

- Gonzales, S., & Cepeda, K. (2018). Plan de exportación de mora de castilla para la asociación de “Productores de mora Guantug Cruz” hacia el mercado de Barcelona-España. Guayaquil, Ecuador.
- Granel, M. (2020). ¿Cómo calcular el valor presente neto? Obtenido de <https://www.rankia.cl/blog/analisis-ipsa/3892041-como-calcular-valor-presente-neto-ejemplos>
- Gustavo, S., & Bonilla, E. (2015). Producción, Comercio y Potencialidades, de la mora colombiana en el Mercado Internacional. Centro de Investigación y Competitividad Empresarial, 11.
- Helmut, & Corvo. (2019). Lifeder. Obtenido de <https://www.lifeder.com/canales-distribucion/>
- Ibarra, A. (2020). Análisis de las exportaciones de banano en el marco comercial multipartes entre Ecuador y la Unión Europea.
- iContainers. (2020). Guía de los distintos tipos de contenedores marítimos y sus dimensiones. Obtenido de Guía de los distintos tipos de contenedores marítimos y sus dimensiones
- IFP. (2018). Globalización y Comercio Internacional . Obtenido de <https://www.ifp.es/blog/globalizacion-y-comercio-internacional>
- Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias . (2016). Fortalecimiento de pequeños productores de banano orgánico; integración de actores, Manejo sostenible de plagas y Estrategias de salud de suelos.
- LOGÍSTICA. (2020). Cubicaje: distribución a bajo costo. Obtenido de <http://www.logisticamx.enfasis.com/articulos/72752-cubicaje-distribucion-costo#:~:text=A%20manera%20de%20conclusi%C3%B3n%20puede,todo%20tiempo%20de%20transporte%20tiene>
- LOGÍSTICA. (2020). El cubicaje y su efecto para la logística. Obtenido de <https://www.ld.com.mx/blog/noticias/cubicaje-y-efecto-para-la-logistica/#:~:text=Tiene%20como%20objetivo%20llevar%20la,la%20rentabilidad%20de%20las%20inversiones.>
- LONGBEACH. (2019). Puerto de Long Beach Estados Unidos. Obtenido de <https://comercioexterior.la/puertos-maritimos/estados-unidos/puerto-de-long-beach/>

- Mata, M. (2018). PROECUADOR . Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/frutas-y-vegetales-frescos-de-ecuador-generan-usd-2-8-millones-en-expectativas-de-ventas-en-nueva-york/>
- Mayorga, J., & Martínez, C. (2017). Paul Krugman y el nuevo Comercio Internacional. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4547087#:~:text=De%20donde%20parten%20las%20teor%C3%ADas,internacional%20a%20las%20diferencias%20entre>
- Mendoza, E. (2017). Análisis de Oferta y Demanda del Banano en la provincia de El Oro y Ecuador en los últimos ocho años.
- Montenegro, M., & Moreira, G. (2017). Estudio de Factibilidad para la producción de pulpa de mora y su comercialización en Carchi e Imbabura”. Tulcán, Carchi, Ecuador.
- Mulder, N., & Pellandra, A. (2017). La innovación exportadora en las pequeñas y medianas empresas programa de apoyo y financiamiento en America Latina. Comercio Internacional, 38.
- Mundial, B. (2020). Consejo Nacional de Competitividad . Obtenido de <http://www.competitividad.org.do/wp-content/uploads/2018/07/%C3%8Dndice-de-Desempe%C3%B1o-Log%C3%ADstico-2018-Final.pdf>
- Naranjo, P., Taco, C., & López, O. (2016). Cadenas integrales productivas para producción de mora Integral. Ciencia Unemi, 9.
- Navarro, G., Manuel, M., & Ramón, B. (2016). El compromiso, recursos, emprendimiento exportador y resultados empresariales . Revista de Administração de Empresas | FGV EAESP, 13.
- Nelly Freire, L. J. (2015). Desarrollo de un proyecto de exportación de orito orgánico, con la finalidad de impulsar la marca ecuatoriana al mercado asiático.
- Nicolás Cruz, H. C. (2016). Propagación in vitro del cultivar de banano Orito ( Musa acuminata AA).
- Niño, V. (2011). Metodología de la Investigación. Bogotá.
- Palmieri, F. (2019). Repensando las teorías del comercio internacional. Argentina: Instituto de Estrategia Internacional.

- Pesca, M. d. (2020). Acuerdo Comercial Ecuador – Unión Europea. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/acuerdo-comercial-ecuador-union-europea/>
- PROECUADOR. (2017). Perfil logístico - Alemania . Obtenido de [file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/PROEC\\_PL2017\\_ALEMANIA\\_MARZO.pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/PROEC_PL2017_ALEMANIA_MARZO.pdf)
- PROECUADOR. (2018). PROECUADOR . Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/frutas-y-vegetales-frescos-de-ecuador-generan-usd-2-8-millones-en-expectativas-de-ventas-en-nueva-york/>
- PROECUADOR. (2019). Guia comercial de Estados Unidos . Obtenido de [file:///C:/Users/MODULARTE/Desktop/PROEC\\_GC2019\\_EEUU%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/MODULARTE/Desktop/PROEC_GC2019_EEUU%20(1).pdf)
- Ramírez, C. (2015). Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura - Ecuador . Tulcán .
- Reyes, M. (2018). Unidad académica de ciencias empresariales. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12647/1/ECUACE-2018-AE-CD00342.pdf>
- Rodríguez, J. (2020). Importancia del embalaje para productos de exportación . Obtenido de <http://www.elempaque.com/temas/Importancia-del-embalaje-para-productos-de-exportacion+4038768>
- Rueda, J. (2020). Riesgo país. Obtenido de <https://www.sabermassermas.com/que-riesgo-pais-como-afecta/>
- Sánchez, J. (2020). Ventaja comparativa. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-comparativa.html>
- SENAE. (2020). EXPORTACIÓN. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- Steinberg, F. (2015). La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica. Madrid: eumet.
- TASTY. (2018). FOOD & WINES . Obtenido de <http://tastyfoodandwine.es/perfil-consumidor-de-estados-unidos/>
- Terán, D. (2018). Análisis del proceso Logístico y su incidencia en la exportación de Banano de la Compañía Jorcorp S.A.
- TIBA. (2020). Incoterms 2020. Obtenido de <https://www.tibagroup.com/blog/incoterms-2020?lang=es>

Universidad De Valencia. (2016). Internacionalización, Métodos de Entrada a Mercados Internacionales . Métodos de Entrada , 10.

Vásquez, R. (2019). Flujo de efectivo. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-efectivo.html>

Verdugo, N., & Andrade , V. (2018). Productos tradicionales y no tradicionales del Ecuador: Posicionamiento y eficiencia en el mercado internacional para el periodo 2013 - 2017. Obtenido de [http://ojs.supercias.gob.ec/index.php/X-pedientes\\_Economicos/article/view/43](http://ojs.supercias.gob.ec/index.php/X-pedientes_Economicos/article/view/43)

WINTER. (2020). The Winter Fancy Food Show. Obtenido de <https://www.specialtyfood.com/shows-events/winter-fancy-food-show/>

York, O. N. (2017). PROECUADOR . Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/la-seccion-de-comida-congelada-esta-de-moda-en-el-mercado-estadounidense/>

## V. Anexos

### Anexo 1 Acta de Sustentación de Predefensa



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**  
**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**  
**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL**

## ACTA

### DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

**NOMBRE:** Otavalo Cuaical Jessica Alejandra **CÉDULA DE IDENTIDAD:** 040176954-2  
**NIVEL/PARALELO:** EGRESADA **PERIODO ACADÉMICO:** NOV 2020-MAR 2021

**TEMA DE INVESTIGACIÓN:** “La demanda internacional del banano bocadillo (orito) y la oferta exportable de la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del Sol La Maná – Cotopaxi.”

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

**PRESIDENTE:** MSC. MERA RODRÍGUEZ WILLINGTON GERARDO  
**LECTOR:** MSC. LOPEZ CADENA JULIO IVÁN  
**ASESOR:** MSC. VALLEJO AYALA JOSÉ LUIS

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

**EDIFICIO DE AULAS:** 0 **AULA:** 0  
**FECHA:** lunes, 15 de marzo de 2021  
**HORA:** 11H00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la pre defensa: 5,80  
2) Trabajo escrito 2,90  
**Nota final de PRE DEFENSA 8,70**

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **lunes, 15 de marzo de 2021**

WILLINGTON GERARDO MERA RODRIGUEZ  
Firmado digitalmente por WILLINGTON GERARDO MERA RODRIGUEZ  
Fecha: 2021.03.15 12:11:06 -05'00'

MSC. MERA RODRÍGUEZ WILLINGTON GERARDO

**PRESIDENTE**

Firmado electrónicamente por:  
  
**JOSE LUIS VALLEJO**

MSC. VALLEJO AYALA JOSÉ LUIS

**TUTOR**

JULIO IVAN LOPEZ  
Firmado digitalmente por JULIO IVAN LOPEZ CADENA

Fecha: 2021.03.22

CADENA 19:47:48 -05'00'

MSC. LOPEZ CADENA JULIO IVÁN

**LECTOR**

Adj.: Observaciones y recomendaciones

## Anexo 2 Carta de compromiso con la empresa



Cotopaxi, 20 de Septiembre del 2018

### CERTIFICADO

Por medio de la presente, me permito manifestar la aceptación para que la Srta. **Jessica Alejandra Otavalo Cuaical C.I 040176954-2**, estudiante de la **Universidad Politécnica Estatal del Carchi** en la especialidad de **Ingeniería de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional**, pueda realizar en nuestra empresa su investigación de tesis titulada: "La demanda internacional del banano bocadillo (orito) y la oferta exportable de la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del Sol La Maná – Cotopaxi"; así mismo me comprometo a otorgar la información necesaria para la sustentación de su proyecto de titulación.

La interesada puede hacer uso del presente documento en lo que estimare conveniente.

Atentamente,



Ing. Alex Cañas  
C.I 1891764401

GERENTE PROPIETARIO DE ASOPROTS

RUC.: 1891764401001 - Dir.: Av. 19 de Mayo entre Pastaza y Libertad.  
Teléfono: 0993111166 - 0990183737 - 0990813112  
Email.: asoprotierrasol@gmail.com - shirleyct2007@hotmail.com - latinsoul.alex6@outlook.com  
La Maná - Cotopaxi - Ecuador

Scanned by TapScanner

### Anexo 3 Certificado del abstract por parte de idiomas



## UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

<b>ABSTRACT- EVALUATION SHEET</b>				
<b>NAME:</b> Jéssica Alejandra Otavalo Cuaical <b>DATE:</b> 16 de marzo de 2021				
<b>TOPIC:</b> "LA DEMANDA INTERNACIONAL DEL BANANO BOCADILLO (ORITO) Y LA OFERTA EXPORTABLE DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA TIERRA DEL SOL LA MANÁ – COTOPAXI"				
<b>MARKS AWARDED</b>		<b>QUANTITATIVE AND QUALITATIVE</b>		
<b>VOCABULARY AND WORD USE</b>	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>WRITING COHESION</b>	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>ARGUMENT</b>	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>CREATIVITY</b>	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>SCIENTIFIC SUSTAINABILITY</b>	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>TOTAL/AVERAGE</b>	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED		<b>TOTAL 9</b>	



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER**

**Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.**

**Autor:** Jéssica Alejandra Otavalo Cuaical

**Fecha de recepción del abstract:** 16 de marzo de 2021

**Fecha de entrega del informe:** 16 de marzo de 2021

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

**Observaciones:**

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



EDISON BOANERGES  
PENAFIEL ARCOS

Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc  
Coordinador del CIDEN

Anexo 4 Guía a expertos de PROECUADOR



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
 FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,  
 ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL  
 CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL  
 INTERNACIONAL



ENTREVISTA	
Objetivo	Obtener información precisa para determinar la demanda internacional del banano bocadillo (orito) y la oferta exportable de la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del Sol La Maná - Cotopaxi, este instrumento de investigación está dirigido a especialistas y productores de banana baby.
Instrucciones	El entrevistado está en completa libertad de responder las preguntas como considere necesario, se respetará todas las respuestas proporcionadas a través de esta herramienta cualitativa de la investigación. El presente proyecto no posee fines de lucro y garantiza el anonimato de los participantes y la confidencialidad de la información requerida puesto que solo será utilizada con fines académicos.

ITEMS

- ¿Cuál es el aporte que efectúa PROECUADOR beneficio del productor de banana orito del Cotopaxi?

*Orgánico Zumbios*
- ¿Cuáles son los países con mayores restricciones técnicas de calidad para la exportación del banano orito ecuatoriano?

*Orgánico - Global GAP - Organic - BSC - Kiwo - Certificados*

*EFTA / Europa / Canadá / E.U. / Australia*
- ¿Cuáles serían las condiciones óptimas para que el orito ecuatoriano sea competitivo en los mercados internacionales?

*Oferta / Cantidad + Certificaciones Internacionales + Calidad*
- ¿Cuáles son los parámetros de calidad que debe cumplir el banano orito para su exportación?

*Orgánico - Global Gap*
- ¿Qué certificaciones internacionales son requeridas para el ingreso de banana orito a mercados internacionales?

*BPA Agrocolida - Global Gap - BCS Orgánico - BPH + ISO 92.000*

*Europa*



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
 FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,  
 ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL  
 CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL  
 INTERNACIONAL



*Clinto*

6. ¿Qué incentivos otorga el gobierno ecuatoriano para los productores de banana orito?

*Regulación precio de caja -> MAG. / Promoción Comercial  
 Créditos banca PSH*

7. ¿Cuál cree usted que son las ventajas y desventajas de este producto al momento de ser comercializado en mercado internacional?

*Alto Consumo / Desventajas - La certificación \$*

8. ¿Qué tipos de políticas públicas aplican como institución para fomentar la producción de banana orito orgánico de la localidad?

*Promoción*

9. ¿Desde la parte de financiamiento cree usted que el gobierno ha aplicado, buenas políticas para ser más accesibles a los créditos?

*Integral -> Fundamentada -> Fin Ecuado.*

10. ¿Qué tipo de capacitaciones se brindan a los productores de banana orito por parte de la institución?

*Agrocalido -> Producción + Promoción -> Acceso  
 -> MAG -> Buo P.L.*

11. ¿Que se debería hacer para que los productores de banana orito, apliquen estándares de calidad en su proceso de producción?

*Producción Orientado a los Bums prácticos agrícolas + Orgánico*



*GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.*

## Anexo 5 Guía a expertos de AGROCALIDAD



Universidad Politécnica Estatal del Carchi  
 Facultad de Comercio Internacional, Integración,  
 Administración y Economía Empresarial  
 Carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial  
 Internacional



ENTREVISTA	
<b>Objetivo</b>	Obtener información precisa para determinar la demanda internacional del banano bocadillo (orito) y la oferta exportable de la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del Sol La Maná – Cotopaxi, este instrumento de investigación está dirigido a especialistas y productores de banana baby.
<b>Instrucciones</b>	El entrevistado está en completa libertad de responder las preguntas como considere necesario, se respetará todas las respuestas proporcionadas a través de esta herramienta cualitativa de la investigación. El presente proyecto no posee fines de lucro y garantiza el anonimato de los participantes y la confidencialidad de la información requerida puesto que solo será utilizada con fines académicos.

1. ¿Cuál es el aporte que efectúa AGROCALIDAD en beneficio del productor de banana orito del Cotopaxi?

Mantener y/o mejorar el estatus fitosanitario del país mediante el conocimiento, la prevención de ingreso y apoyo al manejo de plagas, así como contribuir a la producción de plantas y productos vegetales en condiciones fitosanitarias, según las exigencias del comercio nacional e internacional

2. ¿Cuáles son los países con mayores restricciones técnicas de calidad para la exportación del banano orito ecuatoriano?

Países de la Unión Europea

3. ¿Cuáles serían las condiciones óptimas para que el orito ecuatoriano sea competitivo en los mercados internacionales?

Acceder a las certificaciones de buenas prácticas Agrícolas y otras certificaciones exigidas por los mercados internacionales.

4. ¿Cuáles son los parámetros de calidad que debe cumplir el banano orito para su exportación?

Los requisitos para la fruta son cumplir con las demandas de calidad (color, tamaño, grados brix, peso), pasar el requerimiento fitosanitario y contar con logística y trazabilidad correctamente usada.

5. ¿Qué certificaciones internacionales son requeridas para el ingreso de banana orito a mercados internacionales?

- Certificado Fitosanitario de Exportación
- Buenas Prácticas Agropecuarias
- Protocolos de Cochitilla y escama
- Rainforest
- Global Gap

6. ¿Qué incentivos otorga el gobierno ecuatoriano para los productores de banana orito?

Crédito a través de Banca Pública BAN ECUADOR

7. ¿Cuál cree usted que son las ventajas y desventajas de este producto al momento de ser comercializado en mercado internacional?

Ventaja: Es considerada una fruta exótica, oferta durante todo el año

Desventaja: Creciente competitividad de países con más cercanía al mercado, el remplazo con otros productos de temporada y el incremento de los precios de sustentación de la cosecha por parte de las exportadoras.

8. ¿Qué tipos de políticas públicas aplican como institución para fomentar la producción de banana orito orgánico de la localidad?
- Implementación de medidas fitosanitarias y sanitarias de bioseguridad para el sector de muráceas (banana, plátano, orito) para evitar la entrada de *Fusarium cubense* Race 4 Tropical (Foc R47) y evitar contagios de COVID-19 entre quienes laboran.
9. ¿Desde la parte de financiamiento cree usted que el gobierno ha aplicado, buenas políticas para ser más accesibles a los créditos?
- Existen créditos disponibles para el sector de la muráceas sea para mantenimiento y mejoramiento de su producción y infraestructura.
10. ¿Qué tipo de capacitaciones se brindan a los productores de banana orito por parte de la institución?
- Capacitaciones en temas de sanidad vegetal; manejo de plagas e Inocuidad de los Alimentos incentivando las Buenas Prácticas Agrícolas.
11. ¿Que se debería hacer para que los productores de banana orito, apliquen estándares de calidad en su proceso de producción?
- Deceder a la tecnificación en su cultivo modernizarse y actualizar sus (documentos) conocimientos para mejorar la calidad de la fruta, incrementando su producción para hacer frente a los costos operativos y a los precios inestables por las exportaciones formar Asociaciones para que el productor.
  - Bases Alianzas comerciales.

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.**

Anexo 6 Guía de entrevista ASOPROTS



Universidad Politécnica Estatal del Carchi

Facultad de Comercio Internacional, Integración,  
Administración y Economía Empresarial



Carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial  
Internacional

ENTREVISTA	
Objetivo	Obtener información precisa para determinar la demanda internacional del banano bocadillo (orito) y la oferta exportable de la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del Sol La Maná – Cotopaxi, este instrumento de investigación está dirigido a especialistas y productores de banana baby.
Instrucciones	El entrevistado está en completa libertad de responder las preguntas como considere necesario, se respetará todas las respuestas proporcionadas a través de esta herramienta cualitativa de la investigación. El presente proyecto no posee fines de lucro y garantiza el anonimato de los participantes y la confidencialidad de la información requerida puesto que solo será utilizada con fines académicos.

- 1 ¿Hace qué tiempo iniciaron el proceso de exportación de banana baby/orito, como asociación productora constituida jurídicamente?

Se inició a exportar en el año 2017 desde la semana 1 hasta la semana 53.

- 2 ¿Cuántas hectáreas de tierra están destinadas a la producción de banana orito?

Cuenta con 200 hectáreas de cultivo de banana orito las cuales se ubican en Paquisha No (Los Almendros) Cotopaxi - La Maná.

- 3 ¿Cuál fue la inversión inicial (dólares) de cada socio para conformar ASOPROTS?

Envío la tabla de aporte inicial de cada socio de ASOPROTS

- 4 ¿Cuántos productores conforman la Asociación de Producción Agropecuaria Tierra del Sol – ASOPROTS?

Cuenta con 11 socios.

- 5 ¿Ha recibido incentivos por parte de las instituciones estatales (bancos, instituciones de regulación y control) para fomentar la producción y empleo directo?

Secretario General de ASOPROTS menciona que PROCUADOR realiza capacitaciones constantes a la Asociación productora de banana orito, enmarcadas en temas de HIPYRES Digital, como también en ruedas de negocio internacionales exponiendo el producto a los posibles clientes consumidores.

- 6 ¿Cuántas toneladas se han exportado aproximadamente durante los 5 años, y a qué mercados internacionales?

Se ha exportado a China un promedio de 856 toneladas métricas anteriormente se está vendiendo la fruta pero a los exportadores que están aquí en el país.

- 7 ¿Cuál es la capacidad productiva mensual de ASOPROTS y a qué precio se vende la caja?

La capacidad productiva es de acuerdo a las hectáreas que se tiene más o menos es de 12 contenedores al mes.

- 8 ¿Cuántos kilogramos pesa cada caja de banana orito?

- Peso neto de la fruta 7,27 kilogramos
- Peso bruto con cartón y materiales 8,4 k./caj
- Precio FOB 6,40/k

- 9 Actualmente, ¿A qué mercados internacionales destina su producción de banana orito?

Establece que los mercados internacionales hay un mercado que en realidad ya empezó a consumir el baby banana que es en el mercado de Rusia ahora hay un nuevo mercado que se estuvo manejando el crecimiento que el de China y Ucrania, Japón básicamente en esos mercados aunque también EEUU este lo absorbe la compañía Dole, Del Monte y Noboa.

- 10 ¿Cuál es el proceso de cultivo de la banana orito, previo embarque para ser exportado?

Envío documento sobre el proceso de cultivo

11 ¿Cuál es el costo de producción por cada caja empacada con el respectivo producto (empaque primario, secundario y producto)?

Estamos con un promedio de 2,50 en costo de empaque con materiales y la diferencia es para el producto:

- Fondos \$ 0,725

- Tapas \$ 0,465

- Fundas 21 vacío de alta densidad \$ 0,0494

- Protector pequeño \$ 0,03

- Protector grande \$ 0,15

- Cigarras \$ 0,00300

- Ligas \$ 0,00275

12 ¿Cuáles son los requisitos que certifican la calidad de la banana orito para la exportación?

Para la exportación de esta fruta tiene que ser cosechada entre 4 y 5 semanas con un calibre 31-36 como máximo que se haya un buen manejo post-cosecha, buena labor de empaque, control de fumigación para proteger la corona porque se produce una herida con fungicidas y un buen patrón de empaque la caja debe ser bien aspirada básicamente las manos que entren en la caja tienen que ir prácticamente sin humedad y eso son los requisitos básicos.

13 ¿ASOPROTS, cuenta con equipamiento tecnológico para la producción de banana orito, cuáles?

Cuenta con maquinaria como es:

- Rodón
- Empacadora
- Curvas
- Bomba de Achila
- Cate hidráulico
- Ensambladoras



GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

## Anexo 7 Modelo encuesta aplicada a Los Ángeles-California



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN  
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL  
ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN  
COMERCIAL INTERNACIONAL



**Objective:** Determine the international demand for bananas (orito) and the exportable supply from the Tierra del sol La Maná - Cotopaxi Agricultural Production Association.

**Instructions:** Read the questions carefully and select the alternative that you think is the most convenient, this field research is not for profit and guarantees the anonymity of the participants and the confidentiality of the required information since it will only be used for academic purposes. This research instrument is aimed at our market segment that are the consumers of baby banana / orito from Los Angeles - California of the United States of America.

### 1.- How often do you consume baby banana / orito at home?

- Always
- Frequently
- Rarely
- Never

### 2.- What is your age range?

- 12 to 18 years
- 19 to 45 years
- 46 to 60 years
- Over 60 years old

### 3.- How often do you consume baby banana / orito at home?

- Daily
- Once a week
- Every fifteen days
- Does not consume

### 4.- How is the baby / orito banana consumed in your home?

- Chopped fruit

- Smoothies
- Juices
- Pulps
- Sweets
- With soups
- Cakes

**5.- What places does your family acquire the baby / orito banana?**

- Markets
- Supermarkets
- Stores
- Fairs

**6.- Do you know the nutrients that the baby / orito banana has?**

- Yes
- No

**7.- How much would you be willing to pay for a kilogram of quality baby banana?**

- 6.00 USD
- 7.00 USD
- 7.50 USD
- 8.50 USD

**8.- What attracts you the most when you observe the baby banana / orito, to acquire it?**

- Colour
- State of maturation
- Quality of thickness and texture
- Packaging
- Brightness

**9.- What state do you like to consume the baby banana at home?**

- Green
- Yellow
- Semi mature

**10.- From which producer country does the baby / orito banana consume the most?**

- Ecuador
- Costa Rica
- Colombia
- Guatemala

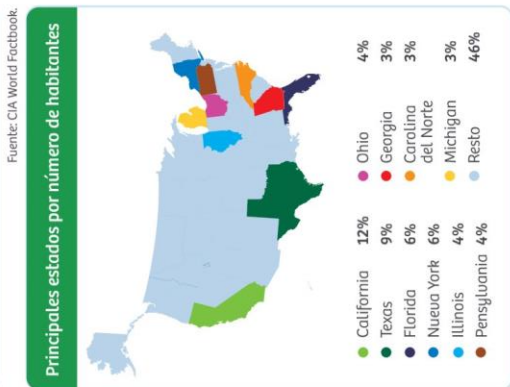
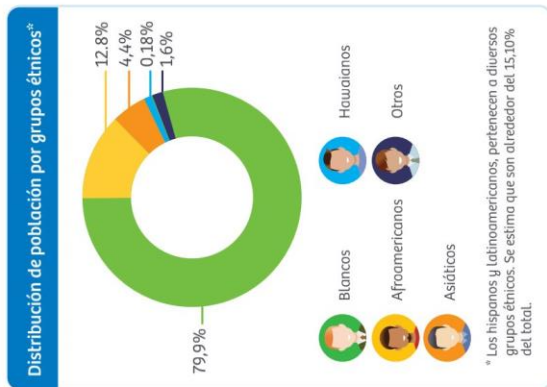
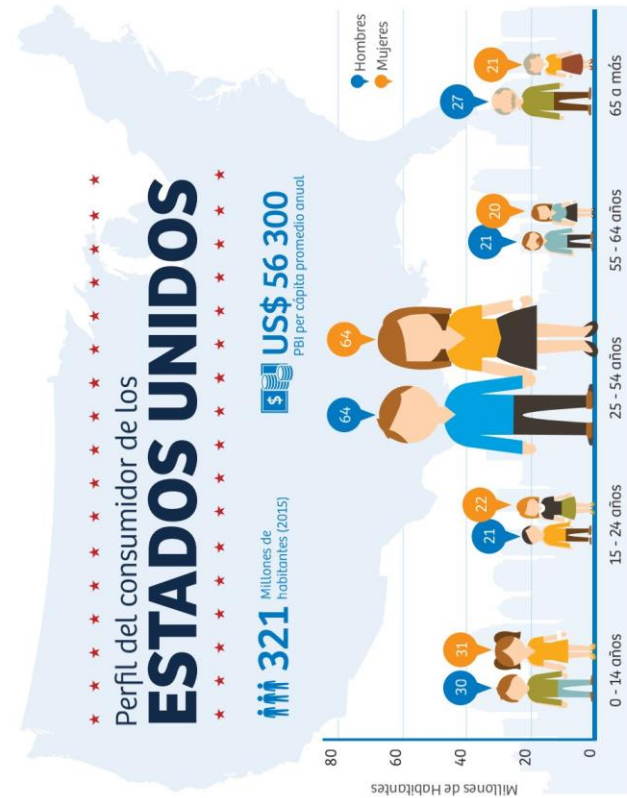
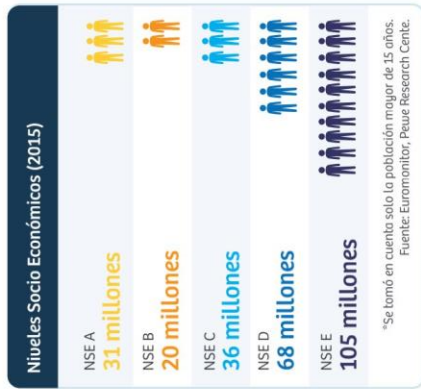
**11.- Approximately, how many kilograms of baby banana do you consume in a week?**

- 1kg
- 2 kg
- 3 kg
- 4 kg

**12.- How would you like the company to offer its banana products for sale?**

- International fairs
- Business meetings
- Direct sale
- Indirect sale

# Anexo 8 Ficha técnica para negociar con los EE.UU. – PROMPERÚ



### Fortalezas

- Es el mercado más grande a nivel mundial, el componente más importante es el consumo doméstico
- Consumidor con mayor capacidad de gasto dentro de las economías que conforman la OCDE.

### Oportunidades

- Envejecimiento de la población reactivará el consumo de bienes y servicios para la salud.
- Aumento de hogares unipersonales impulsará la demanda de bienes y servicios para el hogar.

### Debilidades

- Clase media relativamente pequeña.
- Dificultad por parte de las empresas para acceder a este segmento.
- La clase social con ingresos más bajos es la de mayor crecimiento en el país.

### Amenazas

- Población mayor de 65 años con ingresos por debajo de la media en aumento. Suelen ser vulnerables y de difícil acceso.
- Desigualdad de ingresos en aumento, mayor fragmentación del mercado de consumo dentro del país.

### Gasto de consumo por tipo de bien y/o servicio (2015)

Fuente: CIA World Factbook.

Categoría	Valor
Bienes y servicios para el hogar	2 238 405
Bienes y servicios diversos	1 641 473
Transporte	1 115 545
Recreación y cultura	1 093 996
Restauración	808 351
Alimentos y bebidas no alcohólicas	768 239
Bienes y servicios de salud	498 573
Vivienda	394 148
Ropa y calzado	394 077
Comunicaciones	291 737
Educación	279 529
Bebidas alcohólicas y tabaco	239 077

Fuente: Euromonitor. Cifras en millones de US\$.

# Anexo 9 Ficha técnica para negociar con los EE.UU. – PROECUADOR



MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, COMERCIO EXTERIOR, INVERSIONES Y PESCA

## COMERCIO POTENCIAL 2019 (MILLONES USD)

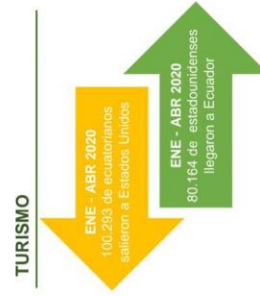
- Oro** **US\$ 9,175.5**
- Camarones y langostinos congelados** **US\$ 4,277.4**
- Banano fresco o seco** **US\$ 2,171.7**
- Preparaciones y Conservas de atún, listados o bonitos** **US\$ 999.3**
- Cacao en grano** **US\$ 811.8**
- Rosas frescas** **US\$ 455.1**

## COMERCIO REGIONAL ENTRE ESTADOS UNIDOS VS AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE 2019 (MILLONES USD)

IMPORTACIONES	437,321	EXPORTACIONES	335,240
<b>PAÍSES</b>			
México	80%	México	66%
Brasil	6%	Brasil	9%
Chile	3%	Colombia	3%
<b>PRODUCTOS</b>			
Unidades de proceso digitales para máquinas automáticas para tratamiento de datos	6%	Partes y accesorios para máquinas automáticas para tratamiento de información	4%
Automóviles de turismo	5%	Circuitos electrónicos integrados	2%
Automóviles para transporte de mercancías	4%	Motores de émbolo "bistón" de encendido por compresión	1%

## FLUJO DE IED DE EEUU EN ECUADOR POR SECTORES (MILES USD)

SECTORES	2017	2018	2019
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	1,991	7,947	35,523
Comercio	10,500	24,184	5,927
Construcción	43	581	1,569
Electricidad, gas y agua	-	51	200
Explotación de minas y canteras	18	37,344	12,906
Industria manufacturera	8,751	11,528	4,301
Servicios comunales, sociales y personales	14	4	40
Servicios prestados a las empresas	12,648	12,186	10,392
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	1,177	1,158	4,780
<b>Total general</b>	<b>35,055</b>	<b>94,983</b>	<b>75,639</b>



# ESTADOS UNIDOS

## DATOS GENERALES



Capital Washington, D.C.

Moneda Dólar (USD)

Población ( 2020 est.) 332.639,102

Tasa de crecimiento poblacional anual (2020 est.) 0,72%

Índice de GINI N/A

Tasa de Desempleo (2017 est.) 4,4%

PIB (Billones USD, 2017 est.) 19,49

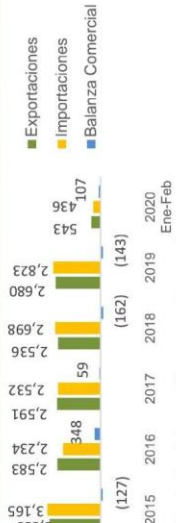
PIB per cápita PPA (USD, 2017 est.) 59,800

Crecimiento del PIB (2017 est.) 2,2%

Inflación anual (2017 est.) 2,1%

Tipo de Cambio NA

## BALANZA COMERCIAL NO PETROLERA (MILLONES USD)



Nota: La data de importación corresponde a procedencia.

## 5 PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR - ESTADOS UNIDOS (MILES USD)

DESCRIPCIÓN	2019 ENE - FEB	2020 ENE - FEB	ARANCEL 2020
Rosas frescas cortadas	56,381	58,176	6,80%
Los demás langostinos (género de las familia penaeidae) congelados	28,745	40,872	0%
Banana orito (musa acuminata)	22,208	40,304	0%
Las demás formas de oro en bruto para uso no monetario	18,499	35,042	0%
Las demás bananas frescas tipo cavendish	39,261	27,690	0%
Demás productos	273,312	340,800	-

## 3 PRINCIPALES SECTORES EXPORTADOS POR ECUADOR A ESTADOS UNIDOS (MILLONES USD)



## 5 PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS ECUADOR - ESTADOS UNIDOS (MILES USD)

DESCRIPCIÓN	2019 ENE-FEB	2020 ENE-FEB	ARANCEL 2020
Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja	46,726	39,701	15%
Los demás teléfonos inteligentes (smartphones)	19,909	25,006	15%
Tipo duro excepto para siembra	194	15,456	10%
Máquinas automáticas para procesamiento de datos, digitales, portátiles, de peso máximo a 10 kg	9,452	8,606	10%
Poli (cloruro de vinilo) obtenido por polimerización en suspensión	8,092	7,625	0%
Demás productos	402,046	339,495	-

Nota: La data de importación corresponde a procedencia.

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE; MINTUR; Trademap; World Factbook; FDI Markets



Elaborado por: Dirección de Inteligencia de Negocios, MPCEIP



## Anexo 10 Ficha técnica para negociar con Alemania – PROMPERÚ



### Perfil general del consumidor alemán

- Se caracteriza por ser un asiduo comprador en las plataformas virtuales. Además, tienen una tendencia por comparar precios y comprar en las tiendas de descuento, es decir visitan diferentes puntos de venta y aprovechan los precios más atractivos. El precio y la calidad son criterios determinantes para que el consumidor realice la compra.
- El consumidor alemán posee los siguientes criterios antes realizar su compra, entre ellos, el orden, la seguridad, la calidad, el prestigio, el confort, la comodidad y el precio. Para los productos de la vida diaria el único criterio es el precio.



### Cuidados en el Proceso de Negociación

- Las citas o reuniones establecidas no tienden a ser largas, pues para ellos todo tiene su lugar y momento, a razón de tener una cultura en la que el orden y disciplina son esenciales para todo aspecto, buscando optimizar el uso del tiempo, pues les resulta tiempo invertido.
- La puntualidad es un elemento fundamental en cualquier instancia y momento de la vida, con mayor razón en espacios formales, de trabajo, negocios y sociales. Por lo que se hace extensivo no solo al iniciar una reunión sino para concluir.
- Es necesario que se tomen precauciones en cuanto al tráfico vial de la ciudad a visitar, en caso de retraso, no dude en ausir. Así también, se aconseja hacer citas de negocios en horas laborales, a partir de las 10 a.m. y antes de las 06:00 p.m. de la misma forma se debe evitar el horario de comidas.
- Durante las negociaciones evite halagar al empresario alemán, de esta forma su interlocutor no lo malinterpretará, así también evite el uso de la ironía. En Alemania no es muy habitual los comidas de negocios, salvo exista ya una relación de confianza, del mismo modo no es habitual el intercambio de regalos durante la negociación.



### Estrategias de Negociación



- Como principio general, se recomienda evitar toda clase de prejuicios respecto al perfil personal y cultural, es decir, no dejarse llevar por mitos. La cultura alemana contempla un fuerte reconocimiento de su amplitud social, económica y comercial; basado en ese conocimiento previo, es posible distinguir si el interlocutor alemán se trata de un ejecutivo con predisposición a negociar determinados aspectos de la oferta o propuesta.
- Evitar sentir incomodidad por la prontitud del negociador alemán en tocar los puntos propios de la propuesta, por ejemplo, administrando la programación de reuniones, controlando la agenda de cada reunión, o procurando establecer los límites desde o hasta donde es posible negociar (calidades, estándares, forma de pago, precios).
- Es usual que un ejecutivo alemán procure adquirir materia prima o productos intermedios en lugar de productos terminados. Ante un negociador experimentado y disciplinado como el alemán, se recomienda preparar un discurso donde la calidad del tipo y presentación del producto ofrecido sea el que él espera, ello debe ser el punto de partida. A continuación, se debe procurar discutir elementos de la propuesta uno a uno.
- El precio y la forma de pago bien podrían seguir en la lista. Mostrarse formal, estar seguro de la información que se va a proveer, e identificar aquellos elementos que valora y por los cuales está interesado en negociar permitirán ofrecer ofertas alternas cuidando los intereses de la empresa y darle solidez a los puntos que se van acordando.

### Información General de Alemania

#### Inflación:

La tasa de inflación nacional de Alemania es de 2.3%, en lo que va del año (2017), el 2016 fue de 1.50%.

Fuentes: Trading Economics

#### Tipo de Cambio:

La moneda oficial del país de Alemania es el Euro (€), siendo el valor de un dólar de 0.96 al 2016, con una proyección estimada de hasta 0.89 al 2017.

Fuentes: Banco Central Europeo

#### PIB Japón:

El Producto Interior Bruto de Alemania en el 2016 fue de 1.70%, mientras para el 2017 se estima un crecimiento de 1.7%.

Fuentes: Trading Economics

#### Puertos Internacionales:

- Wilhelmshaven
- Hamburgo
- Bremen
- Rostock
- Lübeck
- Kiel
- Duisburg
- Emden
- Frankfurt
- Brunsbüttel
- Bremerhaven

Fuente: Santander Trade – Alemania, World Port Source

#### Aeropuertos Internacionales:

- Frankfurt (Fra)
- Düsseldorf (Dus)
- Berlín-schönefeld (Sxf)
- Múnich (Muc)
- Hamburgo (Ham)

Fuente: Asociación Civil de Alemania; ADV - Asociación aeropuertos alemanes; Aeropuertos.net

### Normas de Protocolo

- Durante el primer contacto, es importante contactarse con el empresario alemán vía telefónica, de la misma forma se debe confirmar a través del correo electrónico. Es fundamental la puntualidad con un empresario alemán, a diferencia de otros países llegar con 15 minutos de antelación no está mal visto.
- Al presentarse es necesario el uso de "Señor", seguido del título de su interlocutor y su apellido, además de dirigirse de "usted". Se intercambian tarjetas al comienzo de la primera reunión, así mismo debe estar en inglés.
- Durante las negociaciones el extranjero es bien recibido por los alemanes, antes de tocar el tema de negocio, se da una breve conversación en torno al viaje que realice el extranjero. Se debe contar con argumentos sólidos.
- Durante las primeras reuniones estas no serán muy prolongadas, una hora como máximo. Al finalizar la reunión es importante agradecer la presencia de su interlocutor y su disponibilidad de escuchar su propuesta, además es el momento idóneo para sintetizar los puntos tratados en la reunión.
- En cuanto al código de etiqueta, se acostumbra vestir en traje y corbata en el caso de los varones y en el caso de las mujeres trajes de chaqueta.

# Anexo 11 Ficha técnica para negociar con Alemania – PROECUADOR



MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, COMERCIO EXTERIOR, INVERSIONES Y PESCA



## DATOS GENERALES



Capital Berlín

Moneda EURO (EUR)

Población (Julio 2019 est.) 80,159,662

Tasa de crecimiento poblacional anual (2019 est.) -0,19%

Índice de GINI N/A

Tasa de Desempleo (2017 est.) 3,8%

PIB (Billones USD, 2017 est.) 3.701

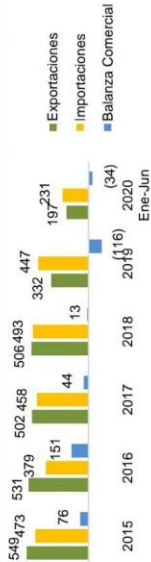
PIB per cápita PPA (USD, 2017 est.) 50,800

Crecimiento del PIB (2017 est.) 2,5%

Inflación anual (2017 est.) 1,7%

Tipo de Cambio (EUR por USD 2017) 0,885

## BALANZA COMERCIAL NO PETROLERA (MILLONES USD)

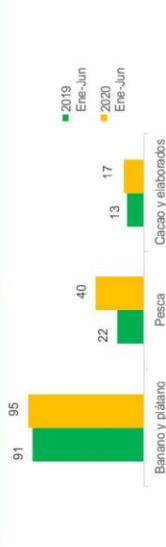


Nota: La data de importación corresponde a procedencia.

## 5 PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS ECUADOR - ALEMANIA (MILES USD)

DESCRIPCIÓN	2019 ENE-JUN	2020 ENE-JUN	ARANCEL 2020
Las demás bananas frescas tipo cavendish	77,430	81,689	75 EUR / 1000 kg neto
Listados en agua y sal	5,768	15,802	0%
Listados en aceite	8,106	13,838	0%
Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado, no orgánico	8,887	13,239	0%
Banano fresco tipo cavendish orgánico certificado	12,541	11,119	75 EUR / 1000 kg neto
Demás productos	54,945	61,293	-

## 3 PRINCIPALES SECTORES EXPORTADOS ECUADOR - ALEMANIA (MILLONES USD)



## 5 PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS ECUADOR - ALEMANIA (MILES USD)

DESCRIPCIÓN	2019 ENE-JUN	2020 ENE-JUN	ARANCEL 2020
Los demás vehículos de encendido por chispa de cilindrada máxima a 3,000 cm3	792	15,126	10,50%
Las demás máquinas y aparatos de elevación, carga y descarga	8	12,001	0%
Los demás medicamentos para uso humano para uso terapéutico o profiláctico	13,203	9,863	3,30%
Las demás jeringas, agujas, catéteres, cánulas y similares	5,151	7,645	0%
Los demás instrumentos y aparatos: Electromédicos	3,965	6,531	0%
Demás productos	214,875	179,604	-

Nota: La data de importación corresponde a procedencia.

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE; MINTUR; Trademap; World Factbook.

## COMERCIO REGIONAL ENTRE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE 2019 (MILES USD)

IMPORTACIONES	25,057,417	EXPORTACIONES	39,928,584
PAÍSES			
México	38%	México	38%
Brasil	31%	Brasil	28%
Perú	6%	Chile	8%
PRODUCTOS			
Automóviles de turismo	10%	Aviones y demás aeronaves	4%
Café	6%	Cajas de cambio para tractores	4%
Minerales de cobre y sus concentrados	6%	Medicamentos	4%

## FLUJO DE IED DE ALEMANIA EN ECUADOR POR SECTORES (MILES USD)

SECTORES	2018	2019	2020 I TRIM	2020 I TRIM
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	1,551	1,230	400	-
Comercio	5,071	-22	0	1
Construcción	-	-	-	-
Electricidad, gas y agua	-	-	-	-
Explotación de minas y canteras	13	-	-	-
Industria manufacturera	3,593	2,601,4	-	500
Servicios comunales, sociales y personales	93	101	-	-
Servicios prestados a las empresas	12,176	41,178	-	6,208
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	104	-	-	-
<b>Total general</b>	<b>22,600</b>	<b>45,088</b>	<b>400</b>	<b>6,708</b>

## COMERCIO POTENCIAL 2019 (MILLONES USD)

- ➔ Cacao en grano US\$ 1,135,8
- ➔ Manteca, grasa y aceite de cacao US\$ 917,8
- ➔ Bananos frescos o secos US\$ 713,4
- ➔ Hortalizas congeladas US\$ 334,3
- ➔ Extractos, esencias y concentrados de café US\$ 307,6
- ➔ Preparaciones y conservas de atún US\$ 301,9

## TURISMO



Elaborado por: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR

# Anexo 12 Ficha técnica para negociar con Bélgica



## COMERCIO REGIONAL ENTRE BÉLGICA VS AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE 2018 (MILES USD)

IMPORTACIONES	EXPORTACIONES	2018
13,000,061	8,287,478	
PAISES		
México	Brasil	46%
Brasil	México	19%
Costa Rica	Chile	8%
PRODUCTOS		
Automóviles de turismo de cilindrada >1,500 y <= 2,500 cm³	Medicamentos	7%
Bananas	Vacunas (medicina humana)	6%
Automóviles de turismo de cilindrada >1,000 y <= 1,500 cm³	Acetiles medios	3%

**COMERCIO POTENCIAL 2018 (MILLONES USD)**

- ➔ Bananos frescos o secos US\$ 1,108.0
- ➔ Cacao en grano US\$ 567.3
- ➔ Camarones y langostinos congelados US\$ 360.4
- ➔ Hortalizas congeladas US\$ 260.8
- ➔ Piñas frescas o secas US\$ 124.5
- ➔ Conservas de atún, listados o bonitos US\$ 101.3

## FLUJO DE IED DE BÉLGICA Y LUXEMBURGO EN ECUADOR POR SECTORES (MILES USD)

SECTORES	2016	2017	2018
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	-	-	8,500
Comercio	4,967	-365	-2,543
Construcción	831	-12,500	-
Electricidad, gas y agua	-	-	0.1
Explotación de minas y canteras	-	-	-4,400
Industria manufacturera	-3,300	-4,400	-2,000
Servicios comunales, sociales y personales	-	-	-
Servicios prestados a las empresas	-	1	1
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	-	329	-
<b>Total general</b>	<b>2,468</b>	<b>-16,635</b>	<b>3,958</b>

## FLUJO DE IED GREENFIELD BÉLGICA EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (MILLONES USD)

PAÍS	2017	2018	2019
Argentina	-	250	-
Honduras	-	26	-
Brasil	-	8	-
Otros países	781	11	-
<b>TOTAL</b>	<b>781</b>	<b>285</b>	<b>-</b>

**TURISMO**

- ENE - FEB 2019 277 ecuatorianos salieron a Bélgica
- ENE - FEB 2019 992 belgas llegaron a Ecuador

**ALERTAS COMERCIALES BÉLGICA**

Durante el año 2018, el sector de la construcción en Bélgica creció aproximadamente un 2.5% con respecto al 2017, y así mismo, se espera un crecimiento en el año 2019 de un 2% con respecto al año anterior. Esto se traduce en aumento de empleo y mayor liquidez en el mercado, lo que también se transforma en una oportunidad para el sector de la construcción ecuatoriano en este mercado.



## DATOS GENERALES



Capital Bruselas

Moneda EURO (EUR €)

Población (Julio 2018 est.) 11,570,762

Tasa de crecimiento poblacional anual (2018 est.) 0.67%

Índice de GINI (2013 est.) Puesto 150 – 25.9

Tasa de Desempleo (2017 est.) 7.4%

PIB (Miles de millones USD, 2017 est.) 493.7

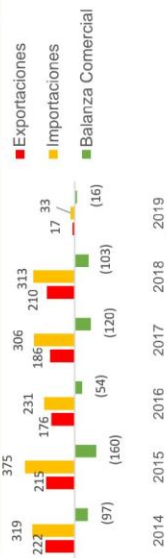
PIB per cápita PPA (USD, 2017) 46,600

Crecimiento del PIB (2017 est.) 1.7%

Inflación anual (2017 est.) 2.2%

Tipo de Cambio (EUR por USD 2017 est.) 0.885

## BALANZA COMERCIAL NO PETROLERA (MILLONES USD)



## PRODUCTOS EXPORTADOS ECUADOR – BÉLGICA (MILES USD)

DESCRIPCIÓN	2018 ENE	2019 ENE	ARANCEL
Las demás bananas frescas tipo cavendish	6,663	83	EUR/1000 kg
Banano fresco tipo cavendish orgánico certificado	2,510	3,059	EUR/1000 kg
Cacao en grano, entero o partido, crudo o listado, no orgánico	603	2,118	0%
Demás camarones, langostinos y demás decapodos congelados ncop	2,386	1,224	0%
Listados en agua y sal	426	702	0%

## EXPORTACIONES DE ECUADOR A BÉLGICA POR SECTOR (MILES USD)



## PRODUCTOS IMPORTADOS ECUADOR – BÉLGICA (MILES USD)

DESCRIPCIÓN	2018 ENE	2019 ENE	ARANCEL
Los demás vehículos de encendido por chispa de cilindrada máxima a 3,000 cm³	129	4,273	12.20%
Preparaciones químicas anticonceptivas a base de hormonas	-	3,312	8.30%
Cortadoras y arrancadoras de carbón o rocas, autopropulsadas	-	3,219	0%
Los demás medicamentos para uso humano para uso terapéutico o profiláctico	173	1,293	4.10%
Las demás incubadoras y criadoras	-	1,226	0%

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE; MINTUR; Trademap; World Factbook; FDI Markets.

Elaborado por: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR

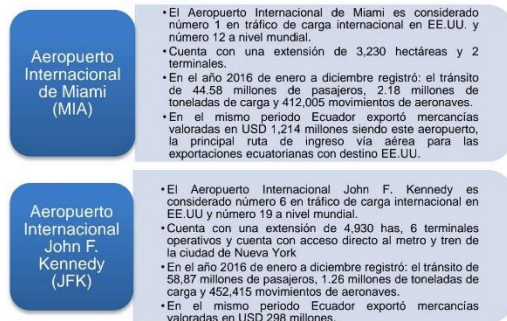
# Anexo 13 Guía Logística – EE.UU.

## 1. Panorama general



## 2. Acceso físico desde Ecuador hacia Estados Unidos de América

### 2.1. Vía Aérea



## 2.2. Vía Ferroviaria

La Administración Federal de Ferrocarriles (FRA) agencia que pertenece al Departamento de Transporte, es la entidad rectora de la red ferroviaria de Estados Unidos de América, misma que tiene una longitud de 225,308 km. El transporte de mercancías en EE.UU es operado por empresas 100% privadas y en el caso del transporte de pasajeros es operado por Amtrak (empresa estatal).

TRANSPORTE DE PASAJEROS	
PASAJEROS	31.30 millones
PASAJEROS POR DÍA	85.70 miles
TRENES POR DÍA	300
TRANSPORTE DE CARGA	
CARGA TRANSPORTADA	1,550 millones (TM)

EXISTEN 5 TIPOS DE FERROCARRILES EN ESTADOS UNIDOS:

- Class I:** Son ferrocarriles con ingresos operativos de al menos USD 433 MM. Existen 7 unidades de este tipo y operan en 44 estados y en el Distrito de Columbia.
- Short line o local railroads:** Son ferrocarriles con ingresos operativos de menos de USD 20 MM. Se dedica principalmente al movimiento de mercancías entre ciudades distantes. Existen 356 unidades de este tipo.
- Regional railroads:** Son ferrocarriles con ingresos operativos mayores a USD 20 MM pero menores a USD 433 MM. Existen 21 unidades de este tipo.
- Switching and terminal railroads:** Son ferrocarriles encargados de recoger y entregar mercancías dentro de una zona portuaria o industrial, o mover el tráfico entre otros ferrocarriles. Existen 190 unidades de este tipo.
- Ferrocarriles de pasajeros:** Operan sobre las mismas vías que los ferrocarriles de carga. El Corredor Northeast de Amtrak (NEC) es el ferrocarril más utilizado en América del Norte, con aproximadamente 2,200 trenes Amtrak, trenes de viajes diarios sobre la ruta Washington-Boston.

Transporte de mercancías vía tren entre EE.UU y NAFTA (en millones USD)		
Balanza Comercial	Canadá	México
Importaciones	58,716	48,599
Exportaciones	29,656	28,581
<b>Total</b>	<b>88,372</b>	<b>77,180</b>

### 2.3. Vía Marítima

Los puertos marítimos de los Estados Unidos de América son el mayor componente del sistema de carga, manejando alrededor del 75% de la carga internacional del país, en términos de volumen.

Los principales puertos por donde ingresa la carga ecuatoriana son: Everglades - Miami - Houston - New York - San Diego y Los Angeles, donde en el año 2016, ingresaron más del 83% de nuestras exportaciones a dicho país.

Para efectos del presente estudio se detallarán las características del principal puerto de acceso por el Océano Atlántico (Costa Este) y el principal puerto de acceso por el Océano Pacífico (Costa Oeste).

#### Puerto de Everglades (Costa Este)

Se encuentra localizado cerca de Fort Lauderdale, Florida. Maneja cargas contenerizadas secas y refrigeradas, productos petroleros, carga suelta y al granel seca en múltiples terminales. Adicionalmente ofrece los servicios de cruceros.

En el 2016 el Puerto de Everglades, registró el movimiento de 1.04 millones de TEUS (equivalente a un contenedor de 20 pies), ubicándolo por tercer año consecutivo en puesto número uno de puertos de contenedores de Florida y décimo primero del país. Tiene conexiones con más de 150 puertos y 70 países.

Infraestructura del puerto:

- Calado: 13.72 metros
- Número de terminales de contenedores: 3
- Hectáreas destinadas a terminales de contenedores: 316
- Grúas pórtico: 8
- Líneas navieras: 20

#### Puerto de San Diego (Costa Oeste)

Se encuentra localizado al Sudeste de la Bahía de San Diego, California. Maneja cargas contenerizadas secas y refrigeradas, carga suelta y carga al granel seca. Al igual que el Puerto de Everglades, ofrece los servicios de cruceros. Uno de sus dos terminales cuenta con acceso directo a la estación de ferrocarriles Clase I. En el 2016 el Puerto de San Diego, registró el movimiento de 104,680 TEUS.

Infraestructura del puerto:

- Terminales: 2
- Hectáreas destinadas a terminales de contenedores: 231
- Calado: 12.80 metros
- Movimiento de buques: 81.133
- Grúas pórtico: 1

**Tiempos de tránsito vía marítima de diversas agencias navieras que operan en el país hacia los principales puertos de Estados Unidos**

TRANSPORTE VÍA MARÍTIMA DESDE ECUADOR HACIA ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (DÍAS DE TRÁNSITO)		
AGENCIA NAVIERA/ PRINCIPALES PUERTOS	EVERGLADES	SAN DIEGO
CMA-CGM	12	-
MEDITERRANEAN SHIPPING	14	-
HAPAG LLOYD	-	20
EVERGREEN	20	22
SEALAND	24	26

Fuente: páginas de las agencias navieras



**3. Costos promedio de flete (exportación)**

**3.1. Vía marítima**

COSTOS CONTENEDOR FCL*	
Contenedor 20' seco	USD 800
Contenedor 40' seco	USD 1,000
Contenedor 40' refrigerado	USD 2,000

\*No incluye gastos adicionales por recargos, ni gastos locales

**3.2. Vía aérea**



**4. Procedimiento para el comercio transfronterizo**

**4.1. Tiempos de nacionalización**

ETAPAS PARA EL COMERCIO TRANSFRONTERIZO EN ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	EXPORTACIÓN	
	DURACIÓN (HORAS)	USD COSTO
Cumplimiento fronterizo	2	USD 175
Cumplimiento documental	2	USD 60

ETAPAS PARA EL COMERCIO TRANSFRONTERIZO EN ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	IMPORTACIÓN	
	DURACIÓN (HORAS)	USD COSTO
Cumplimiento fronterizo	2	USD 175
Cumplimiento documental	8	USD 100

**4.2. Documentos exigibles**

DOCUMENTOS PARA EXPORTAR A ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	
Documento de embarque (B/L)	
Factura Comercial	
Lista de empaque	
Declaración Aduanera de Exportación	
Certificado de Origen (opcional)	
Aviso Previo (Prior Notice)	

DOCUMENTOS PARA IMPORTAR EN ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	
Documento de embarque (B/L)	
Factura Comercial	
Lista de empaque	
Declaración Aduanera de Importación	
Certificado de Origen (opcional)	

**4.3. Etapas para el comercio transfronterizo en Estados Unidos de América**

INDICADOR DE EXPORTACIONES ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	
Número de documentos	2
Tiempo para exportar (horas)	4
Costo de exportación (por contenedor)	USD 235

INDICADOR DE IMPORTACIONES ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	
Número de documentos	3
Tiempo para importar (horas)	10
Costo de importación (por contenedor)	USD 275

**4.4. Desempeño Logístico de Estados Unidos de América**

Según el Logistics Performance Index (LPI) publicado por el Banco Mundial en el 2016, Estados Unidos de América ocupa el puesto 10 en el mundo con un puntaje de 3.99 en cuanto a desempeño logístico, mientras que Ecuador ocupa el puesto 74 con un puntaje de 2.78. El índice varía entre 1 y 5, donde el puntaje más alto representa un mejor desempeño.

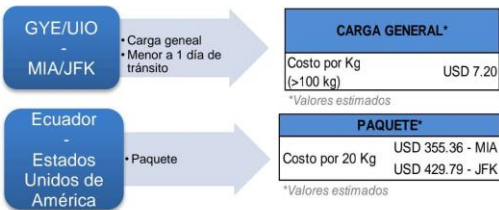
**3. Costos promedio de flete (exportación)**

**3.1. Vía marítima**

COSTOS CONTENEDOR FCL*	
Contenedor 20' seco	USD 800
Contenedor 40' seco	USD 1,000
Contenedor 40' refrigerado	USD 2,000

\*No incluye gastos adicionales por recargos, ni gastos locales

**3.2. Vía aérea**



**4. Procedimiento para el comercio transfronterizo**

**4.1. Tiempos de nacionalización**

ETAPAS PARA EL COMERCIO TRANSFRONTERIZO EN ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	EXPORTACIÓN	
	DURACIÓN (HORAS)	USD COSTO
Cumplimiento fronterizo	2	USD 175
Cumplimiento documental	2	USD 60

ETAPAS PARA EL COMERCIO TRANSFRONTERIZO EN ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	IMPORTACIÓN	
	DURACIÓN (HORAS)	USD COSTO
Cumplimiento fronterizo	2	USD 175
Cumplimiento documental	8	USD 100

**4.2. Documentos exigibles**

DOCUMENTOS PARA EXPORTAR A ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	
Documento de embarque (B/L)	
Factura Comercial	
Lista de empaque	
Declaración Aduanera de Exportación	
Certificado de Origen (opcional)	
Aviso Previo (Prior Notice)	

DOCUMENTOS PARA IMPORTAR EN ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	
Documento de embarque (B/L)	
Factura Comercial	
Lista de empaque	
Declaración Aduanera de Importación	
Certificado de Origen (opcional)	

**4.3. Etapas para el comercio transfronterizo en Estados Unidos de América**

INDICADOR DE EXPORTACIONES ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	
Número de documentos	2
Tiempo para exportar (horas)	4
Costo de exportación (por contenedor)	USD 235

INDICADOR DE IMPORTACIONES ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	
Número de documentos	3
Tiempo para importar (horas)	10
Costo de importación (por contenedor)	USD 275

**4.4. Desempeño Logístico de Estados Unidos de América**

Según el Logistics Performance Index (LPI) publicado por el Banco Mundial en el 2016, Estados Unidos de América ocupa el puesto 10 en el mundo con un puntaje de 3.99 en cuanto a desempeño logístico, mientras que Ecuador ocupa el puesto 74 con un puntaje de 2.78. El índice varía entre 1 y 5, donde el puntaje más alto representa un mejor desempeño.

# Anexo 14 Tasa de interés – BANECUADOR

CIRCULAR DE TASAS DE INTERÉS		GF-007-2020	
TASAS ACTIVAS PARA BANECUADOR S.A.		JULIO 2020	
TIPO DE CRÉDITO	TASA NOMINAL	TASA REFERENCIAL	TASA EFECTIVA
	BANECUADOR S.A.		
<b>CREDITOS PRODUCTIVOS</b>			
Productivo Empresarial	9.76%	9.08%	10.21%
Productivo PYMES	9.76%	9.50%	10.21%
Productivo Agrícola Ganadero	8.21%	11.46%	8.53%
<b>CRÉDITOS COMERCIALES</b>			
Comercial Prioritario Empresarial	9.76%	8.34%	10.21%
Comercial Prioritario PYMES	9.76%	9.24%	10.21%
<b>CRÉDITOS DE CONSUMO</b>			
Consumo Ordinario	16.06%	10.84%	17.30%
Consumo Prioritario	16.06%	16.57%	17.30%
<b>MICROCREDITOS</b>			
<b>Microcrédito Agrícola y Ganadero</b>			
Microcrédito Bantransporte vehículos eléctricos	11.25%	9.38%	11.85%
Microcrédito Bantransporte vehículos combustible fósil	12.00%	7.30%	12.68%
Microcrédito Impulso Turismo	12.95%	4.83%	13.75%
Microcrédito Comercio y Servicios - Impulso Cultura	11.25%	9.97%	11.85%
Microcrédito Minorista	12.00%	18.87%	12.68%
Crédito de Desarrollo Humano CDH	5.00%	26.00%	5.17%
Microcrédito Comercio y Servicios	15.30%	23.51%	16.42%
Microcrédito de Producción	11.25%	20.90%	11.85%
<b>Microcrédito de Acumulación Simple</b>			
Microcrédito Comercio y Servicios	15.30%	7.35%	16.42%
Microcrédito de Producción	11.25%		11.85%
<b>Microcrédito de Acumulación Ampliada</b>			
Microcrédito Comercio y Servicios	15.30%		16.42%
Microcrédito de Producción	11.25%		11.85%
<b>ARREGLO DE OBLIGACIONES</b>			
Novación Microcrédito Producción	11.25%		11.85%
Novación Microcrédito Comercio y Servicios	15.30%		16.42%
Refinanciamiento Microcrédito Producción	11.25%		11.85%
Refinanciamiento Microcrédito Comercio y Servicios	15.30%		16.42%
Reestructura Microcrédito Producción	11.83%		12.49%
Reestructura Microcrédito Comercio y Servicios	17.25%		18.68%
Novación Pyme	9.76%		10.21%
Refinanciamiento Pyme	11.23%		11.83%
Reestructura Pyme	8.21%		8.53%
Novación Productivo Agrícola Ganadero	8.21%		8.53%
Refinanciamiento Productivo Agrícola Ganadero	8.21%		8.53%
Reestructura Productivo Agrícola Ganadero	8.21%		8.53%

TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS BANCO CENTRAL DEL ECUADOR VIGENTES PARA	
TASAS REFERENCIALES PARA EL SEGMENTO	TASA ACTIVA EFECTIVA MAXIMA PARA EL SEGMENTO
Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.83
Productivo Agrícola y Ganadero	8.53
Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.50
Educativo Social	7.50
Vivienda de Interés Público	4.99
Vivienda de Interés SocialB	4.99
Inmobiliario	11.33
Microcrédito Agrícola y Ganadero	20.97
Microcrédito Minorista	28.50
Microcrédito de Acumulación Simple	25.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	23.50
Inversión Pública	9.33

OTRAS TASAS REFERENCIALES BANCO CENTRAL DEL ECUADOR	
Tasa Pasiva Referencial	6.24
Tasa Activa Referencial	9.12
Tasa Legal	9.12
Tasa Máxima Convencional	9.33

Fuente: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR - Tasas de interés efectivas 2020

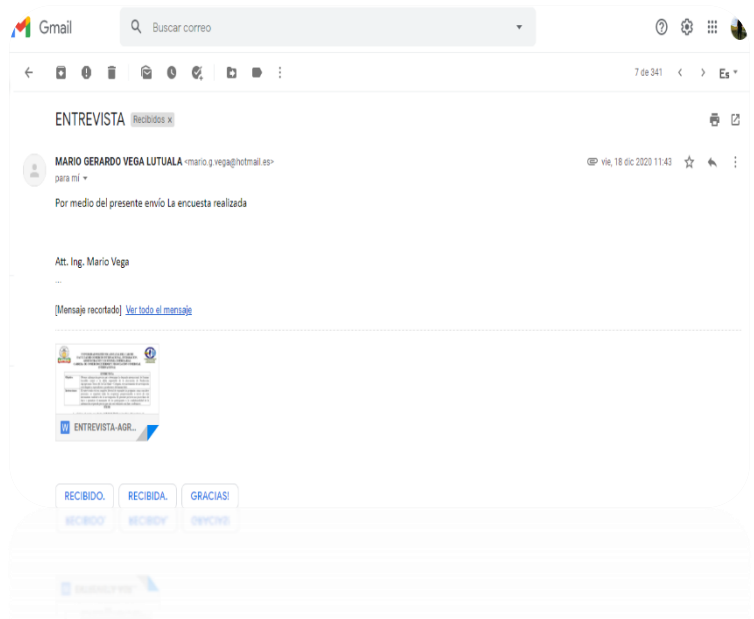
  

BANCA DE SEGUNDO PISO TASA DE INTERÉS	
COMERCIAL PYME DE 1 - 3 AÑOS	6.05%
COMERCIAL PYME DE 3 - 5 AÑOS	6.23%
COMERCIAL PYME DE 5 - 10 AÑOS	6.53%
MICROCREDITO DE 1 - 3 AÑOS	7.05%
MICROCREDITO DE 3 - 5 AÑOS	7.23%
MICROCREDITO DE 5 - 10 AÑOS	7.53%

**Anexo 15** Gobernador de la provincia del Carchi y Especialista Sectorial de la Zona 1 – PROECUADOR.



## Anexo 16 Entrevista Agrocalidad



Anexo 17 ASOPROTS

