



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

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

TEMA:

Estudio de factibilidad económica para exportación de *sticks* de plátano pre fritos congelados hacia Francia.

AUTORA:

Vélez Rivera, Inés María

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

TUTOR:

Econ. Hidalgo Proaño José Luis

**Guayaquil, Ecuador
A los 11 del mes de septiembre de 2020**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

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

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Vélez Rivera, Inés María**, como requerimiento para la obtención del título de Licenciada en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe.

TUTOR:

Econ. Hidalgo Proaño, José Luis

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.

Guayaquil, a los 11 del mes de septiembre de 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Vélez Rivera, Inés María

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, Estudio **de factibilidad económica para exportación de sticks de plátano pre fritos congelados hacia Francia**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 11 del mes de septiembre de 2020

LA AUTORA:

Inés María Vélez Rivera

Vélez Rivera, Inés María



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

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

AUTORIZACIÓN

Yo, Vélez Rivera, Inés María

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Estudio de factibilidad económica para exportación de sticks de plátano pre fritos congelados hacia Francia**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 11 del mes de septiembre de 2020

LA AUTORA:

Inés María Vélez Rivera

Vélez Rivera, Inés María



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Estudio de factibilidad económica para exportación de sticks de plátano pre fritos congelados hacia Francia**, presentado por la estudiante **Vélez Rivera Inés María** fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 3%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND

Document Information

Analyzed document	Vélez Inés Trabajo de Titulación..docx (D78095538)
Submitted	8/24/2020 2:30:00 AM
Submitted by	
Submitter email	inesvr15@gmail.com
Similarity	3%
Analysis address	jose.hidalgo01.ucsg@analysis.urkund.com

Econ. Hidalgo Proaño, José Luis
TUTOR

Agradecimiento

Agradezco en primer lugar a Dios por haberme permitido culminar esta etapa de estudio y cumplir una meta más en mi vida, por ser mi guía y fortaleza para llegar hasta este momento.

Agradezco también a mis padres que han sido un pilar fundamental en cada paso de esta etapa, por haberme incentivado a ser una profesional y ser los principales promotores de cumplir mis metas, de igual manera mi agradecimiento a mis abuelos y tíos por su incentivo y apoyo diario.

De manera especial agradezco a la Ing. Teresa Knezevich por sus consejos, predisposición y apoyo durante mi vida universitaria.

A mi tutor de tesis el economista José Luis Hidalgo Proaño agradezco su orientación y ayuda durante todo el proceso de realización de este trabajo de titulación.

Finalmente agradezco a mis maestros, compañeros y a la universidad en general por todas las vivencias y conocimientos que me han impartido durante los cinco años de carrera universitaria.

Inés María, Vélez Rivera

Dedicatoria

Dedico este trabajo de titulación principalmente a Dios y a la Virgen de Guadalupe quienes me dieron la sabiduría y fueron mi motor para seguir adelante, de igual manera a mis padres quienes con su esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy una meta muy importante, gracias por inculcar en mí valores y el ejemplo de la dedicación, constancia y esfuerzo en todos mis objetivos.

Inés María, Vélez Rivera



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

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

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Econ. Hidalgo, Proaño José Luis
TUTOR

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Ing. Echeverría Bucheli, Mónica, Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA

Ing. Alcívar Avilés, María Josefina, Mgs.
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

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

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Vélez Rivera, Inés María	10

Econ. Hidalgo Proaño, José Luis
TUTOR

Índice General

Introducción.....	2
Capítulo I: Generalidades del Trabajo.....	3
Antecedentes	3
Justificación	6
Justificación Social.....	6
Planteamiento del Problema.....	7
Formulación del Problema	8
Preguntas de Investigación.....	8
Objetivos	8
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos	8
Delimitación del Tema	9
Limitaciones del Trabajo	9
Capítulo II: Marco Teórico, Conceptual y Metodológico	10
Marco Teórico	10
Teoría de Economía para el Desarrollo	10
Teoría de Desarrollo Sustentable.....	10
Teoría de Ventaja Absoluta	11
Teoría de Ventaja Comparativa.....	11
Teoría de Ventaja Competitiva	12
Teoría de Heckscher-Ohlin.....	12

Teoría del Mercantilismo	12
Marco Conceptual.....	13
Plátano	13
<i>Sticks</i> de plátano pre fritos congelados.....	14
Globalización.....	14
Competitividad	14
Estudio de Factibilidad	15
Comercio Exterior	15
Investigación de Mercado.....	16
Cadena de Valor.....	16
Valor Agregado.....	17
Cinco Fuerzas de Porter	17
Estudio Técnico	18
Estudio Financiero.....	19
Sistema Armonizado.....	19
Incoterms	20
FOB.....	20
Marco Legal Ecuador	20
Instituciones	20
Leyes	22
Normas	24
Marco Legal Francia	24
Instituciones	24

Acuerdos, Normas y Certificaciones	25
Marco Metodológico	27
Método Deductivo.....	27
Enfoque Mixto	28
Fuentes de recolección de información	28
Tipo de diseño	28
Alcance	29
Población y muestreo.....	29
Instrumentos de recopilación de información.....	31
Herramientas y procedimientos para procesar información recopilada.....	31
Capítulo III: Estudio de Mercado	32
Contexto	32
Estudio del Macro Entorno	33
Análisis Político, Económico, Social, Tecnológico, Ambiental y Legal (PESTAL)	33
Estudio del Microentorno	40
Cinco Fuerzas de Porter del Mercado Destino	40
Análisis de mercado destino mediante la encuesta	43
Resultados de la Encuesta	43
Mercado Meta	48
Segmentación	48
Factores de decisión de compra	49
Factores Sociales.....	49

Factores Personales	50
Factores Psicológicos.....	50
Mercado de Demanda.....	50
Competidores	52
Competencia Directa	52
Competencia Indirecta - Sustitutos	52
Marketing Mix	55
Producto.....	55
Precio.....	57
Plaza.....	57
Promoción.....	57
Estrategias Básicas de Porter.....	58
Estrategia de Liderazgo en Costos.....	58
Estrategia de Diferenciación	58
Estrategia de Penetración	58
Análisis FODA	59
Capítulo IV: Estudio Técnico.....	61
Estrategia Corporativa	61
Ubicación de la empresa	61
Organigrama de la Empresa	62
Distribución de funciones y responsabilidades.....	62
Plano de la empresa	63
Logo de la empresa.....	64

Misión.....	64
Visión	64
Valores.....	64
Responsabilidad Social Corporativa- Medio Ambiente.....	65
Política de Pago	65
Política de Cobro.....	65
Logística Empresarial.....	66
Cadena de Comercialización y Operaciones de la Empresa	66
Transporte	67
Puerto de Le Havre.....	67
Contenerización	67
Documentación para Exportación.....	68
Requisitos Arancelarios	70
Requisitos No Arancelarios	70
Maquinarias necesarias	72
Capacidad de producción de la planta	76
Empresa Importadora.....	76
Plan de Contingencia	77
Análisis de la Cadena de Valor de la Empresa.....	77
Capítulo V: Estudio Financiero	80
Inversión Inicial.....	80
Costos de Operación	80
Gastos Administrativos.....	81

Gastos por Venta	82
Financiamiento	83
Depreciaciones de Activos	83
Proyecciones del Proyecto	2
Proyecciones de Ventas.....	2
Proyecciones de Costos.....	85
Estado de Resultados.....	85
Flujo de Caja.....	2
Análisis de TIR, VAN y TMAR	87
Tasa Interna de Retorno	87
Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento.....	87
Valor Actual Neto	87
Análisis de Sensibilidad.....	87
Conclusiones y Recomendaciones	89
Conclusiones	89
Recomendaciones	91
Apéndices.....	106

Índice de Tablas

Tabla 1. Valor Nutricional del Plátano Verde.....	3
Tabla 2. Ficha Técnica de Estudio para la recolección de información de fuente primaria	30
Tabla 3. Indicadores de Crecimiento de Francia.....	37
Tabla 4. Países que importan productos congelados a Francia.....	51
Tabla 5. Análisis de situación interna y externa	59
Tabla 6. Análisis de situación interna y externa (continuación)	60
Tabla 7. Inversión Inicial de la empresa	80
Tabla 8. Costos de Operación	81
Tabla 9. Gastos Administrativos	82
Tabla 10. Gastos por Venta.....	82
Tabla 11. Plan de Financiamiento.....	83
Tabla 12. Datos otorgados por la CFN para el financiamiento.....	83
Tabla 13. Proyección de las Ventas (primer escenario).....	85
Tabla 14. Proyecciones de Costos (primer escenario)	86
Tabla 15. Estado de Resultados	87
Tabla 16. Flujo de Caja Anual Proyectado	88
Tabla 17. Cuadro resumen del Análisis de Sensibilidad.....	87

Índice de Figuras

Figura 1. Producción en Ecuador, Volumen de exportaciones y Principales Destinos de exportación.	4
Figura 2. Cifras de la producción bananera y platanera.....	5
Figura 3. Las cinco fuerzas que dan forma a la competencia.	17
Figura 5. Ocupaciones obtenidas de la encuesta.....	44
Figura 6. Conocimiento de consumo del plátano verde obtenido de la encuesta	45
Figura 7. Tipo de presentación de consumo del plátano obtenido de la encuesta	45
Figura 8. Frecuencia de consumo del plátano obtenido de la encuesta	46
Figura 9. Nivel de Aceptación de los sticks de plátano pre fritos congelado	47
Figura 10. Cantidad de preferencia de una funda de sticks de plátano pre fritos congelados.....	47
Figura 11. Precio de preferencia de los encuestados por una funda	48
Figura 12. Papas pre fritas congeladas McCain.....	52
Figura 13. Patatas Fritas Finas Congeladas.....	53
Figura 14. Patatas pre fritas previamente congeladas	53
Figura 15. Patatas rústicas pre fritas congeladas.....	54
Figura 16. Patatas dulces pre fritas congeladas.....	54
Figura 17. Flujograma de Proceso de Elaboración del Producto	55
Figura 18. Organigrama Empresarial de Plantain Verte.	62
Figura 19. Plano de la Plantain Verte.....	63
Figura 20. Logo de Plantain Verte.	64
Figura 21. Dimensiones de caja y pallets para exportación..	68
Figura 22. Los cinco niveles de NutriScore.	72
Figura 23. Máquina de pelado.....	72
Figura 24. Máquina de Corte Industrial	73
Figura 25. Máquina de Lavado Industrial	73
Figura 26. Máquina Transportadora Industrial	74
Figura 27. Máquina de Freír Industrial	74
Figura 28. Máquina de Centrifugado	75
Figura 29. Máquina de Congelación Industrial.....	75
Figura 30. Máquina de Embalaje y Etiquetado.....	76
Figura 31. Cadena de Valor de Porter.....	77

Índice de Apéndices

Apéndice A: Entrevista al Señor Luis Góngora.....	106
Apéndice B: Entrevista a colaborador del departamento de Comercio Exterior de una empresa comercializadora y exportadora de productos a base de plátano en el país.....	109
Apéndice C: Cuestionario de encuesta en español y francés.....	111
Apéndice D: Género y Rango de edades de los encuestados.....	117
Apéndice E: Nivel de ingresos de los encuestados.....	119
Apéndice F: Consumo de productos congelados en base a los encuestados.....	120
Apéndice G: Conocimiento de <i>sticks</i> de plátano.....	121
Apéndice H: Medios de comunicación y lugar de compra de preferencia en base a los encuestados.....	122
Apéndice I: Cálculo de la demanda.....	124
Apéndice K: Documentos de exportación.....	132
Apéndice L: Capital Social.....	135
Apéndice M: Rubros de Inversión Inicial.....	136
Apéndice N: Sueldos y Salarios.....	139
Apéndice O: Amortización por método francés.....	141
Apéndice P: Tabla de Depreciación de Activos.....	142
Apéndice Q: Proyecciones.....	143
Apéndice R: Estado de Situación Financiera.....	145

Resumen

El presente trabajo de titulación busca determinar la factibilidad económica de la exportación de *sticks* de plátano pre fritos congelados hacia Francia. Para este fin se empleó el método deductivo en el contexto de un estudio no experimental y descriptivo, para la obtención de un análisis de mercadeo, técnico y financiero, empleando herramientas cualimétricas como las encuestas, entrevistas a expertos, fuentes bibliográficas y análisis de instrumentos financieros. Los resultados indican que el mercado francés es una buena oportunidad para exportar el producto debido a la inexistencia de competencia directa, un incremento porcentual de la demanda por productos congelados y la cultura por el consumo de productos con inocuidad alimentaria y respeto ambiental. El estudio técnico definió la georreferenciación estratégica de la planta industrial, cercanía a las fuentes primarias de materia prima y disponibilidad de mano de obra para la implementación del proyecto. Se evidenció la viabilidad financiera, obteniendo una TIR del 17,86% y un VAN de \$137.030,85, determinando factibilidad económica de la exportación de *sticks* de plátano pre fritos congelados al mercado francés.

Palabras Clave: factibilidad, *sticks* de plátano, Francia, exportación, congelado

Abstract

This titling work seeks to determine the economic feasibility of exporting frozen pre-fried banana sticks to France. For this purpose, deductive method was used in the context of a non-experimental and descriptive study, to obtain a marketing, technical and financial analysis, using qualimetric tools such as surveys, interviews with experts, bibliographic sources and analysis of financial instruments. The results indicate that the French market is a good opportunity to export the product due to the lack of direct competition, a percentage increase in the demand for frozen products and the culture for the consumption of products with food safety and respect for the environment. The technical study defined the strategic georeferencing of the industrial plant, proximity to the primary sources of raw material and availability of labor for the implementation of the project. Financial viability was evidenced, obtaining an IRR of 17.86% and a NPV of \$ 137,030.85, determining the economic feasibility of exporting frozen pre-fried banana sticks to the French market.

Keywords: *feasibility, banana sticks, France, export, frozen*

Introducción

Ecuador durante muchos años ha sido catalogado como un país agrícola, exportador de materia prima y consumidor de productos terminados importados; siendo un país con una flora y fauna variable y rica. A pesar de tener aquella ventaja los ecuatorianos no emprenden en realizar productos elaborados para exportarlos, siendo hasta el año en curso (2020), el total de las exportaciones menores al total de las importaciones. Con el objeto de incrementar la matriz productiva y mejorar la economía del país, por medio del impulso de las exportaciones no tradicionales, este trabajo de titulación busca estudiar y determinar la factibilidad de exportar *sticks* de plátano pre fritos congelados.

El trabajo se enfoca en el sector de elaborados con materia prima ecuatoriana, en este caso el plátano, debido a que es considerado uno de los sectores menos explotados en el país, del cual podría resultar cambios positivos en la economía de Ecuador. Por otro lado, el país seleccionado como mercado destino es Francia debido al Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea y por ser el segundo país con más importaciones de plátano ecuatoriano.

El primer capítulo del presente proyecto comprende las generalidades de la investigación; dentro de la cual incluye los antecedentes, justificación y objetivos, con la finalidad de acaparar información básica y relevante para la realización de los siguientes capítulos.

Consecuentemente, el segundo capítulo acapara los marcos necesarios para la comprensión a profundidad, en este caso sean teóricos, conceptuales, legales y metodológico. Por otro lado, el tercer capítulo abarca el estudio de mercado realizado al mercado de destino, en el cual se realiza un análisis de oferta y demanda del producto, así como las preferencias y características del consumidor, cabe destacar que se implementó herramientas como la encuesta y entrevistas a expertos para obtener información primaria.

El cuarto capítulo comprende el estudio técnico de la empresa donde se detalla el tipo de empresa, constitución y estructura, así como la logística y documentación necesaria para la exportación del producto hacia Francia. Finalmente, en base a los resultados obtenidos en los capítulos previos se realiza el quinto capítulo que involucra un estudio financiero para determinar la factibilidad del presente proyecto, para luego establecer conclusiones y recomendaciones del mismo.

Capítulo I: Generalidades del Trabajo

Antecedentes

Ecuador es conocido por ser un país exportador de productos de materia prima alimenticia, entre los cuales los más importantes dentro de la balanza comercial son camarón, banano, rosas, entre otros; no obstante existen otros productos que tienen un margen porcentual inferior, dentro de ellos se encuentra el plátano (*Musa AAB*), fruto tropical originado en el sudoeste asiático, perteneciente a la familia de las musáceas (Ordoñez, Vite, & Barrezueta, 2019), este representa un importante sostén para la socioeconomía y seguridad alimentaria del país.

Tabla 1

Valor nutricional de plátano verde

Componentes	Unidades	Valor
Energía	Kcal.	122
Carbohidratos	%	65,6
Carbohidratos	%	32,3
Proteínas	%	1
Fibra	%	0,5
Grasa	%	0,3
Cenizas	%	0,8
Calcio	Ppm	310
Fósforo	Ppm	340
Hierro	Ppm	8
Potasio	Ppm	--
B-caroteno (vitamina A)	Ppm	1,75
Tiamina (vitamina B1)	Ppm	0,6
Riboflavina (vitamina B2)	Ppm	0,4
Piridoxina (vitamina B6)	Ppm	--
Niacina	Ppm	6
Ácido ascórbico (vitamina C)	Ppm	200

Tomado de Paz & Pesantez (2013)

Como se puede apreciar en la Tabla 1, el plátano verde además de su valor nutricional contiene un aporte energético en la dieta de los ecuatorianos. Dentro de los cultivos de plátano existen tres clases, entre los cuales se encuentran el “Maqueño” y

“Dominico” que generalmente es de consumo nacional; y el “Barraganete” que se lo destina mayormente a exportación (Cedeño, 2020).

El plátano a nivel nacional es un producto de alto consumo y sus cultivos son considerados los más comercializados, después del arroz, el trigo y el maíz. Es considerado un producto básico en la dieta diaria de los ecuatorianos, especialmente de quienes habitan en la Costa y Oriente (Paz & Pesantez, 2013). El plátano es utilizado para la elaboración de sopas, patacones, bolones, entre otros platos. Además, también es utilizado para la elaboración de harinas destinadas mayormente a la alimentación de niños, *snacks*, entre otros.

En el 2015 el sector platanero junto con el bananero constituyeron el principal grupo de exportación con un 24,20% del país (Anecacao, 2015)

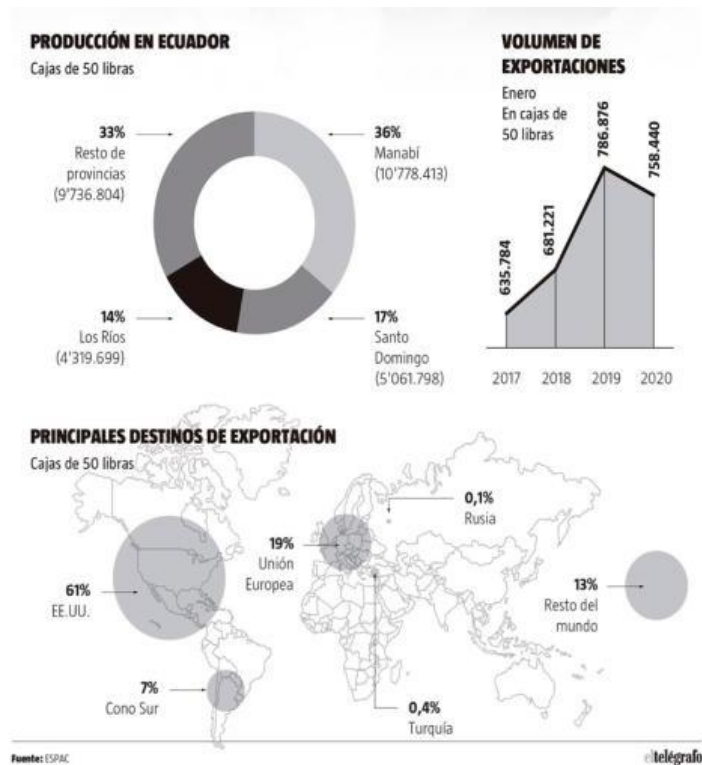


Figura 1. Producción en Ecuador, Volumen de exportaciones y Principales Destinos de exportación. Tomado de “La demanda del plátano”, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2020)

En la Figura 1, se detalla el volumen de exportaciones desde Enero 2017 hasta Enero 2020, en el que muestra que en el 2017 se exportaron 653.784 cajas plátano de 50 libras, en el siguiente año se presentó un incremento a 681.221 cajas de plátano de 50 libras, así mismo como en el 2019 tuvo un ascenso a 786.876 cajas. En el año 2020

debido a la crisis mundial causada por el Covid-19 el volumen de exportaciones decreció a 758.440 cajas de plátano.

Según la Federación de Productores del Ecuador en el año 2019, en El Carmen se produjeron alrededor de 678.047 toneladas métricas, es decir, 29´896.714 cajas de 50 libras de plátano al año entre dominico y barraganete (Molina, 2020); cabe destacar que de El Carmen sale la variedad del barraganete que vende el país a EE.UU. (61%) y la Unión Europea (19%) (El Comercio, 2019).

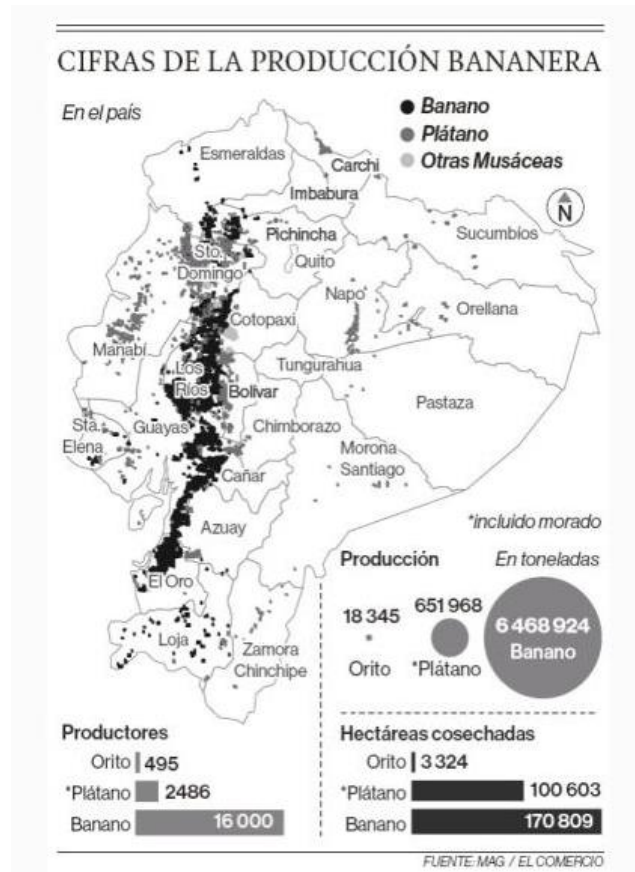


Figura 2. Cifras de la producción bananera y platanera. Tomado de “Producción y comercialización del banano, plátano y sus musáceas”, por Ministerio de Agricultura y Ganadería (2019).

Según la Figura 2, en el país hay 100.603 hectáreas de plátano cosechadas, se encuentra mayormente cultivado dentro del triángulo platanero, el cual está formado por la provincia de Manabí, y en menos cantidades las provincias de Santo Domingo y Los Ríos. Aunque actualmente hay ciertas ciudades que siembran clones del plátano Barraganete y Dominico igualmente con buenas características como Simón Bolívar, Yaguachi y Milagro (Cedeño, 2020).

Según la FAO Statistics Division en el 2013, en el ámbito socioeconómico el plátano es de gran importancia siendo generador de empleos e ingresos a pequeños agricultores, generando 249.000 empleos directos (El Comercio, 2019).

Justificación

Durante el presente siglo, el tema de mayor relevancia e impacto es la globalización, el mundo evoluciona de manera progresiva a pesar de que en determinados grupos de personas genera rechazo. Ahora más que nunca debido a la situación de emergencia que vive el país, acontecen muchos cambios importantes, logrando una contribución positiva al crecimiento de las empresas y/o emprendedores, así como al crecimiento económico, social y cultural de los ecuatorianos. Ecuador diariamente realiza transacciones comerciales con varios países, no obstante se enfoca en la exportación de la gran brecha de productos no elaborados, dejando en segundo plano a la exportación de productos elaborados y desaprovechando esta oportunidad dado que cuenta con esta ventaja.

El presente trabajo de titulación se enfoca en el estudio de factibilidad para iniciar con la exportación de un producto terminado hacia el mercado internacional. Este permite realizar un estudio de mercado y técnico de la exportación de *sticks* de plátano pre fritos, siendo el plátano reconocido a nivel mundial como un producto de calidad y exquisito sabor, resaltando además que Ecuador es considerado como el segundo exportador de plátano verde a Francia.

Desde el punto de vista económico la exportación de productos terminados a mercados extranjeros permite generar ingresos de divisas a nivel nacional y por consiguiente el incremento de la tasa de empleo; y en el caso del exportador generará rentabilidad, puesto que al generarse mayores ingresos se disminuirán ciertos costos debido al volumen de producto a exportar.

Justificación Social

De acuerdo a la línea de investigación de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil enfocada en el crecimiento y desarrollo económico, social y cultural, el enfoque del tema a desarrollar según la línea de investigación formativa de la Facultad de Especialidades Empresariales se centra en el estudio de modelos sustentables de intercambio comercial.

El presente trabajo desde el punto de vista social incentiva a la comunidad ecuatoriana a la elaboración de productos terminados para la exportación de los

mismos a distintos destinos, dando a conocer así la diversidad y calidad de los productos ecuatorianos, representando un futuro cambio de la matriz productiva.

Adicional pretende generar oportunidades de ampliar la participación y el conocimiento de mercados internacionales, conociendo las estrategias de venta y de penetración.

Planteamiento del Problema

El mercado platanero anualmente presenta un incremento de consumo por parte de latinos, caribeños y africanos que han emigrado a distintos países del mundo; a pesar de existir un aumento de demanda existen problemáticas a nivel mundial en los cultivos y comercialización del mismo. Dentro de los cultivos existen obstáculos como la falta de insumos para el control de plagas y enfermedades, y apoyo técnico para la producción; en el caso de la comercialización se dificulta el acceso a los mercados internacionales que son monopolizados por empresas intermediarias, principalmente en referencia a puertos y barcos controlados por dichas empresas; mientras que en la línea logística mayormente se presentan desigualdades en la cadena de valor agrícola, puesto que los intermediarios son los que mayor ganancias perciben por parte de la comercialización del producto, debido a que gran porcentaje de agricultores carecen de apoyo económico por parte del Estado, y no cuentan con flujo de dinero para afrontar posibles riesgos (Baquero, 2017).

Ecuador mantiene una variedad de productos frescos, considerando que entre menos procesos cruce el producto será de mayor preferencia para los consumidores; no incurriendo en la evolución de las preferencias ideológicas debido a las necesidades actuales. Por otro lado, Francia a partir del 2015 remontó sus ventas de productos congelados de distintas categorías porcentualmente hasta el presente año (Navajas, 2016).

Ecuador tiene insuficiencia de exportación de productos semiterminados en base a plátano hacia el mercado europeo, no obstante cuenta con una gran variedad de recursos naturales, sin embargo desde la época republicana es considerado como un país proveedor de materia prima, contando con varios productos estrellas exportados al mercado internacional, como el camarón, banano, rosas, entre otros; esto conlleva a escasez de emprendimientos de productos elaborados o procesados. Por tanto, no se incrementa el número de empresas dando como resultado final el decrecimiento del porcentaje de empleo en el país, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos,

la tasa de desempleo en el país actualmente es de 4,6% con un mayor porcentaje de este en el sector urbano (Feijoo & Del Pozo, 2019).

Desde el año 2007, el Estado retomó la propuesta de transformación de matriz productiva, con el fin de alcanzar la inserción estratégica, focalizando las exportaciones no únicamente en productos primarios provenientes de la explotación de los recursos naturales, sino más bien en productos elaborados mediante los conocimientos y capacidades de la población ecuatoriana (Guim & Romero, 2016).

Formulación del Problema

¿Existe factibilidad comercial, técnica y financiera para la exportación de *sticks* de plátano pre fritos de Ecuador al mercado francés?

Preguntas de Investigación

- 1) ¿Cuál es la fundamentación teórica, conceptual, legal y metodológica en la que se basa el presente proyecto de factibilidad?
- 2) ¿Cuál es la oferta y demanda de los *sticks* plátano pre fritos en el mercado destino?
- 3) ¿Cómo diseñar un estudio técnico adecuado para el acopio, industrialización y exportación de *sticks* de plátano pre fritos congelados al mercado francés?
- 4) ¿Es factible económicamente la exportación de *sticks* de plátano pre fritos congelados al mercado destino?

Objetivos

Objetivo general

Determinar la factibilidad comercial, técnica y económica para la exportación de *sticks* de plátanos pre fritos congelados hacia Francia.

Objetivos específicos

En base al objetivo general, se plantean los siguientes objetivos específicos que serán desarrollados en el presente trabajo de titulación:

- 1) Definir las bases conceptuales, fundamentación teórica, metodológica, legal y conceptual en la que se basa el presente trabajo de titulación.
- 2) Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda de *sticks* de plátano pre fritos congelados a Francia.
- 3) Diseñar un estudio técnico para el acopio, industrialización y exportación de *sticks* de plátano pre fritos congelados al mercado francés.

- 4) Determinar la factibilidad económica de la exportación de *sticks* de plátano pre fritos congelados a Francia.

Delimitación del Tema

Se pretende realizar un análisis que refleje la existencia o carencia de factibilidad de la exportación de los *sticks* de plátano pre fritos congelados desde la ciudad El Carmen, provincia de Manabí. Se analiza también, la creación de una empresa para llevar a cabo la elaboración del producto final y su exportación.

Este trabajo de investigación está diseñado para brindarles a los futuros emprendedores y agricultores de plátano de la provincia de Manabí, una guía para futuros proyectos con destino a mercados internacionales. En este contexto, el presente trabajo de titulación no produce la materia prima, teniendo como finalidad el acopio, industrialización y exportación de un producto a base de plátano. Por lo tanto, en el capítulo financiero se detallará la inversión inicial, costos y gastos de elaboración del producto, así como también el detalle de todos los costos y gastos de exportación con el incoterm FOB.

Limitaciones del Trabajo

La falta de información en la web acerca de los posibles proveedores de plátano en la ciudad El Carmen es un aspecto que limita el alcance de este trabajo de investigación, debido a que no todos ellos son accesibles por medio de la web sino más bien de manera presencial. Adicionalmente existe poca información acerca de exportaciones de producto terminado congelado basado en plátano, existiendo accesibilidad limitada a estadísticas actualizadas correspondientes al presente año las cuales permitirían obtener una idea más clara de los posibles mercados. Como última limitación se encuentra la realización de las encuestas a la población del mercado destino debido a la situación de emergencia que el mundo vive gracias al COVID-19.

Capítulo II: Marco Teórico, Conceptual y Metodológico

El presente capítulo hace una introducción a cada una de las teorías y conceptos básicos relevante y necesarios para el entendimiento del desarrollo del proyecto. Del mismo modo, enmarca el aspecto legal tanto de Ecuador como de Francia y el marco metodológico del presente trabajo de titulación.

Marco Teórico

Teoría de Economía para el Desarrollo

La Teoría de Economía para el Desarrollo, es propuesta por Amartya Sen pionero en la evaluación de elementos que impactan a las economías que estuvieron al margen de la ortodoxia, surgió en la segunda mitad del siglo XX y pretende identificar las condiciones y estructuras socioeconómicas necesarias para hallar una senda de desarrollo humano y crecimiento económico sostenido productivo o no (Sen, 2016).

Por tanto, para el desarrollo socioeconómico Sen estipula que se debe orientar al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible, en los cuales interviene la dignidad, cualidad para acabar con la pobreza y mantener al margen las desigualdades; las personas, para garantizar una vida estable y sana sin discriminación; la prosperidad, para constituir una economía inclusiva, sólida y transformadora; el planeta, para el cuidado y protección de los ecosistemas y garantizar un ambiente de calidad a las futuras generaciones; la justicia, con la finalidad de crear sociedades seguras y sólidas; y por último la asociación. La finalidad de la aplicación de los criterios es eliminar los factores de desigualdad humana la pobreza, la escasez de oportunidades económicas y las privaciones sociales sistemáticas (Tassara, 2016).

Teoría de Desarrollo Sustentable

El desarrollo es la condición de satisfacción de las necesidades de la población de una nación mediante el uso racional y sustentable de los recursos naturales. El desarrollo sustentable analiza minuciosamente mediante fundamentos éticos lo que pretende alcanzar para poder determinar y satisfacer las necesidades actuales sin comprometer las futuras, desarrollando alternativas para resolver las contradicciones entre los proponentes de los límites de crecimiento y los economistas; mientras que la sustentabilidad es una forma de entenderse frente al mundo (Cortés, 2016).

Las teorías de sustentabilidad del desarrollo dieron lugar a los modelos neoliberales que impusieron al mercado como regulador de las relaciones entre producción y medio ambiente, entre sus características se encuentra la presencia de ganancia social, manejo múltiple de agroecosistema y la producción sustentable. La Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible asegura que mediante el multilateralismo se debe promover el cumplimiento y aplicación del desarrollo sostenible (Odriozola, 2008).

Para el cumplimiento de esta teoría intervienen tres actores sociales, la coordinación, cooperación y compromiso, con la finalidad de cuestionar el desarrollo y sistema de dominación convencional, el contexto y necesidades socioeconómicas y ecológicas del momento. Por lo tanto, toda propuesta en base a esta teoría se basa en pluralidad de los actores involucrados (Martínez & Martínez, 2016).

Teoría de Ventaja Absoluta

La Teoría de Ventaja Absoluta fue propuesta por Adam Smith, que expone la ley de rendimientos crecientes de escala en la producción de manufacturas, Smith situó los rendimientos crecientes en un contexto explicativo de cómo hacía falta una cantidad de trabajo mucho menor para fabricar cada pieza con una ampliación de conocimiento del desarrollo económico, tecnológico, factor humano y organización industrial (Prado & De Diego, 1994).

En esta teoría Smith sostenía que con el libre comercio cada país podría especializarse en la producción de aquellos bienes en los cuales tuviera una ventaja absoluta, es decir que pudiera producir de manera más eficiente que otros países, e importar aquellos otros en los que tuviera desventaja absoluta, es decir, que produjera de manera menos eficiente. Smith afirma que esto conduciría a un incremento de la producción mundial, el cual sería compartido por los países participantes en el comercio (González, 2011).

Teoría de Ventaja Comparativa

La Teoría de Ventaja Comparativa, propuesta como “ley de la ventaja comparativa” o “costo comparativo”, ha sido desarrollada sistemáticamente desde Adam Smith en 1776 hasta que finalmente en 1817 David Ricardo establece argumentos efectivos explicando la razones del comercio internacional (Sanjinés, Vargas, & Herrera, 2002).

Adam Smith afirma en sus libros que la causa del comercio libre es el beneficio que obtienen los países al intercambiar bienes con ventaja absoluta. No obstante, Ricardo establece que aún cuando un país tuviera una desventaja absoluta en la producción de ambos bienes con respecto al otro país, si los costos son relativos, o costos de un bien medido en términos del otro bien, son diferentes el intercambio es posible y mutuamente beneficioso. La nación menos eficiente debería especializarse en la producción y exportación del bien en el cual su desventaja absoluta es inferior. Este es el bien en el que el país tiene ventaja comparativa (González, 2011).

Teoría de Ventaja Competitiva

La Teoría de Ventaja Competitiva fue propuesta por Michael E. Porter. Dentro su libro el estipuló que la ventaja competitiva es necesaria para diferenciarnos de los competidores y tener una oferta de valor única que nos haga preferidos por los clientes (Porter, 1900).

Porter estipuló que las empresas deben realizar acciones estratégicas para ser más eficientes que los competidores (liderazgo en costos) o hacer productos y/o servicios de manera diferente a ellos (diferenciación) [...] las ventajas competitivas solo pueden ser entendidas viendo a la empresa de manera sistemática, como un divisible en partes o subsistemas (Porter, 1900).

Teoría de Heckscher-Ohlin

Esta teoría fue propuesta por dos economistas suecos, Eli Heckscher y Bertil Ohlin. Heckscher afirmaba que los requisitos para iniciar el comercio internacional se presenta en la diferente escasez relativa, es decir, distintos precios relativos de los factores de producción en los países que comercian, y diferentes proporciones de factores productivos para bienes distintos (González, 2011).

Por ende, el teorema de Heckscher-Ohlin explica la existencia de la ventaja comparativa de un país a partir de ciertos factores como la cantidad y calidad de insumos que utilizan para la elaboración de un bien, ellos afirman que los bienes pueden ser producidos con distintas proporciones de insumos y que los factores no tienen movilidad entre dos economías (Case & Fair, 2008).

Teoría del Mercantilismo

El Mercantilismo es un sistema teórico y práctico que surge con el advenimiento de la Edad Moderna (Sanz, 2006). La teoría del mercantilismo propuesta

por Thomas Mun nace entre el siglo XVI y XVII, esta surge gracias a una prohibición que no era necesaria y que las exportaciones de oro en un país debían ser iguales a su déficit comercial (teniendo que el método de pago antiguamente era el oro), por lo tanto si un país tenía superávit comercial iba a estar importando, y no exportando, oro, por lo que no era necesario prohibir las exportaciones de oro sino que era suficiente asegurar una balanza comercial superavitaria.

Esta teoría en sí afirma que con las ganancias que generan las exportaciones se pagarían las importaciones, y postula al Estado como principal agente frente las restricciones de importaciones para que esta teoría se pueda cumplir (Rojas, 2007).

Marco Conceptual

El marco conceptual incluye la descripción de los principales conceptos en los que se fundamenta el estudio, entre los que se encuentra plátano, *sticks* de plátano pre fritos congelados, competitividad, análisis de factibilidad, comercio exterior, investigación de mercado, cadena de valor, valor agregado, cinco fuerzas de Porter, estudio técnico, estudio financiero, sistema armonizado, incoterms y FOB. Estos conceptos son utilizados y analizados a continuación en el presente capítulo.

Plátano

El plátano es un cultivo de origen asiático que surge aproximadamente desde el año 650 D.C., es un fruto emblemático del trópico, también conocido como “bananas de cocción”, puesto que cuenta con un alto contenido de almidón por lo que debe ser cocido antes de ser consumido. El término que lo representa es *Musa paradisiaca* proveniente del nombre *Musa Sapiens* que significa alimento de la sabiduría, este se caracteriza por su delgadez, tonalidad naranja claro y su forma angular en la punta (Sepúlveda, Ureta, Hernández, & Solorzano, 2017).

En la época colonial el cultivo del fruto era casero, mientras que en el siglo XVI en las Islas Canarias iniciaron actividades comerciales con el mismo. A lo largo de los años se fue expandiendo su cultivo a varios continentes, incluido América. América Latina tiene amplios cultivos del fruto y exporta un 60% al mercado americano, europeo y asiático (Delgadillo, 2014).

Cabe destacar que el plátano cuenta con siete fases de maduración antes de considerarlo no apto como materia prima o para el consumo de las personas; la primera y la segunda fase engloba un plátano verde, la tercera fase es considerado un plátano

pintón, es decir su sabor y textura cambian, a partir de la cuarta ya es considerado plátano maduro.

***Sticks* de plátano pre fritos congelados**

Los *sticks* de plátano son piezas o trozos de plátano cortadas en modo de bastones de dos a tres centímetros de espesor, estos proceden a ser sometidos a fritura y luego a ser escurridos para eliminar la mayor cantidad de aceite, cabe destacar que al momento de terminar el proceso anterior los *sticks* tendrán un espesor de un centímetro. Inmediatamente se debe congelar el producto procesado para favorecer la formación de pequeños cristales de hielo y evitar el daño de la estructura física del producto y la liberación del agua en el proceso de fritura que realice el consumidor final. Por último, el producto se empaqueta en bolsas de polietileno o en bolsas de empaque al vacío para el mantenimiento de su forma y calidad (Martínez, Pinzón, & Peña, 2005).

Globalización

La globalización por lo general es analizada desde posiciones políticas, socioeconómicas, geopolíticas, etc, no obstante existen rasgos significativos que presentan todas las interpretaciones y es el avance de la división internacional del trabajo, la cual se caracteriza por una mayor interacción e interdependencia de los factores y actores que intervienen en el proceso de desarrollo mundial (Romero, 2002). Económicamente el término globalización hace referencia a la liberación del tráfico de mercancías, capitales, dinero y servicios; y a la internalización de la producción (Hirsch, 1996).

Por otra parte, de acuerdo a McGrew y Lewis en el libro *Globalization and the Nation States* “la globalización se refiere a la multiplicidad de los vínculos e interconexiones entre los Estados y las sociedades, que conforman el actual sistema mundial” (Baró, 1997). Así mismo señala que esta posee dos fenómenos, amplitud e intensidad refiriéndose a los procesos que operan en el mundo.

Competitividad

A partir de la globalización surge la reconceptualización de competitividad, esta se define como el objetivo global de la dimensión económica o un estado económico transitorio, se enfoca en las conductas y perspectivas para ejercer influencia en una acción (Chavarría, Sepúlveda, & Rojas, 2002).

La competitividad se centra en un escenario integral, englobado por niveles macroeconómicos, microeconómicos y mesoeconómicos que faculta a las empresas a interactuar dentro de un sector hasta convertirse en un punto de referencia en ese entorno (Ramírez, 2006).

Estudio de Factibilidad

El estudio de factibilidad es aquel que desarrolla aproximaciones sucesivas, donde se define el problema a resolver. Para ello se parte de supuestos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la evaluación profunda en la elaboración del estudio técnico, financiero y de mercado (Santos, 2008).

Comercio Exterior

El comercio exterior puede considerarse como una técnica de economía exterior, denominada sector exterior; abarca el conjunto de relaciones de intercambio de bienes y servicios comerciales de un país (residentes) con socios extranjeros (no residentes) mediante ventas o compras que originan créditos y obligaciones en divisas y euros, relación que implica obligatoriedad jurídica nacional e internacional (Lafuente, 2010). Dentro del comercio exterior se presentan dos eventos importantes, como son exportación e importación.

Exportación

La exportación es un proceso que se enfoca en desarrollarse en un nuevo mercado, distinto al nacional; este permite a las pymes o grandes empresas incrementar las operaciones comerciales, tiene un impacto significativo sobre la cantidad nacional de reservas de divisas y el aumento de reconocimiento nacional e internacional, teniendo como resultado valores positivos en la balanza comercial, incentivando al incremento de la matriz productiva, industria doméstica y empleo (Navarro, Rey, & Barrera, 2017).

Según Pro Ecuador (2017), tanto los ecuatorianos como los extranjeros residentes en el país pueden ser exportadores, no obstante los mismos deben cumplir ciertos requisitos que a continuación se detallan:

- Siendo persona natural o jurídica, contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC), señalando la actividad económica que va a desarrollar.

- Adquirir la firma digital, también denominado TOKEN.
- Registrarse como exportador en sistema aduanero ecuatoriano (Ecuapass).
- Registrar dentro del sistema sus datos para la obtención de un usuario, finalmente aceptando las políticas establecidas y mediante una actualización obtener la firma digital.

Importación

La importación es la operación en la que una mercancía extranjera sometida a regulación y fiscalización tributaria ingresa al país de origen. Cabe destacar que esta debe cumplir con todos los requisitos que el país destino solicite para la aceptación del mismo. Esta operación se puede realizar mediante distintos medios de transporte, siendo los más comunes el marítimo y aéreo (Carrillo, 2019).

Investigación de Mercado

Según Prieto (2013), “la investigación de mercado es la reunión, el registro y el análisis de todos los hechos acerca de los problemas relacionados con la transferencia y venta de bienes y servicios del productor al consumidor” (pp. 2).

La investigación de mercado es realizada por un grupo de personas mediante procedimientos e instrumentos para la recolección, valoración y difusión de información con la finalidad de obtener datos necesarios para realizar análisis del entorno y su situación actual, evaluarlos y tomar decisiones (Grande & Abascal, 2017).

Cadena de Valor

La cadena de valor es una herramienta de análisis empresarial propuesta por Michael Porter, establece en sus libros “Estrategias Competitiva” y “Ventaja Competitiva” que esta es un marco para analizar las empresas en el mercado y la competencia, para crear ventaja competitiva. Las actividades de la cadena de valor pueden ser primarias o de apoyo y están vinculadas a la creación de valor, ya sea en el producto o servicio, proveedores, y clientes. Las actividades primarias contemplan la logística de la empresa, operaciones, mercadeo y servicios post venta; mientras que las de apoyo contemplan la infraestructura de la empresa, gestión de los recursos humanos, desarrollo de la tecnología y compras (Griñan & Barros, 2019).

Valor Agregado

Según Blank y Tarquin (2012), el valor agregado “indica que un producto o servicio incrementó su valor desde la perspectiva del propietario, inversionista o consumidor” (pp. 615). El Valor Agregado es aplicado por el área de mercadeo de la empresa, mediante un análisis de las necesidades y productos existentes dentro del mercado para mantener el poder de fijación de precios de la compañía o aumentar los precios sin perder participación del mercado.

Cinco Fuerzas de Porter

Las Cinco Fuerzas de Porter es un modelo que ayuda a visualizar cómo se da la competencia por utilidades en todas las industrias. Lo importante no es usárlas para declarar no atractiva a la industria, sino más bien para conocer el desempeño de la industria (Magretta, 2014).

Dentro de las cinco fuerzas que moldean la competencia en un sector se encuentran la rivalidad entre los competidores existentes, la amenaza de nuevos entrantes, el poder de negociación de los proveedores, la amenaza de productos o servicios sustitutivos y el poder de negociación de compradores (Porter, 2017).

Las cinco fuerzas que dan forma a la competencia del sector

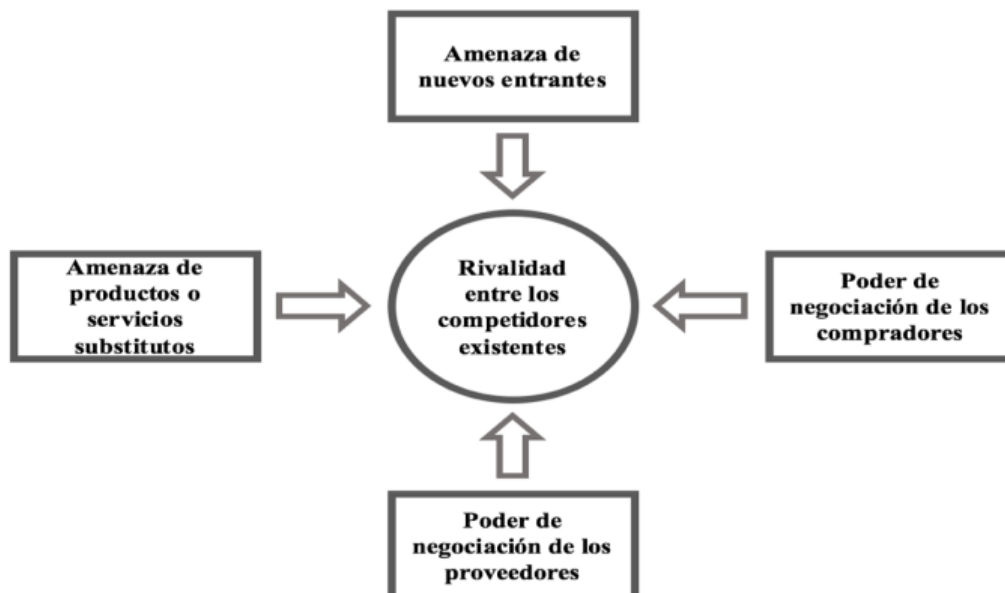


Figura 3. Las cinco fuerzas que dan forma a la competencia. Adaptado de “Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia” (Porter, 2008)

A continuación se detalla cada una de las fuerzas que se encuentran reflejadas en la Figura 3.

Amenaza de Entrada: Hace referencia a los nuevos participantes en el mercado que pueden ser amenaza para la empresa, por lo general con productos sustitutos introduciéndose en el mercado y ejerciendo presión en precios y costos para poder competir y ganar clientes (López, Arvizu, Asain, Mayett, & Martínez, 2018).

Poder de negociación de los proveedores: Los proveedores son considerados esenciales dentro de las empresas, puesto que estos son influyentes en el valor y calidad del producto a comercializar; mayormente los proveedores presentan un alto nivel de negociación, debido a su importancia en el proceso de producción (Goicoechea & Souto, 2018).

Poder de negociación de los compradores: El poder de negociación por parte de los compradores dependerá de un conjunto de circunstancias del sector, cuando el comprador tiene un alto poder quiere decir que existen pocos compradores en el mercado, asumen costos bajos por seleccionar otro vendedor, y tienen alta sensibilidad en relación al precio (Ramírez & Ferradas, 2019).

Amenaza de productos o servicios sustitutos: Los productos o servicios sustitutos deben suplir las mismas necesidades para generar alguna amenaza a la empresa; es por eso que el producto a ofrecer tiene que presentar alguna ventaja competitiva para que estos posibles productos o servicios no afecten en gran magnitud (Lombana, Molina, Muñoz, & Muñoz, 2016).

Rivalidad entre competidores existentes: La rivalidad entre competidores hace referencia al enfrentamiento entre las empresas por motivo de la posición en el mercado; para ello suelen incluir ciertas tácticas como descuentos en los precios, mejoras en el producto y/o servicio y campañas de publicidad. Dentro de esta existe un relación directa puesto que si hay mayor cantidad de competidores, mayor rivalidad existirá en el mercado entre las firmas (López et al., 2018).

Estudio Técnico

El estudio técnico es aquel que indica detalladamente el diseño de proceso a utilizar, las etapas de cómo se llevará a cabo la exportación, los factores para exportar un producto a un mercado internacional; para ello se recopilan datos del producto, de la oferta y demanda del mercado, entre otros. El estudio técnico muestra y justifica

cuál es la alternativa técnica que le favorece a la empresa según los criterios y necesidades de la misma (Maxwell, 2019).

Estudio Financiero

El estudio financiero es un análisis mediante la recopilación, interpretación y comparación de datos cualitativos y cuantitativos, y de hechos históricos y actuales de la empresa; tiene como objeto obtener un diagnóstico sobre el estado real de la compañía, permitiéndole con ello una adecuada toma de decisiones (Baena, 2014).

Sistema Armonizado

El Sistema Armonizado es la nomenclatura internacional dispuesta por la Organización Mundial de Aduanas, en la cual se clasifica el producto o mercancía conforme a un sistema de códigos de seis dígitos, adicional a esto pueden desencadenar subclasificaciones de más de seis dígitos con fines arancelarios o de otra clase (Organización Mundial del Comercio, 2020).

De acuerdo al Ministerio de Comercio Exterior (2017), la codificación de los *sticks* de plátano pre fritos congelados es la siguiente:

Sección II (Productos del Reino Vegetal): “Plantas vivas y productos de la floricultura; hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios; frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías; café, té, yerba mate y especias; cereales; productos de molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo; semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales; paja y forraje; gomas, resinas y demás jugos y extractos vegetales; materias trenzables y demás productos de origen vegetal, no expresados ni comprendidos en otra parte”. (pp 2)

Capítulo 8 Frutas y frutos comestibles

08.11.90 .10 Frutos y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.

Nota: En este documento los frutos congelados se clasificaron en la misma partida que los frutos frescos. Normativa técnica sanitaria unificada para alimentos procesados, plantas procesadoras de alimentos, establecimientos de distribución, comercialización, transporte de alimentos y establecimientos de alimentación colectiva.

Incoterms

Los incoterms son normas internacionales que se enfocan en la interpretación de los términos relacionados al comercio internacional, con la finalidad de mantener un registro y velar por la seguridad jurídica en las transacciones comerciales nacionales e internacionales. Estas normas fueron publicadas por primera vez en 1936 por la Cámara de Comercio Internacional, y progresivamente han sido actualizadas hasta las presentes “Incoterms 2020” (Llamazares, 2019).

Dentro de la norma se plantean once tipos de incoterms o términos comerciales, entre los cuales se encuentran “En fábrica” o “*Ex Works*” (EXW), “Franco transportista” o “*Free Carrier*” (FCA), “Franco al costado del buque” o “*Free Alongside Ship*” (FAS), “Franco a bordo” o “*Free on Board*” (FOB), “Coste y flete” o “*Cost and Freight*” (CFR), “Coste, seguro y flete” o “*Cost, Insurance and Freight*” (CIF), “Transporte pagado hasta” o “*Carriage Paid To*” (CPT), “Transporte y seguro pagados hasta” o “*Carriage and Insurance Paid To*” (CIP), “Entregada en el lugar convenido” o “*Delivered At Place*” (DAP), “Entregada en el lugar de descarga” o “*Delivered At Place Unloaded*” (DPU), y “Entregada. Derechos pagados” o “*Delivered Duty Paid*” (DDP).

FOB

Free on board o Franco a Bordo, es un tipo de incoterm muy recurrente en las exportaciones, puesto que no se necesita tener mucho conocimiento de los procedimientos aduaneros a cumplir en los mercados destino y de los procesos de distribución física de mercancías. Dentro de este el exportador no corre tanto riesgo, debido a que el comprador tendrá bajo su responsabilidad los gastos y riesgos de pérdida o daño de la mercancía a partir de la salida del avión del aeropuerto, o la salida del buque del puerto. En síntesis, el exportador es responsable de la mercancía, la documentación aduanera y los costos hasta el puerto de salida (Cámara de Comercio de Bogotá, 2008).

Marco Legal Ecuador

Instituciones

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros es una entidad con autonomía administrativa y económica, que se encarga de la vigilancia y control de

las organizaciones y otras entidades en las circunstancias y condiciones establecidas por la ley, supervisando las actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las mismas (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2020b).

Instituto Ecuatoriano de Normalización- INEN

El INEN es una entidad ecuatoriana que se enfoca principalmente en las reglamentaciones técnicas, la ejecución de procesos establecidos en el Sistema Ecuatoriano de Calidad, llevando un control del cumplimiento de los reglamentos para ser distribuidos y comercializados en el territorio nacional. Adicionalmente esta entidad satisface la demanda nacional en los campos de la Normalización, Reglamentación, Metrología y Evaluación de la Conformidad, contribuyendo al mejoramiento de la competitividad, de la salud y seguridad del consumidor, la conservación del medio ambiente y la promoción de una cultura de la calidad para alcanzar el buen vivir (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2020).

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria es una institución encargada de la regulación, vigilancia sanitaria y control técnico de varios productos entre los cuales se encuentran los productos procesados. Esta agencia trabaja en conjunto con el Ministerio de Salud Pública (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2020).

El artículo 6 numeral 18 de la Ley Orgánica de Salud especifica que el Ministerio de Salud Pública es aquel que debe encargarse del chequeo y regulación del control sanitario de la producción y comercialización de alimentos procesados para garantizar seguridad y calidad en los productos a comercializar (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2017).

Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones

El Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones es la entidad gubernamental encargada de la Política de Comercio Exterior e Inversiones que se enfoca en favorecer de manera estratégica la inserción económica y comercial del país en el marco internacional, contribuyendo a la integración latinoamericana y al cambio de la matriz productiva obteniendo resultados de crecimiento en el ámbito económico y social del país (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2020).

Servicio de Rentas Internas

El Servicio de Rentas Internas (SRI) es una entidad gubernamental creada el 2 de diciembre de 1997, destacada por su transparencia y firmeza en la toma de decisiones, que se encarga de regular y gestionar la política tributaria y principios constitucionales en Ecuador, con el fin de proporcionar a los contribuyentes y al país una mejora continua (Sistema de Rentas Internas, 2020).

Servicio Nacional Aduana del Ecuador

El Servicio Nacional Aduana del Ecuador (SENAE) es una entidad ecuatoriana autónoma y moderna encargada de contribuir con el desarrollo económico y la sostenibilidad fiscal suscitando el comercio justo en beneficio a la comunidad; dentro de los servicios que ofrece esta entidad se encuentran la atención al cliente con relación a su plataforma virtual Ecuapass, nacionalización de mercancías, entre otros (Servicio Nacional Aduana del Ecuador, 2020).

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) es una entidad gubernamental encargada de la estadística nacional y el encargado de elaborar reportes estadísticos oficiales del país para conocimiento público, toma de decisiones en la política pública (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2020).

Leyes

Ley de Compañías

En la Ley de Compañías RO/312 del 5 de noviembre de 1999 se explica todo lo relacionado a la constitución de una firma, especies de compañías, prohibiciones, entre otras. En el presente trabajo se plantea la constitución de una Responsabilidad Limitada para la exportación de los *sticks* de plátano pre fritos congelados hacia el mercado destino, puesto que está formada por un grupo familiar. La razón social de la empresa es Plantain Verte.

De acuerdo al Art. 92 la compañía de responsabilidad limitada (CIA LTDA.) puede ser formada por dos o más personas, que únicamente respondan por las obligaciones sociales hasta la suma total de las aportaciones individuales; además en el Art. 94 sostiene que las compañías de responsabilidad limitada pueden tener actividades relacionadas a actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles por la ley (Comisión Legislativa y Codificación, 1999).

A continuación se detalla cada una de las actividades o pasos a realizar para su creación, cabe destacar que estos están postulados según la emergencia sanitaria de Covid-19.

El primer paso es seleccionar qué tipo de compañía se va a constituir, con ello aperturar una cuenta de integración de capital en la entidad bancaria de la preferencia del individuo con un monto mínimo de 400 dólares, en el caso de ser Compañía Limitada; posteriormente se debe ingresar al sitio web de la Superintendencia de Compañías y Valores, en la cual se procede a registrar los datos para crear un usuario y finalmente confirmar los datos por medio del correo electrónico (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2020a).

El tercer paso es realizar una reserva de denominación para constitución de una empresa, siendo aprobado el nombre de la firma, se procede a hacer *click* en la opción “Constituir una compañía”. Al momento de ingresar en esa opción selecciona la reserva de denominación y presiona “Continuar”, adicional descarga el formulario de constitución de compañías y completa las cinco secciones que están conformadas por socios o accionistas, datos generales de la firma, información de representantes legales, documentos solicitados; y el cuadro de suscripciones y pago de capital (Rodríguez, 2018).

Posteriormente, el sitio web señala automáticamente costos por servicios notariales y registrales, los cuales fluctúan entre trescientos y cuatrocientos dólares dependiendo del capital de negocio; estos montos deben ser cancelados en el Banco del Pacífico. Por ejemplo, si el capital inicial es de 800 dólares el valor a pagar será de 365,94 dólares, los cuales incluyen 286,94 dólares del valor del notario incluido IVA, 25 dólares el valor de la tasa fija del Registro Mercantil, 4 dólares el monto por cuantía; y 50 dólares por el nombramiento del gerente y presidente (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2020a).

Finalmente se selecciona la Notaría de preferencia o la más cercana al domicilio del individuo, lee y acepta las condiciones del proceso de constitución electrónica, e inicia el trámite. Con el proceso *online* terminado y el pago del monto asignado cancelado se recibe el RUC de la empresa y se habilita para operar como firma (Rodríguez, 2018).

Normas

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones del Ecuador en el Art. 2 hace referencia a la importancia de la actividad productiva, puesto que es la actividad por la cual la mano de obra humana transforma la materia prima o insumos en un producto con valor agregado, así mismo en el Art. 3 enfatiza la regulación del proceso productivo, con el fin de incentivar e impulsar la elaboración de bienes o servicios con valor agregado para incrementar la productividad en la industria ecuatoriana y favorezca al desarrollo sostenible y sustentable de la sociedad (Del Pozo, 2018).

Por medio del Decreto Ejecutivo No.776 se remitió el Reglamento General para la Organización y Funcionamiento de PROECUADOR que señala en el Art 2. que mediante esta entidad se pretende alcanzar una correcta promoción de la oferta exportable de bienes y/o servicios del país consolidando las exportaciones y diversificaciones de mercados y productos, promover una adecuada cultura exportadora, adicionalmente procurar la inserción estratégica en la compraventa internacional de todos los productos nacionales (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras, 2011).

Marco Legal Francia

Instituciones

Servicio Nacional de Aduanas de Francia (Douane Française)

La aduana francesa es aquella entidad que regula el flujo de las mercancías, ya sean de entrada o de salida del país, a lo largo de los años ha logrado desarrollar y diversificar sus misiones, entre las cuales se encuentra la lucha contra el fraude dentro de las actividades del comercio, sustentabilidad económica del país y una correcta fiscalización (Douanes&Droits Indirects, 2020).

Association Française de Normalisation

La *Association Française de Normalisation* es una entidad establecida en 1926, la cual consta de alrededor 2500 miembros; su principal objetivo es liderar y coordinar el proceso de estándares de calidad y promover la aplicación de los mismos en los productos que se comercializan en el mercado (International Organization for Standardization, 2020).

Acuerdos, Normas y Certificaciones

Acuerdo Multipartes Ecuador- Unión Europea (UE)

El Acuerdo Multipartes Ecuador-Unión Europea es el primer acuerdo comercial integral con un socio estratégico perteneciente al continente europeo, puesto que Ecuador generalmente realiza acuerdo con socios latinoamericanos. La finalidad de este acuerdo es incrementar las exportaciones ecuatorianas hacia la Unión Europea tanto de insumos tradicionales y no tradicionales, estimular el crecimiento del PIB y la inversión extranjera de socios europeos. Dentro de las cláusulas describe la implementación de una degravación gradual desde 5 a 17 años a las mercancías de sectores lácteos, textiles, maquinaria, entre otros; con ello se libera el 95% de líneas arancelarias por parte de la Unión Europea, y por consiguiente el 60% por parte de Ecuador, generando ahorro y facilidades para los exportadores ecuatorianos existentes y futuros (Albuja & Bravo, 2019).

Norma ISO 9001:2015 Sistemas de gestión de calidad

Las normas ISO fueron creadas por la federación mundial de organismos nacionales de normalización “*International Organization for Standardization (ISO)*”, fijando nuevas terminologías referentes a calidad; la finalidad al ejecutar estas normas es generar una guía acerca de cómo integrar los requisitos de múltiples estándares de sistemas de gestión de calidad, ya sean regidas por ISO o no; en la que incluye una guía del producto o servicio, control procesos de elaboración del mismo, control de cambio, análisis y evaluación de la satisfacción del cliente, entre otros (Cortés, 2017).

Actualmente se encuentra vigente la quinta edición (ISO 9001:2015) que fue publicada el 23 de septiembre de 2015, sustituyendo a la cuarta edición (ISO 9001:2008) logrando generar mayor compatibilidad e integración de las normas de calidad de los países mediante la solicitud de requisitos relacionados a calidad, teniendo como resultado final la satisfacción de los clientes (Mesquida, Mas, Amengual, & Cabestrero., 2010).

La norma ISO 9001:2015 complementa el Sistema de Gestión de Calidad, puesto que se enfoca en todos los elementos relacionados a la gestión de la calidad con los que la empresa debe de contar al momento de exportar un producto al extranjero. Los clientes se inclinan por proveedores que cuenten con esta acreditación, puesto que genera confiabilidad y seguridad en relación a la calidad del producto. Por lo general,

un agente de un ente certificador cada seis meses realiza una auditoría para mantener constancia de la aplicación de la misma (Jiménez, Loaiza, & Llano, 2018).

Norma ISO 14001

La norma ISO 14001 es una norma internacional de la familia de normas ISO 14000, la cual está relacionada a la gestión ambiental, especificando cada uno de los requisitos y metodologías para un adecuado sistema de control ambiental, facultándole a las organizaciones estipular políticas y objetivos en base a los impactos ambientales que las firmas puedan controlar y sobre los que tienen influencia (Cuevas, Rocha, & Soto, 2018).

Esta norma puede aplicarla cualquier empresa que tenga como finalidad implementar y/o mejorar el sistema de gestión ambiental; demostrar a los clientes la importancia del medio ambiente en la empresa; y solicitar una certificación de una organización externa acerca de la gestión ambiental de la firma. Por lo general, es solicitada para ser acreditador de una ventaja competitiva en relación a demás empresas (Pérez & Berajano, 2008).

Entre los beneficios de la implementación de la norma ISO 14001 se encuentra el mejoramiento de la imagen de la firma, el fortalecer la confianza de los clientes y aumentar la fidelidad de clientes, entre otros. Las normas ISO en general se sustentan bajo el enfoque PHVA (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar), siendo un modelo participativo dentro de las compañías para alcanzar la mejora continua (García, Herrera, & Tibavizco, 2018).

Norma ISO 22000

Norma ISO 22000 es una norma internacional que gestiona los requisitos en relación a un sistema de gestión de inocuidad de los productos alimenticios en el proceso de la cadena alimentaria, proporcionando control de peligros relacionados con la inocuidad de los alimentos, asegurándose de que el alimento no sea dañino o perjudicial al momento del consumo humano (Organización Internacional de Normalización, 2020).

Los requisitos de esta norma pretenden ser aplicables para todo tipo de firma con o sin relación directa a las etapas de cadena alimentaria; no obstante las firmas que presentan una relación directa incluyen productores de alimentos, agricultores, productores de ingredientes, entre otros (Arvanitoyannis, 2009).

Agriculture Biologique France (AB)

AB Certification es un organismo de certificación francesa creado en 1997, la cual proporciona a las empresas una certificación o un sello privado determinado por el mercado orgánico de Francia, cabe destacar que el término orgánico se refiere a la producción del producto más que el producto en sí. Esta certificación se enfoca en que los cultivos de los alimentos deben de respetar los ciclos de vida naturales, minimizando así el impacto humano en el medio ambiente y generando una mejor imagen de la empresa ante los clientes (AB Certification, 2020).

Marco Metodológico

Dentro del marco metodológico se detallan las herramientas y métodos aplicados para realizar la presente investigación. En este contexto, Bernal (2010) define metodología como:

Teoría de los procedimientos generales de investigación que describen las características que adopta el proceso general del conocimiento científico y las etapas en que se divide ese proceso, desde el punto de vista de su producción y las condiciones en las cuales debe realizarse. (pp. 288)

En síntesis, dentro del apartado se presenta el método, enfoque del trabajo, los tipos de diseño de fuentes de información, alcance, población y muestreo, y finalmente instrumentos para la recopilación de información.

El presente estudio se realiza mediante un método deductivo y con enfoque mixto, debido a que dentro del proyecto se incluye la información recopilada y de datos numéricos con el fin de evaluar criterios tanto cualitativos como cuantitativos, para así obtener resultados más concretos analizando información obtenida por cada uno de los elementos de estudio.

Método Deductivo

El presente trabajo implementa un método deductivo, es decir, se realiza una investigación basada en un razonamiento de datos generales a hechos particulares y pretende deducir conclusiones lógicas a partir de una serie de premisas (Prieto, 2017). Este proyecto tiene como objetivo determinar la factibilidad de la exportación de los *sticks* de plátano pre fritos congelados hacia Francia, y para ello se realiza en los primeros capítulos una investigación de datos generales del destino, mercado y ámbito corporativo para al finalizar realizar un análisis financiero de la factibilidad de la exportación del producto y formular conclusiones según los resultados obtenidos.

Enfoque Mixto

El enfoque mixto se refiere a la unión de un enfoque cualitativo como cuantitativo, dentro de este se pretende cualificar y describir un fenómeno social dentro de la situación estudiada, y medir las características de las variables a investigar (Bernal, 2010).

En la presente investigación se realiza la recopilación de la información o datos a través de fuentes primarias y secundarias para así analizar dichos datos, incluyendo los fundamentos conceptuales y legales de la creación de una empresa. Con ello se pretende explorar, conocer, investigar, recaudar datos, analizar y describir cómo funciona el entorno del mercado del país de destino mediante la determinación de la oferta, demanda y aceptación del producto a exportar. Por lo que se efectuó dos entrevistas a expertos en el área y 384 encuestas a los potenciales consumidores.

Fuentes de recolección de información

Las fuentes de recolección de información son todos los materiales o medios de donde procede la información a utilizar dentro de la investigación. El proceso de recolección de información es uno de los puntos más importantes dentro de la investigación, puesto que la recaudación de datos será el soporte de los análisis y conclusiones del proyecto; existen dos tipos de fuentes de recolección de información, las cuales son fuentes primarias y fuentes secundarias (Baena, 2017).

Fuentes Primarias

Según Bernal (2010), las fuentes primarias “son todas aquellas de las cuales se obtiene información directa, es decir, de donde se origina la información [...] estas fuentes son las personas, las organizaciones, los acontecimientos, el ambiente natural, etcétera” (pp. 192).

Fuentes Secundarias

Las fuentes secundarias se sostienen a base de interpretaciones, referenciaciones o versiones de autores clásicos. Las principales fuentes secundarias para la obtención de información son los libros, revistas académicas, los documentos escritos, periódicos y otros medios de información (Bernal, 2010).

Tipo de diseño

Esta investigación presenta un diseño no experimental, puesto que se pretende determinar la factibilidad de exportar *sticks* de plátano pre fritos congelados hacia el

mercado francés, más no se va a llevar a cabo. Es decir, se busca probar la viabilidad de la exportación del producto, crear una empresa para generar fuentes de empleos e ingresos al país, y adicional contribuir a las exportaciones no tradicionales del país.

Alcance

El alcance dentro de la investigación es descriptivo, puesto que dentro del estudio de entorno se pretende describir detalladamente el tema a investigar, cómo funciona el mercado detallando la oferta exportable, demanda, aceptación del producto y la situación actual de las exportaciones de productos elaborados a base de plátano. Además el proyecto propone la creación de una empresa sólida que tiene como fin la producción y exportación de *sticks* de plátano pre fritos congelados.

Población y muestreo

De acuerdo al último censo en Julio 2018, el total de población en Francia era de 67.364.357, la cual 48,7% son hombres y el 51,6% son mujeres, con una tasa de crecimiento anual del 0,37% (PROECUADOR, 2020a). En base a la Food and Agriculture Organization (FAO) el rango de producción mundial de plátano se reportó con 35 millones de toneladas en el periodo 2012 a 2016, no obstante solo el 15% de dicha cantidad está destinada al comercio internacional en donde América Latina abastece el 29,5% del mercado internacional platanero. Ecuador es un país exportador de plátano a distintos mercados internacionales, entre los cuales uno de los principales es Europa, puesto que dentro de este continente habita el 51% de emigrantes de Ecuador (DatosMacro, 2020), entre los principales países de destino se encuentran España, Italia y Francia.

En el 2016 el mercado europeo se consolida como el primer consumidor de plátano del mundo con un consumo de 5,7 millones de toneladas (Carvajal, Zuluaga, Ocampo, & Duque, 2019), Francia es un mercado exigente en cuanto a productos alimenticios, especialmente con relación a calidad, con ello Ecuador es el segundo exportador de plátano hacia el mismo, ocupando el 20% de sus importaciones de plátano, Ecuador aparte de exportar el fruto en el 2010 incursionó con la exportación de *snacks* o *chips* a base de plátano verde, un producto que ha logrado obtener cifras de consumo crecientes al pasar los años, puesto que el 2014 en la Unión Europea el consumo alcanzó los 11,2 kg per cápita, superando el consumo de 2012 y 2013 de 900 g y 600 g respectivamente (Carvajal et al., 2019).

Para el presente trabajo de investigación, se realizan encuestas a ciudadanos franceses por medio de *Google Form* para poder adquirir los datos necesarios para

determinar el grado de aceptación, demanda, niveles de consumo y presentación del producto; en complemento a lo anteriormente citado se pretende recolectar información mediante entrevistas a expertos. Se seleccionó al Señor Luis Góngora presidente de la Federación Nacional de Productores de Plátano del Ecuador (FENAPROPE), experto en todo lo relacionado al plátano en Ecuador. El segundo experto es un colaborador del departamento de comercio exterior de una empresa exportadora de banano y plátano reconocida en el país, cabe destacar que aceptó la entrevista, no obstante se reservó a publicar su nombre y el nombre de la empresa.

Tabla 2

Ficha Técnica de Estudio para la recolección de información de fuente primaria

Ficha Técnica de Estudio	
Ciudad	París
Población	2.148.000
Muestra Total	384
Nivel de Confianza de la Muestra	95%
Técnica de Recolección	Encuestas
Modalidad de Procedimiento	En línea
Fecha	19 de Junio de 2020
Realizado por	Inés Vélez Rivera
Realizado en	Google Form

La Tabla 2 detalla una ficha técnica de estudio en la que se observan los datos relevantes para la recolección de información mediante una técnica determinada. La muestra del presente trabajo se enfocará en París, dado que es la capital de Francia, cuenta con alrededor de 2.148.000 habitantes, siendo una de las ciudades de la Unión Europea más turísticas, adicional mantiene unos precios muy elevados para los turistas y un ritmo de vida caótico, convirtiéndose en un mercado muy llamativo para un producto congelado, siendo este de fácil acceso y poca demanda de tiempo para prepararlo (Ministerio de Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2019).

La población es infinita puesto que existe una gran cantidad de habitantes superando a las 100.000 personas, es por ello que la estimación de la muestra corresponde a la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Z^2 p \times q}{e^2}$$

n= Número de observaciones

Z² = Intervalo del nivel de confianza 95% (0,95)

p = Nivel de Ocurrencia 50% (0,50)

q = Nivel de No Ocurrencia 50% (0,50)

e = Grado de error 5% (0,05)

El tamaño adecuado de la muestra se determinó mediante el uso de la fórmula universal para este fin. Se emplearon indicadores de consumo de proporción estimando que el 50% de la población objetivo acoja el producto y el 50% restante lo rechace. En este contexto se calculó un tamaño muestral óptimo de 384 encuestas.

Instrumentos de recopilación de información.

Los instrumentos a implementar corresponden en primera instancia a las entrevistas realizadas. La primera entrevista aplicada al presidente de la FENAPROPE cuenta con ocho preguntas y fue realizada el 19 de Junio del 2020 (Apéndice A). El cuestionario está comprendido de dos secciones. En la primera se detalla datos generales del plátano, mientras que en la segunda parte se consulta sobre datos específicos de posibles proveedores y sugerencias acerca de la materia prima (plátano) a utilizar.

La entrevista aplicada al colaborador de comercio exterior cuenta con cinco preguntas y fue realizada el 25 de Junio del 2020 (Apéndice B). El cuestionario está comprendido de tres secciones. En la primera se detallan datos generales del mercado y sus requerimientos, mientras que en la segunda parte datos de la logística de exportación y finalmente culmina con una sugerencia de la materia prima.

Adicionalmente, se adjunta un cuestionario con diez preguntas cerradas que fueron ofertadas a 384 potenciales consumidores del producto (Apéndice C). El cuestionario establece en primera instancia la información general del consumidor como edad, género, actividad económica y nivel de ingreso mensual. La segunda sección de preguntas determina de manera estadística la conducta del encuestado en relación con la cantidad, frecuencia y preferencias del consumo del producto.

Herramientas y procedimientos para procesar información recopilada

Para la implementación de las encuestas, se empleó la herramienta de formulario de Google. A través de esta herramienta digital se viabiliza el diseño y elaboración de cuestionarios que pueden difundirse por redes sociales y otras herramientas de la comunicación virtual. Con el uso de estas herramientas, los resultados podrán tabularse automáticamente, obteniendo gráficos estadísticos y otros recursos estadísticos para su adecuada interpretación.

Capítulo III: Estudio de Mercado

Contexto

El presente capítulo desarrolla una introducción al estudio y análisis del mercado destino, mediante la implementación de herramientas de estudio como el análisis PESTAL, análisis de Cinco Fuerzas de Porter, análisis de la demanda y las encuestas a habitantes de París, con la finalidad de conocer todos los aspectos relacionados al mercado, oferta y demanda potencial.

El mercado francés comercializa un gran porcentaje de productos congelados debido al estilo de vida de los habitantes, siendo los congelados productos de rápida cocción y fácil acceso; este sector cuenta con una comercialización de más de 4 millones de toneladas en el país. No obstante, la introducción de productos congelados en el mercado no fue un proceso rápido, hace aproximadamente cinco años ha presentado un incremento significativo (Fenollosa, 2012).

Los consumidores franceses aseguran que los congelados son esenciales para la preparación de sus platos, puesto que presentan una buena relación calidad precio, adicional a ello estos productos son de preferencia por su tiempo de caducidad y variedad, cabe destacar que dentro de esta línea existen productos salados y dulces, así como preparados y sin preparar (Riera, 2017).

Los productos como verduras y frutas congeladas presentan un retroceso en cuanto a su consumo, puesto que Francia se ha convertido en un país demandante de productos frescos y orgánicos en esta línea. Por otro parte, los productos como pescados y mariscos, o productos como papas fritas, yucas y plátanos congelados tienen evoluciones variables. Los productos cárnicos y pizzas congeladas crecen de manera rápida, puesto que las pizzas congeladas tienen una inversión significativa en publicidad atrayendo de manera estratégica a los consumidores (Fenollosa, 2012).

En una investigación realizada por Kantar World Panel afirma que el crecimiento de compra de producto congelado rodea en 3,3% en cuanto a volumen, y 4,3% en relación al valor. En el año 2007, el gasto promedio de los franceses por hogar en productos congelado era de 186 euros, en el siguiente año rodeaba el valor de 191,50 euros por hogar. En el 2009 presentó un decrecimiento a 189,10 euros por hogar, no obstante en el 2010 repuntó el valor con 194,90 euros por hogar (Fenollosa, 2012).

Según Kantar World Panel, durante los primeros meses del año 2017 los productos congelados presentaron un crecimiento de ventas de 2,6%, a partir de este año se incrementó aún más el consumo de productos que aportan mayor comodidad al consumidor, como croquetas, empanadillas, pasabocas y platos elaborados (Riera, 2017).

Estudio del Macro Entorno

El análisis del macro entorno es aquel que se enfoca en todos los factores externos positivos o negativos que afectan a la empresa de manera directa o indirecta, ya sea en los niveles de oferta, demanda, costos entre otros; es por ello que se debe de realizar un análisis exhaustivo del mercado en general.

Análisis Político, Económico, Social, Tecnológico, Ambiental y Legal (PESTAL)

El análisis PESTAL proporciona una idea general de las condiciones del macro entorno, se enfoca en determinar la situación actual y futuro potencial de un mercado específico, por lo general se utiliza para conocer estratégicamente si el mercado es atractivo y accesible para el producto o servicio a comercializar (Leyva, Hechavarría, Batista, Alarcón, & Gómez, 2018). Las variables a analizar dentro de esta herramienta son los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambiental y legal.

A continuación se elabora el Análisis Político, Económico, Social, Tecnológico, Ambiental y Legal de Ecuador y Francia para determinar los factores que puedan afectar a Plantain Verte de manera positiva o negativa.

Factor Político

Ecuador es caracterizado por ser un país con alto nivel de riesgo, puesto que mantiene una considerable inestabilidad política. Ecuador por muchos años se ha catalogado como un país con alto nivel de pobreza, inquietud social y ralentización del crecimiento económico, logrando terminar con relaciones internacionales y formando un mala imagen del país (Arévalo, 2014).

El actual régimen brinda beneficios para promover la producción en la industria nacional y las exportaciones a mercados internacionales. La Corporación Financiera Nacional (CFN) mediante su campaña “Juntos”, ofrece créditos para emprendedores que debe ser destinado únicamente para activo fijo o capital de trabajo (Corporación Financiera Nacional, 2019). Adicional a ello, esta entidad mediante su

campaña “CFN Exportámos” ofrece créditos para contribuir en el desarrollo productivo y económico del país (Corporación Financiera Nacional, 2016).

Desde el año 2018, La Unión Europea y las Eurocámaras en Ecuador se unieron para organizar una exposición llamada Expo Europa 360, en la cual participan los inversionistas y empresarios nacionales y extranjeros para fortalecer las actividades comerciales y dar a conocer las oportunidades de negocio que brindan ambos bloques (Estrella, 2018).

En adición, mediante la entidad Pro Ecuador el gobierno dicta cursos de capacitación de temas logísticos relacionados a la exportación, entre ellos se encuentra el programa Exporta Fácil (PROECUADOR, 2020b); por otra parte el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) ofrece cursos de capacitación de temas relacionados al comercio, logística, entre otras, los cuales van dirigidos a todos los ecuatorianos con la finalidad de contribuir a los ingresos de sus hogares y a la matriz productiva del país.

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) construyó cinco centros de acopio para exportar plátano barraganete desde El Carmen-Manabí con la finalidad de incentivar a los productores de plátano a exportar directamente el producto y evitar intermediarios, puesto que son los que mayor ganancia generan por la comercialización y exportación del mismo (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, 2020).

Por otro lado, Francia un país perteneciente a la Unión Europea, miembro del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas, Consejo de Europa, Organización Mundial del Comercio (OMC), Unión Europea Occidental (UEO) y a la Organización Internacional de Francofonía. Por consiguiente París es sede de algunas organizaciones internacionales como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD).

Francia garantiza un trato dinámico y preferencial a las importaciones agrícolas o no agrícolas de los países que han firmado tratados de libre comercio y acuerdos comerciales. Como se indica en el marco legal del presente trabajo Ecuador firmó el Acuerdo Multipartes, con ello Ecuador ha logrado incrementar la competitividad de las empresas locales, incrementar las exportaciones de productos elaborados y no elaborados, y acrecentar el nivel de empleos (Rodas, 2018).

Factor Económico

El rubro de las exportaciones dentro de la balanza comercial ayuda a representar un superávit dentro de la misma, únicamente si estas son superiores a las importaciones. Como resultado al Acuerdo Multipartes, el Ministerio de Comercio Exterior afirma que desde el 2016 hasta el 2018 incrementaron 14% las exportaciones representando un superávit en la balanza comercial de aproximadamente 1.001 millones de dólares; cabe resaltar que el 90% del total de las exportaciones al continente europeo, se concentra en Italia, España, Francia, Países Bajos, Alemania, Grecia y Bélgica (El Universo, 2018).

En el primer trimestre del 2020 como resultado a la pandemia mundial, el mercado platanero presentó un exceso de oferta, generando fluctuaciones negativas para los productores de plátano. El precio mínimo de venta por una caja de plátano de 68 libras es de \$7,31, puesto que el costo de venta de cada caja es de \$5,60. No obstante, en el trimestre se valoró entre \$2 y \$3, puesto que se presentó una saturación en el mercado internacional por parte de países de Centroamérica, y aspectos climáticos a finales de octubre del 2019 que adelantaron el ciclo de cosecha (Molina, 2020).

Desde el año 2014, el país ha vivido años complicados en el ámbito económico, debido a múltiples factores internos y externos que han sido determinantes en la reducción del consumo y del PIB. El aspecto económico se compone por distintas variables que denominan el comportamiento del mercado, entre los principales se encuentra el Producto Interno Bruto (PIB), inflación y tasa de desempleo.

En el 2019, el PIB nominal alcanzó el valor de 107.436 millones, el país cerró con un crecimiento en la economía de 0,1%, puesto que se incrementaron las exportaciones en 5,2% y el gasto de consumo final de hogares en 1,5% respecto a 2018 (Banco Central del Ecuador, 2020). El Banco Central del Ecuador pronosticó que a partir de junio de 2020 decrecerá la economía entre 7,3% y 9,6% debido a la crisis económica mundial, por ende las exportaciones presentarán una posible caída de 4% (Tapia, 2020).

La inflación del país es otro factor cambiante, esta surge mayormente por el incremento de la oferta monetaria superando la demanda de los ecuatorianos. En el año 2019, Ecuador cerró con un valor total de -0,07% anual, puesto que la canasta familiar no tuvo ninguna varianza, mientras que rubros como salud y educación presentaron un incremento en sus precios aportando a la inflación en 0,38%, mientras

que los productos alimenticios, prendas de vestir y artículos para el hogar presentaron un decrecimiento en precios aportando -0,47 al valor total de la inflación (Teleamazonas, 2020).

En la Figura 4, se observa las variaciones anuales en el mes de mayo del Índice de Precios al Consumidor (IPC), en la que se puede analizar que a partir del año 2015 hubo una variación porcentual decreciente, llegando hasta el 2018 con el punto más bajo del gráfico con una variación anual de -0,78, puesto que rubros como bebidas alcohólicas, tabaco, estupefacientes, salud, bienes y servicios presentaron un aporte agregado positivo, mientras que los seis rubros restantes fueron negativos (Banco Central del Ecuador, 2018).

En el segundo trimestre del 2020, el país está evidenciando las secuelas de la crisis mundial del COVID-19; existe una inflación negativa o también conocida como deflación, por motivos de la recesión económica, desempleo y colapso de la demanda, generando que los ingresos de los colaboradores públicos y privados se aminoren (Jaramillo, 2020).

Por otro lado, Ecuador no genera un gran impacto en la balanza comercial de Francia, puesto que los importadores más comunes son Alemania, Bélgica, Italia y España. Francia en el año 2019 se posicionó como la séptima potencia económica mundial, en comparación al 2018 obtuvo un incremento en el PIB de 1,3%, gracias a la inversión estatal, un consumo sólido, y las condiciones favorables tanto externas como internas (Santander Trade Markets, 2020).

Francia presenta ciertos rubros estructurales que afectan a la economía, tales como el incremento del desempleo, poca competitividad en el mercado y una amplia deuda pública y privada. El desempleo se presenta mayormente en jóvenes, la tasa de desempleo en el 2019 era 8,2% (Deutsche Welle, 2019). A continuación en la Tabla 3, se presenta en detalle los indicadores de crecimiento desde el año 2017 hasta 2019, y un estimado del 2020 y 2021.

Tabla 3
Indicadores de Crecimiento de Francia

Indicadores de Crecimiento	2017	2018	2019	2020 (e)	2021(e)
PIB (miles de millones de USD)	2.591,78e	2.780,15e	2.707,07	2.771,62	2.876,23
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	2,3	1,7e	1,3	-7,2	4,5
PIB per cápita (USD)	40.109e	42.953e	41.761	42.644	44.133
Saldo de la hacienda pública (en % del PIB)	-2,6	-2,5e	-2,4	-2,5	-2,4
Endeudamiento del Estado	98,4	98,4e	99,3	99,3	99,0
Tasa de inflación (%)	1,2	2,1	1,3	0,3	0,7

Nota: En la presente tabla e* significa esperado.

Tomado de International Monetary Fund (2020)

Según la Tabla 3, el Fondo Monetario Internacional a partir de la base de datos World Economic Outlook, durante el 2020 prevee un impacto negativo para la economía francesa como resultado a la pandemia mundial; esta entidad estima que la tasa de desempleo presentará un incremento al 10,4%, un incremento anual del PIB en dólares, una caída a -7,2% del PIB, y una tasa de inflación inferior a comparación del año anterior (Santander Trade Markets, 2020).

Factor Social

Ecuador es un país con una amplia diversidad en la flora y la fauna, debido al clima y la fertilidad de las tierras para cultivos de distintos productos, pertenece al grupo de los doce países megadiversos. En la actualidad, Ecuador presenta una tasa de empleo de 30% en el sector agricultor, cabe destacar que los agricultores mayormente son personas con educación básica o primaria.

El país es reconocido por ciertos productos a nivel internacional como el banano, camarón, cacao, flores y otros nuevos productos que año a año incrementan sus exportaciones, como el palmito, el atún y la merluza. Ecuador exporta en menor cantidad el plátano barraganete, especialmente a Estados Unidos y Europa, no obstante el país no cumple con la capacidad de frutos con las cualidades de un producto de exportación, puesto que los agricultores carecen de conocimiento y de sustento económico. Por otro lado, de igual manera productos a base plátano no se encuentra

totalmente explotados en el país, puesto que la matriz productiva ecuatoriana es muy escasa.

El plátano a nivel nacional es un rubro de alto consumo por su alto contenido nutritivo y su delicioso sabor. Debido a la facilidad de compra del producto, los ecuatorianos prefieren comprarlo fresco y elaborar sus propios platos con el mismo. A diferencia de ellos, los franceses se inclinan por productos congelados, pre cocidos o elaborados.

En el 2014, jóvenes y adultos franceses por su estilo de vida con agendas llenas de actividades que limitan la adecuada preparación de los alimentos, tenían un nivel de obesidad del 11%. Consumían muchos alimentos grasos y registraban hábitos alimenticios inadecuados, desencadenando en la población un nivel de obesidad del 25,7% en el 2016 (Organización Mundial de la Salud, 2016). Como resultado al incremento porcentual anual de obesidad tanto en jóvenes como adultos, el consumo ha sido modificado hacia hábitos distintos e implementando dentro de las dietas productos orgánicos.

El comportamiento de consumo de los franceses incluye diversos factores, entre ellos las buenas prácticas al elaborar un producto, inclinación por productos orgánicos, facilidad de preparación, lugar de compra y precios accesibles. Con ello, las organizaciones comprendan el motivo de compra del producto y emplean campañas de mercadeo mayormente por medio de la televisión puesto que la edad media del país es 39 años y dirigen sus productos a supermercados debido a su preferencia. Este comportamiento surge en tres etapas, las cuales son antes, durante y después de la compra. Antes de la compra el productor proporciona información a través de promociones o publicidades dando a conocer todas sus características, atributos y beneficios; durante la compra el producto por sí solo debe ser llamativo para el cliente, sin dejar a un lado los requisitos de calidad que mayormente los franceses exigen; y después de la compra al consumirlo el producto por sus características es aprobado por el consumidor.

Factor Tecnológico

El factor tecnológico en las firmas es relevante, puesto que indica la condición de producción y calidad de bienes. En la Constitución del 2008, fue implementado este rubro, creando un sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación para

fomentar la investigación y desarrollo tecnológico en el sector productivo (Consejo Nacional de Planificación, 2017)

No obstante, los ecuatorianos no incursionan en el desarrollo de tecnologías; entre las causas de la escasez del desarrollo de tecnologías se encuentra, la inversión del Estado, en 2019 únicamente dedicó el 0,4% del PIB a este rubro (Banco Mundial, 2020). En el mismo año, el gobierno incentivó a los ecuatorianos mediante el Acuerdo Nacional 2030 para unir conocimientos de la academia, sector productivo y sociedad. Para ello, el gobierno creó un programa llamado HUB de Innovación y Transferencia de Tecnología (Secretaría Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, 2019).

Como resultado a la falta de desarrollo tecnológico en el país, las empresas ecuatorianas incursionan a la importación de maquinarias, o piezas para ensamblar dentro del país para incentivar la fabricación. Cabe destacar que, las empresas con maquinaria extranjera reciben capacitaciones tanto nacionales como internacionales para el uso de las mismas.

Por otro lado, Francia ocupó en el 2016, la quinta posición de los países que realizan mayor inversión en investigación y desarrollo más importantes de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), con un gasto a este rubro de 2,22% del PIB. No obstante, en el 2019 Francia no ocupó una posición significativa en el Índice Mundial de Innovación (Delhi, 2019).

En cuanto a la comercialización de productos hacia Francia se solicitan requerimientos de calidad en el caso de productos alimenticios y medicinales. En este caso, el producto requiere el cumplimiento de las normas ISO como previamente se detalla en el marco legal de Francia de la presente investigación, así como normas de buenas prácticas de manufactura y si el producto lo requiere certificaciones orgánicas.

Factor Legal

Las negociaciones con países pertenecientes a la Unión Europea son rigurosas. Los 28 Estados miembros son considerados como una unión aduanera; esto quiere decir que no existen barreras arancelarias entre los estados miembros. Francia es un país de la Unión Europea que es muy exigente en cuanto a los estándares de calidad y certificaciones sanitarias, adicional a ello solicita requisitos para los productos que llegan al territorio francés, como la declaración aduanera, facturas, certificado de origen, certificados sanitarios, y certificados de conformidad y autenticidad (Ministerio de Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2019).

Factor Ambiental

El factor ambiental es aplicado mayormente al proveedor de plátano para la elaboración de los *sticks* de plátano, puesto que el proveedor tiene una certificación de Globalgap, eso quiere decir que, sus cultivos son cosechados a mano, bajo procedimientos naturales y controles de calidad sin la intervención de preservantes, siendo el producto final orgánico.

Francia para el ingreso de productos alimenticios se acoge a las normas ISO 9001, ISO 14001 e ISO 22000, puesto que certifican la gestión de calidad en los alimentos y la inocuidad del consumo del mismo. Adicional a ello las empresas francesas se acogen a otras certificaciones como Certificación Europea Orgánica, Certificación francesa orgánica, Certificación NF, entre otras (Ministerio de Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2019).

Conclusión

Basado en el análisis PESTAL, Francia es una buena alternativa de mercado destino puesto a su posición favorable en mercado internacional, incentivado por sus políticas de gobierno, específicamente los acuerdos comerciales con otros países; y su estabilidad económica. Sin embargo, las empresas que planean ingresar a este mercado deben considerar de manera exhaustiva la implementación de las normas de calidad para una mejor aceptación del producto.

Estudio del Microentorno

Los componentes del microentorno son los consumidores, proveedores, distribuidores y grupos de interés, mediante esta herramienta las empresas definen la estructura interna adecuada para enfrentar las situaciones positivas y negativas del entorno (Prettel, 2016). En este caso para la evaluación del mismo se optó por el análisis de las Cinco Fuerzas de Porter.

Cinco Fuerzas de Porter del Mercado Destino

Amenaza de nuevos entrantes

Las empresas que acceden a un mercado nuevo por lo general se enfrentan a inconvenientes en el proceso, también denominadas barreras de entrada. La economía a escala es una barrera de entrada frecuente, puesto que mediante esta se evidencian grandes empresas con volúmenes altos de producción en comparación a pequeñas

empresas, permitiéndoles ofrecer precios más accesibles a los compradores por la reducción de costos que esto genera.

Adicional a ello, el producto a exportar es un producto de tipo “congelado”, y Europa es el continente con mayor capacidad de comercialización de productos congelados, además de Estados Unidos; siendo un mercado atractivo para nuevos emprendedores o inversionistas.

Los productos denominados *snacks*, donde se encuentran las papas fritas congeladas, presentan un 70,90% de tasa de penetración en el mercado francés con un crecimiento basado en el ritmo del mercado. Las empresas francesas de este tipo de productos, como McCain aplican estrategias basadas en el dinamismo del mercado generando innovación en sus productos como patatas fritas congeladas light, logrando generar alrededor de 375 millones de euros al año (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España, 2016).

La marca con mayor aceptación en productos congelados además de McCain en el caso de patatas fritas, es Picard. Esta empresa ha logrado incursionar en ese mercado como productor y comercializador de productos congelados de distintas clases, además cuenta con una larga trayectoria y experiencia del mercado.

En el presente proyecto la amenaza de entrada a Francia es media, debido a los puntos anteriormente mencionados y además, al Acuerdo Multipartes firmado por ambos países, en el cual establece que los productos procesados entran al país con 0% de arancel, facilitando la entrada como nuevo competidor en el mercado francés, y por ende, disminuyendo los costos de exportación.

Poder de negociación de los proveedores

Manabí es una de las provincias pertenecientes al triángulo platanero, específicamente la ciudad El Carmen, siendo la mayor sede de sembríos y agricultores de plátano. Plantain Verte consta con una gama de proveedores de plátano, aceite, sal, entre otros. En el caso del plátano que es la materia prima de los *sticks*, la empresa consta de dos proveedores, La Asociación Luz del Carmen y La Asociación La Y de la Raíz, las cuales están asociados a la Federación Nacional de Productores de Plátano del Ecuador (FENAPROPE).

La negociación con los proveedores será directa, y se realizará un contrato de un año con un costo la materia prima estipulado para evitar fluctuaciones del costo de

venta, teniendo en cuenta que se debe comprar como mínimo una cantidad de quince toneladas mensuales.

Como segundo insumo para la elaboración del producto es el aceite, el cual lo provee Danec S.A., una empresa con más de treinta años en el mercado y finalmente el proveedor de la sal Famovisal S.A., empresa ubicada en Salinas que comercializa sal con la marca Mar y Sal. Cabe destacar que estos proveedores mantienen un precio accesible para la compañía, ofreciendo un buen servicio y calidad del producto.

El poder de negociación con los proveedores de los insumos es media, puesto que existe una gran variedad de agricultores de plátano pero no todos ellos tienen la capacidad de cultivos para cumplir con la cantidad demandada que solicita la empresa, y además todas las certificaciones solicitadas por la Unión Europea. Adicional a ello, como se detalla en el factor tecnológico del análisis PESTAL los proveedores de tecnologías son mayormente de países extranjeros, generando un poder negociación superior por parte de este rubro.

Rivalidad entre competidores

El mercado francés acapara gran cantidad de productos pre cocidos o pre fritos congelados, o únicamente congelados, de tal modo que dentro del país se creó una tienda exitosa en la que únicamente venden este tipo de productos, llamado Picard. Uno de los productos de alto consumo son las papas pre fritas congeladas; siendo un mercado llamativo para los inversores y emprendedores, existen múltiples competidores media y altamente posicionados con productos congelados en el mercado, ofertando sus productos con costos inferiores y distintas presentaciones para comodidad de los clientes.

La participación del mercado en el 2017 fue de 59,1%, logrando en el 2020 una participación del 62% sobre el valor total del mercado, cabe destacar que este mercado muestra una tendencia de ligero aumento anualmente en su porcentaje de ventas, teniendo como resultado hasta el presente año alrededor de 330 empresas dentro de este sector (INFORMA, 2019).

Finalmente, el sector de congelados cuenta con una brecha amplia y diversidad de productos, ya sean mariscos, carnes, postres, comidas preparadas, bocaditos salados y dulces, vegetales, frutas, entre otros; siendo un posible riesgo para las empresas entrantes debido a que puedan satisfacer las necesidades de los consumidores con un precio más accesible.

Por las razones previamente mencionadas, la rivalidad entre los competidores es media, puesto que en el mercado no existen competidores que venden el mismo producto, pero si productos congelados que satisfacen las mismas necesidades.

Poder de negociación de los clientes

Los productos congelados reúnen dos cualidades frecuentemente solicitadas por los franceses: calidad del producto y precio accesible. Los clientes suelen adquirir un producto por las publicidades e información general en los empaques, dentro de esta información incluyen los ingredientes, tabla nutricional, certificaciones, entre otros.

El poder de negociación que tienen los compradores tiene un nivel medio, puesto que existen distintas alternativas para el consumo en reemplazo del producto. No obstante, estos son elaborados a base de otra materia prima diferente al plátano y se comercializan desde otras presentaciones diferentes.

Amenaza de productos sustitutos

La amenaza de productos sustitutos es baja, puesto que en el mercado francés no existen marcas de productos sustitutos directos, mientras que si hay presente en el mercado un producto sustituto indirecto, el cual se oferta en el mercado con distintas marcas y precios. Estos productos cuentan con alta disponibilidad en el mercado, además de ofrecer a los clientes distintas presentaciones y precios variables entre 1 euro y 5 euros.

Conclusión

Basado en el análisis de las Cinco Fuerzas de Porter, se concluye que en el mercado francés de productos congelados similares a los *sticks* de plátano tiene alta aceptación y Plantain Verte tiene la ventaja de ser el pionero de productos tipo *snacks* a base de plátano congelado en Francia.

Análisis de mercado destino mediante la encuesta

Resultados de la Encuesta

A continuación, se presentan los resultados de cada una de las preguntas obtenidos a partir de las 384 encuestas a ciudadanos franceses, las mismas que fueron distribuidas vía electrónica en francés a partir del 10 de junio del 2020. (Apéndice C)

La encuesta está formada por tres partes, la primera está compuesta por datos personales del encuestado para determinar el perfil del mismo, la segunda parte se emplearon directrices para determinar el conocimiento del plátano y productos congelados, y frecuencia de consumo del plátano. Finalmente en la tercera parte se determina el conocimiento de los *sticks* a base de plátano, grado de aceptación, presentación sugerida y medios de compra.

La encuesta en línea concluyó el 27 de julio del mismo año, una vez completado el número requerido para que la muestra sea válida. Los resultados recolectados son los siguientes:

Sobre el perfil del potencial usuario

Los aspectos demográficos de la muestra seleccionada son los siguientes: el 61% pertenecen al género femenino y el 39% al masculino, mientras el 52% se encuentra en un rango de edad comprendido entre 21 y 50 años, como se muestra en el Apéndice D.

En la ocupación de los encuestados, se determinó que el mayor porcentaje son empleados (28%), seguido por los jubilados con 26% y los autónomos con 20%. Las opciones mencionadas previamente tuvieron un mayor peso dentro de la encuesta realizada en el presente estudio, las dos alternativas con menor peso fueron estudiantes con 18% y amas de casa con 8%.

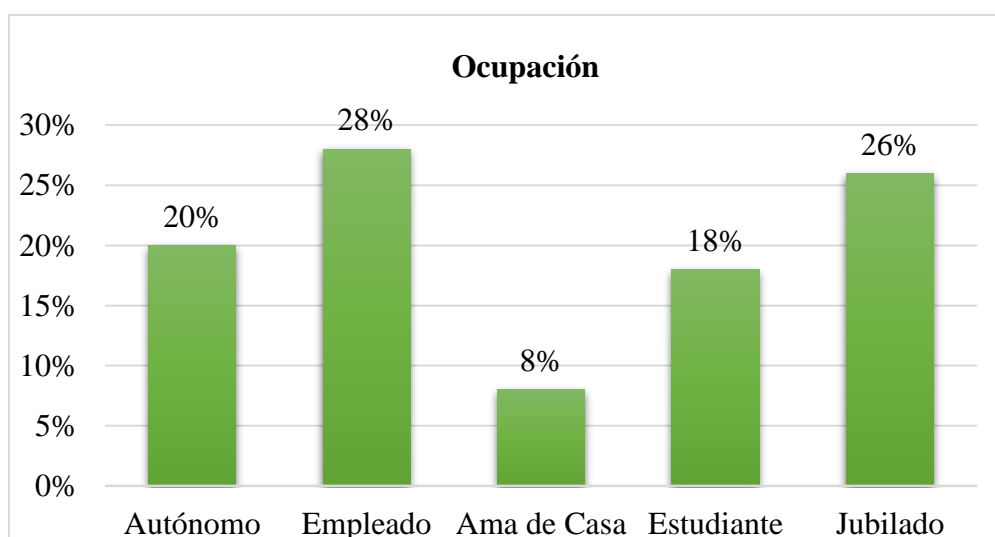


Figura 4. Ocupaciones obtenidas de la encuesta

En cuanto al nivel de ingresos de los encuestados, el 34% se encuentra en rangos entre €1000 y €2000, seguido de entre €2000 y €3000 ocupando el 26%. Por

otra parte que el 37% de los encuestados tienen ingresos hasta de €1000, como se muestra en el Apéndice E.

Sobre el conocimiento del consumo de plátano y productos congelados

Del total de los encuestados, el 79% afirmó que han consumido plátano verde en alguna ocasión, mientras que el 21% no.



Figura 5. Conocimiento de consumo del plátano verde obtenido de la encuesta

El 79% ha consumido plátano como se afirma previamente, es decir 302 personas. El 100% de los mismos lo ha consumido como patacones, seguido por 53% que lo ha consumido como chifles, y finalmente el 20% lo ha consumido en productos a base de harina de plátano y tan solo el 10% lo ha consumido entero.

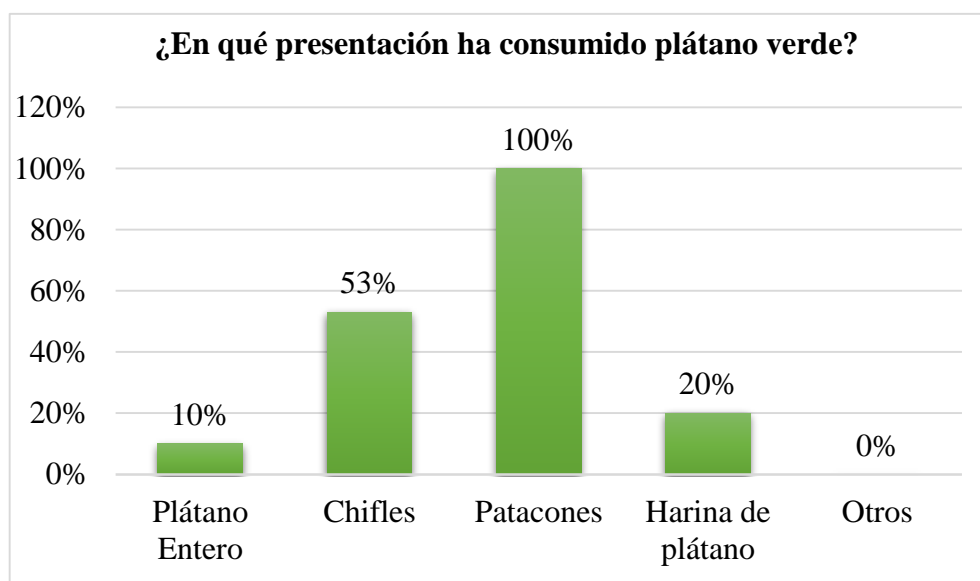


Figura 6. Tipo de presentación de consumo del plátano obtenido de la encuesta

En cuanto a la frecuencia de consumo, el 36% lo consumen cada 15 días, mientras que el 24% lo consumen una vez por mes, y el 21% nunca frecuenta el consumo del mismo.

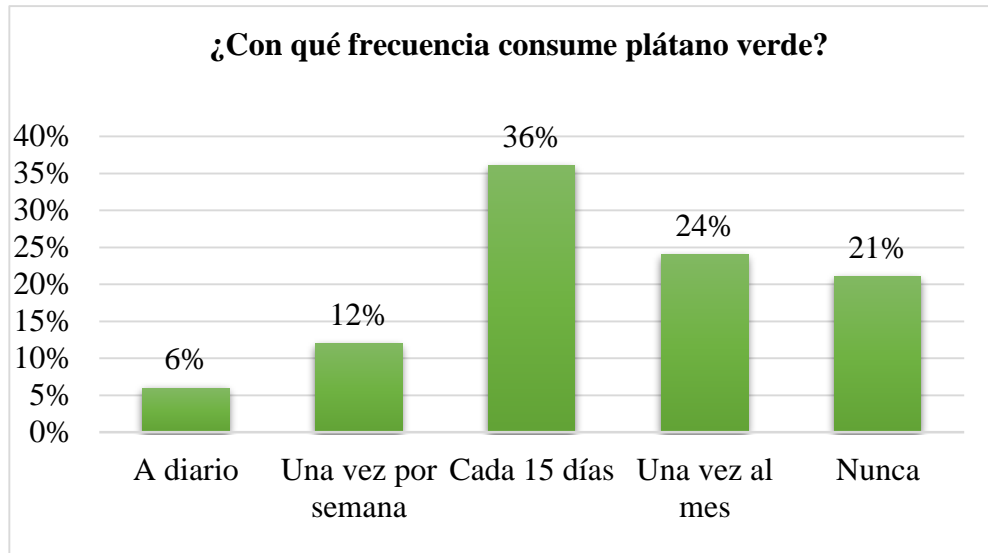


Figura 7. Frecuencia de consumo del plátano obtenido de la encuesta

Por otro lado, el 75% de las personas consume productos elaborados congelados, 60% de ellos lo consumen siempre y el 15% ocasionalmente, mientras que el 25% nunca los consume, como es detallado en el Apéndice F.

Sobre el conocimiento de los sticks a base de plátano, grado de aceptación, presentación sugerida y medios de compra

El 54% niega conocer los *sticks* de plátano, mientras que el 46% de los encuestados afirma conocerlos, como se muestra en el Apéndice G. A pesar de que la mayoría de los encuestados no conocen los *sticks* de plátano, al 71% le gustaría comprar *sticks* de plátano pre fritos congelados, y al 29% no le gustaría.

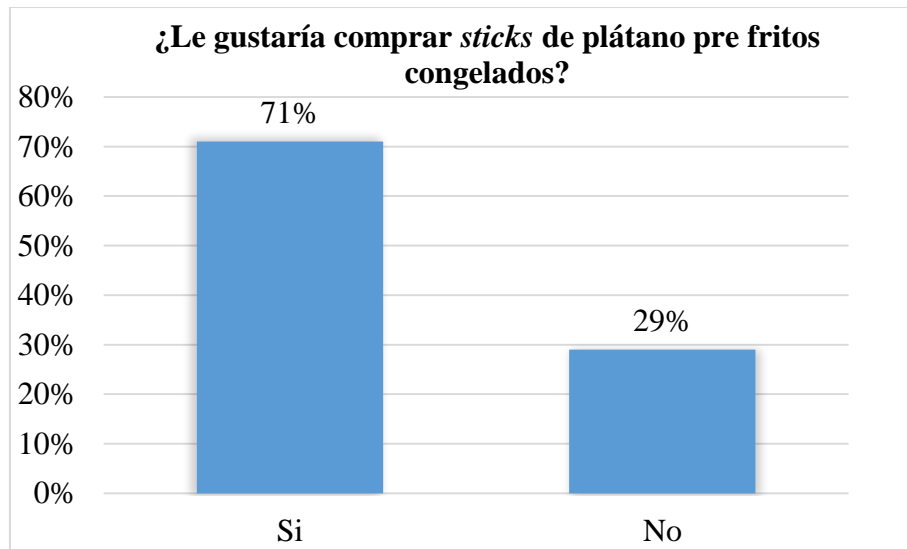


Figura 8. Nivel de Aceptación de los sticks de plátano pre fritos congelado

En cuanto a la cantidad adecuada de la presentación del producto, el 52% de los encuestados afirma que la mejor alternativa es una funda de 1 kg, el 27% considera mejor alternativa la funda de 650 g, mientras que el 13% cree conveniente que la funda sea de 2 kg, y finalmente el 8% considera que la funda debería ser de 450 g.

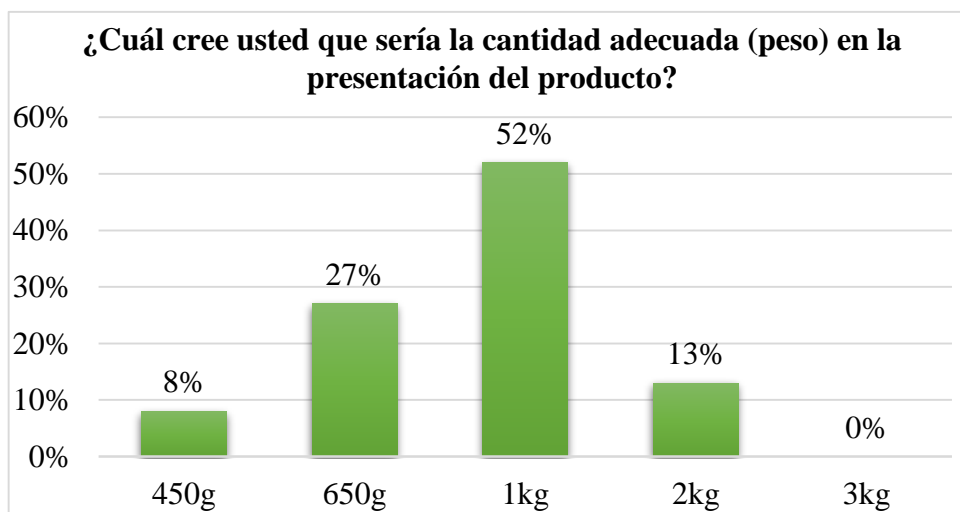


Figura 9. Cantidad de preferencia de una funda de sticks de plátano pre fritos congelados

En cuanto al precio, el 39% prefiere un precio de hasta € 3,5 , seguido del 37% que está dispuesto a pagar hasta € 3, mientras que el 18% pagaría hasta € 4, y el 6% hasta € 5.

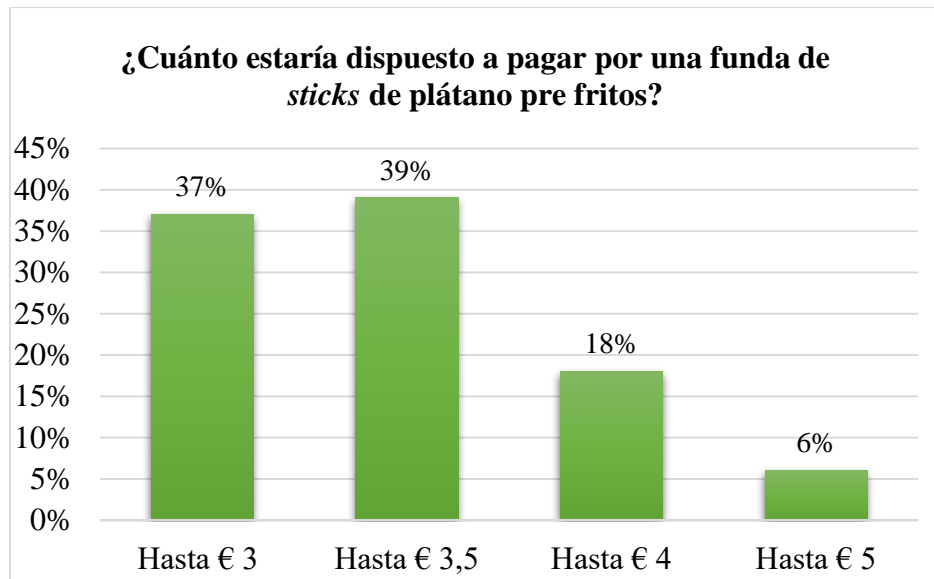


Figura 10. Precio de preferencia de los encuestados por una funda

Por otra parte, en cuanto a los medios de comunicación de preferencia para conocer un producto, el 52% de los encuestados seleccionó la alternativa de redes sociales específicamente facebook e instagram, mientras que el 50% de ellos seleccionó la televisión, como se muestra en el Apéndice H.

En cuanto al lugar de compra de preferencia, el 54% prefieren realizar sus compras en los supermercados; como segunda opción se encuentran las tiendas online con un 28%, como se muestra en el Apéndice H.

Mercado Meta

El presente trabajo de investigación enfoca como su mercado objetivo a Francia, específicamente a la ciudad de París, debido a tres factores importantes. El primer factor hace referencia a la demanda de productos congelados en el país; como consiguiente, se encuentra la gran afluencia de extranjeros, por sus atracciones turísticas y por ser la capital del país. Cabe resaltar que esta ciudad es considerada costosa para los extranjeros, llevándolos mayormente a preparar sus propios alimentos, seleccionando productos de rápida cocción y precios accesibles. Y finalmente por las facilidades que brinda el Acuerdo Multipartes a las empresas que pretendan exportar a países miembros de la Unión Europea.

Segmentación

Para la segmentación del mercado se tomará en cuenta tres criterios, entre los cuales se encuentran: demográfico, socioeconómico y geográfico.

Geográfico: Como se mencionó previamente el mercado meta seleccionado para el presente trabajo es Francia, específicamente París.

Demográfico: El mercado objetivo comprende hombres y mujeres entre 21 y 50 años mayormente.

Socioeconómico: El producto será destinado a todas las personas de cualquier clase cuyos ingresos le permitan adquirir el producto.

Factores de decisión de compra

El análisis de los factores que tienen influencia en la decisión de compra de los futuros consumidores es un aspecto importante para una investigación de mercado, puesto que mediante este se logra determinar el comportamiento del mercado objetivo. Existen factores internos, son aquellos que surgen del consumidor, especialmente de su manera de ser; y factores externos, son elementos extrínsecos de los mismos. Ambos factores influyen en cómo los clientes recuerdan el producto y/o marca, y aporta en los niveles de satisfacción de la compra.

En una encuesta realizada en 2019 por La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OECD), se detalla que los franceses mayormente gastan en vivienda y servicios básicos (26,2%), transporte (13,6%), y alimentos y bebidas (13,2%) (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico, 2019).

El perfil de un consumidor francés se basa en una persona acomodada, impulsiva, con hábitos de compra frecuentes, y abierta a probar nuevos productos. En relación a la alimentación son exigentes y cautelosos, prefieren productos de empresas que cuiden el medio ambiente y no contengan componentes que afecten a su salud, es decir, que preferiblemente los productos sean orgánicos (Instituto de Comercio Exterior España, 2019).

Factores Sociales

Los factores sociales se inclinan mayormente por lo grupos de referencia directos e indirectos. En este caso el factor social principal es la familia, puesto que genera una influencia directa con el comprador, además de ser un producto servido como *snack* o complemento de un plato. En este ámbito el factor de decisión de compra se puede generar a base de opiniones positivas o negativas del producto, o de allegados. En adición, otro factor social que influye en la compra de productos alimenticios es la publicidad por redes sociales o televisión, las cuales son realizadas por personas influyentes en el medio, creando un deseo de compra.

Factores Personales

Francia es un país exigente que se inclina por los frutos orgánicos, productos sin tantos ingredientes en su tabla nutricional y sin aditivos, adicional a ello prefieren productos nutritivos, que no sean altos en grasa y bueno para la salud. Los *sticks* de plátano pre fritos congelados que se pretenden ingresar al mercado están elaborados a base de plátano, alimento con delicioso sabor, altamente nutritivo y energético; además puede ser preparado en *AirFryers* u hornos para mantener los mismos niveles calóricos.

Factores Psicológicos

La motivación y percepción son los principales reactores para las decisiones de compras o de alguna acción en particular. Los franceses prefieren productos fáciles de elaborar y con precios accesibles, además le parecen atractivos los productos con empaques llamativos, al observar que un producto cumple con sus requerimientos el consumidor se siente entusiasmado.

En el país no comercializan *sticks* de plátano pre fritos congelado, sin embargo comercializan papas pre fritas congeladas, un producto de alto consumo con características similares y que cumplen con los requerimientos de los consumidores. El ingreso de un producto similar a un producto de alto consumo genera atracción del cliente a seleccionarlo como una de sus opciones de compra para degustarlo.

Mercado de Demanda

De acuerdo con la Guía Comercial Francia 2019 existe una gran demanda de productos exportados así como de nuevos productos. Dentro de los productos con mayor potencial en el mercado francés se encuentran los palmitos preparados o conservados, camarones y langostinos pelados, cocidos o ahumados, preparaciones y conservas de atún, piñas frescas o secas, plátanos frescos, secos o procesados, y aceite de palma en bruto (Ministerio de Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2019).

Tabla 4*Países que importan productos congelados a Francia*

Exportadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
Mundo	162683	160741	175603	189954	194023
Portugal	15841	12907	19363	15764	27591
Bélgica	17221	18628	20774	24533	23420
Polonia	13200	15807	19330	17356	18336
España	13125	14776	15374	20334	16690
Canadá	13762	10311	11316	10775	14210
Italia	13747	10225	8066	12646	11529
Países Bajos	6079	6098	6225	7695	8710
Marruecos	8621	8400	9398	10769	8041
Perú	3201	4370	3893	6210	6112

Adaptado de Trade Map (2020)

La Tabla 4 muestra los nueve principales países proveedores de productos comestibles congelados sin cocer o cocidos pertenecientes a la partida 081190 desde el 2015 hasta el 2019. Entre los principales países proveedores de este producto se encuentran Portugal, España, Bélgica, Polonia, Canadá e Italia. Por otro lado, se encuentra Países Bajos, Marruecos y Perú cuyas exportaciones no son de la misma magnitud como los países mencionados anteriormente pero aún así son considerados.

Para establecer la demanda del producto se tomó en consideración los datos obtenidos de todos los países del mundo, puesto que existen pocos países con un valor importado significativo y Ecuador no ha exportado ningún valor hacia Francia. En la fila denominada “Mundo” se puede observar que del 2015 al 2016 se presentó decremento hasta llegar a 160.741 miles de dólares, mientras que desde el 2016 al 2019 se presenta un incremento en el valor importado.

Como se mencionó previamente, no hay ningún dato sobre la exportación de *sticks* de plátano pre fritos congelados o datos relacionados a la partida arancelaria 081190. Es por ello que tomando como base las importaciones de Francia desde el 2015 se realizó estudio de la demanda mediante un modelo ARIMA para poder determinar un pronóstico de la demanda de la partida 081190, la cual determinó que existe un incremento de 1,08% anual, así como se muestra en el Apéndice I.

Competidores

Competencia Directa

El mercado francés actualmente no cuenta con la oferta de *sticks* de plátano pre fritos congelado, es decir no existe competencia directa.

Competencia Indirecta - Sustitutos

La competencia indirecta en este caso se basa en productos sustitutos congelados que satisfagan las mismas necesidades y tengan características similares, entre ellas se encuentran los papas fritas congeladas.

A continuación se muestran los competidores que se encuentran en Picard y Carrefour.

McCain

Papas pre fritas congeladas con textura muy crujiente y suave, con cocción rápida para disfrutarlo en familia como un complemento de un plato de comida o bocadillo.

Ingredientes: 89,5% de papa, 5,5% de aceite de girasol, 4,5% de almidón modificado, harina de arroz, dextrina, fibra guisante, polvo de hornear, espesante y 0,5% de sal.



Figura 11. Papas pre fritas congeladas McCain

Cantidad	Precio
625 g	€ 1,76

Tomado de Carrefour Supermarket

Carrefour

Patatas finas pre fritas congeladas especialmente para ser cocidas en el horno para disfrutarlo en familia.

Ingredientes: 90% de patatas, 5% de aceite de girasol, harina de trigo, harina de arroz, almidón de trigo sin modificar, sal, extracto de levadura, dextrosa, extracto de especias, polvo de hornear, goma xantana, extracto de romero.



Figura 12. Patatas Fritas Finas Congeladas

Cantidad	Precio
600 g	€ 0,99

Tomado de Carrefour Supermarket

Patatas pre fritas previamente congeladas con contenidos de fibra y nutrientes.

Ingredientes: 97% de patatas, 3% de aceite de girasol, y dextrosa.



Figura 13. Patatas pre fritas previamente congeladas

Cantidad	Precio
1 kg	€ 1,27

Tomado de Carrefour Supermarket

Picard

Papas pre fritas congeladas con piel tiene un sabor auténtico casero, con textura crujiente que se puede disfrutar con todo tipo de salsas. Para una cena familiar o una merienda en solitario.

Ingredientes: 86,8% de papas francesas, aceite de girasol, agua, 2,85% de apanadura, y sal.



Figura 14. Patatas rústicas pre fritas congeladas

Cantidad	Precio
500 g	€ 2,40

Tomado de Supermercado Picard

Patatas pre fritas congeladas rústicas con un sabor naturalmente dulce. Crujientes por fuera y suaves por dentro, adecuadas para compartir con la familia.

Ingredientes: 80% de patata, 12% de recubrimiento (almidón de papa procesado, harina de arroz, tapioca, dextrosa, sal, polvo de hornear, goma de xantano, extracto de pimentón), y aceite de colza.



Figura 15. Patatas dulces pre fritas congeladas

Cantidad	Precio
500 g	€ 2,95

Tomado de Picard

Marketing Mix

Producto

Sticks de plátano pre fritos congelados 100% naturales, alto nivel de fuentes energéticas, potasio, fibra y vitaminas C, B6 y B9, elaborados con plátano verde fresco seleccionado. Los *sticks* de plátano pueden ser degustadas con todo tipo de proteína animal (pollo, pescado, camarón, entre otros) y ensalada, o en el caso de ser un bocadillo puede ser acompañados con salsas.

Los *sticks* de plátano tienen una sola presentación de 1kg, 1 cm de ancho y alrededor de 6 centímetros de largo, para la elaboración de una funda es necesario 5 plátanos barraganetes.

Proceso de Elaboración de Sticks de Plátano

El plátano es recibido en el centro de acopio de la empresa, luego de ello es procesado de la siguiente manera como lo señala la Figura 17.



Figura 16. Flujograma de Proceso de Elaboración del Producto

Lavado: Al llegar al centro de acopio se seleccionan los frutos que van a ser procesados en el día y cruzan por un proceso de lavado con agua potable para remover

impurezas y luego son sometidas a agua caliente por 1 minuto cambiando de color de la cáscara, y al mismo momentos suavizando la cáscara.

Pelado: El plátano tiene que poseer un grado de maduración mixto, el cual se encuentre entre 1 a 2, siendo apto para fritura; no tiene que tener manchas ni punta negra en su interior. El plátano es pelado por una máquina especialmente para plátano debido a la características de la cáscara, quitándola por completo la cáscara, luego de ello los frutos pelados cruzan por un proceso de revisión por un operario.

Desinfección: El plátano verde es sumergido en agua clorada al ser pelado, y luego es transportado por el área de troceado. Cabe destacar que el agua clorada debe mantener baja concentración de cloro para evitar que se contamine la pulpa.

Los plátanos que ya son desinfectados son depositados en contenedores plásticos alejados del contacto de la luz solar, puesto que se puede manchar o deshidratar.

Troceado: El plátano es cortado en tres partes iguales de manera transversal, para luego ser troceados en forma de bastones según el tamaño que la empresa seleccione.

Selección: Al momento de estar troceadas, cruzan por una banda y serán seleccionados y eliminados los trozos que no cumplen con las características del producto final, con el objetivo de mantener calidad.

Lavado: Los bastones de plátano cruzan por una máquina que elimina una parte del almidón del plátano, mediante el lavado de los mismos.

Fritura: Los bastones de plátano cruzan al área de fritura, el objetivo de pre freir el fruto es cocinar el interior del mismo, provocando la gelatinización del residuo de almidón. Las especificaciones que debe cumplir el proceso de fritura es que los trozos se sumergen en el aceite caliente a una temperatura de 150 – 160°C por alrededor de 3 a 4 minutos.

Centrifugación: Mediante el proceso de centrifugación se elimina el exceso de grasa superficial de los *sticks*, con ello obteniendo un producto con pocos niveles de grasa saturada.

Congelación: Los *sticks* pre fritos se deben congelar inmediatamente para favorecer la formación de pequeños cristales de hielo y con ello evitar el daño en la estructura física del producto y así mismo la liberación de agua en el proceso de fritura final.

Empaque, etiquetado y almacenamiento: Cuando el producto ya este congelado se empaqueta en bolsas de polietileno o bolsas de empaque al vacío, y luego se etiqueta cada una de las fundas. Se sugiere al consumidor final que mantenga refrigerado el producto a temperaturas inferiores a -18°C para mantener la calidad .

Precio

En el presente proyecto el precio del producto es el resultado de un análisis de costos y se toma en referencia los productos sustitutos en el mercado de destino, puesto que no hay un producto similar en el mercado. Por ello, considerando insumos, calidad, mano de obra y transporte, se determinó que el costo de producción de los *sticks* de plátano pre fritos congelados es 1,52 dólares, y el precio se determinó con un incremento del 40% del costo puesto que es un producto de venta de un país extranjero; por ende el precio de venta del producto es 2,13 dólares.

Plaza

El lugar de preferencia son los supermercados, por ello el producto será comercializado a una empresa que se encarga de distribuir el producto, en este caso es McCain Foods. Entre los supermercados a los cuales distribuye se encuentra Carrefour Supermarchè y Distriben G20 o también conocido como Supermarchè G20, donde el producto será potencialmente expuesto para llegar al mercado objetivo; cabe destacar que fueron seleccionados estos supermercados puesto que la empresa ya tiene contratos con estos supermercados.

Promoción

Para las Estrategias de Promoción de los *sticks* de plátano, se considera principalmente la participación en ferias de impacto internacional, las cuales por lo general son anuales y reúnen a comerciantes de todo el mundo. Exportadores e importadores se consolidan en una jornada muy intensa para el comercio internacional, con la finalidad de incrementar la oportunidades de compra con otros clientes y expandir el mercado a otros países del mundo. Dentro de estas ferias, se ha considerado las siguientes:

(a) Ecuador Food Fair, feria dedicada a reunir a más de 130 empresas ecuatorianas para dar visibilidad a su oferta exportable a más de 250 compradores de todo el mundo, aquí existe una categoría relacionada a Banano y Plátano (Ecuador Food Fair, 2020).

(b) Fruit Logística, feria reconocida a nivel internacional como una de las más importantes en el comercio, en este caso se proyecta que *Plantain Verte* pueda participar dentro de la categoría de productos de preparación rápida (Fruit Logística, 2020).

Además que se cuenta con una página web en donde se presenta la información de la empresa, características principales del producto, responsabilidad social corporativa/medio ambiente, certificaciones de la empresa, y contacto. Esta estaría principalmente en los idiomas Español, Inglés y Francés. También la presencia digital de la marca se la complementará con redes sociales, entre ellas, Facebook e Instagram, que son las redes con mayor inclinación de uso en búsqueda por los potenciales consumidores. Las publicaciones en redes serán en inglés para tener una mayor apertura al momento de la inserción el producto en mercados de distintos países.

Estrategias Básicas de Porter

La implementación de estrategias dentro del proyecto permite a *Plantain Verte* distinguir cuál es su ventaja competitiva, entre las cuales se encuentran las siguientes:

Estrategia de Liderazgo en Costos

En relación a los costos la empresa se maneja en base de proveedores directos de materia prima, evitando un alto valor de la misma. Además, el plátano a utilizar para la producción de los *sticks* es un producto de segunda, es decir, plátanos barraganetes que no cumplen con los requisitos para ser exportados únicamente por manchas o imperfecciones en la cáscara.

Estrategia de Diferenciación

El producto no es comercializado en el país, siendo una ventaja para la empresa, y facilitando la intervención al mercado por ofrecer un producto novedoso y diferente a base de materia prima ecuatoriana de calidad. Además, los *sticks* de plátano cumplen con las necesidades de los consumidores en un solo producto, puesto que es un producto 100% natural; contiene muchas propiedades nutricionales como fibra, vitaminas, entre otras; y es de fácil y rápida cocción.

Estrategia de Penetración

La estrategia de penetración más significativa que implementa *Plantain Verte* es *Partnering*, con ello la empresa se asocia con una empresa reconocida en el mercado de destino, en este caso *Plantain Verte* hizo una alianza con McCain Foods. Esta

empresa cuenta con conocimientos culturales, sociales, entre otros del mercado francés además de su reconocimiento por su larga trayectoria.

Análisis FODA

El análisis FODA es un modelo que permite a las empresas identificar de una manera eficaz los factores internos y externos, para tomar decisiones y facilitar la elaboración de un plan estratégico. Este está compuesto por Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, de los cuales las debilidades y fortalezas son internas, mientras que las dos restantes son externas (Speth, 2016).

Tabla 5

Análisis de situación interna y externa

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Producto nuevo en el mercado • Producto 100% natural • Buenas relaciones con los proveedores • Ofrecer productos con el cumplimiento de normas ISO, como constancia de calidad. • Certificaciones orgánicas en el producto • No contiene preservantes • Fácil y rápida cocción • La materia prima no tiene estacionalidad • Puede ser consumido como <i>snack</i> y complemento de un plato. • Producto con características nutritivas y energéticas 	<ul style="list-style-type: none"> • Bajo nivel de conocimiento del producto

Tabla 6*Análisis de situación interna y externa (continuación)*

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Acuerdo Multipartes con la Unión Europea• Alto poder adquisitivo del mercado destino• Crecimiento en el mercado de productos congelados	<ul style="list-style-type: none">• Competidores existentes con alto porcentaje de posicionamiento en el mercado introduzcan productos similares• Situación económica post pandemia

Se concluye mediante el estudio del mercado que Francia es un país donde no hay competencia de productos elaborados a base de plátanos y alta demanda de productos congelados, generando una ventaja para Plantain Verte, a pesar de ello, existe una gran variedad de productos sustitutos que cumplen con características similares a los *sticks* de plátano. Adicionalmente se determinó que el mejor medio de promoción es la publicidad por televisión, mientras que el lugar de mayor recurrencia en compras de alimentos son los supermercados.

Capítulo IV: Estudio Técnico

El presente capítulo detalla todo lo relacionado al estudio técnico de la empresa, es decir, la estrategia corporativa que detalla todos los rubros bases de una empresa como el organigrama, misión, visión, entre otros; la logística empresarial; maquinarias necesarias y capacidad máxima de producción.

Estrategia Corporativa

Para la exportación de *sticks* de plátano congelado, es necesario constituir una empresa que cumpla con el requisito legal de constitución. Su nombre se referenció como estructura legal de Compañía Limitada, en la que el nombre y la razón social es Plantain Verte Cia Ltda. Se cumple con el marco legal de Ecuador las Compañías Limitadas que indica que deben tener un mínimo de dos socios y con un capital mínimo de 400 dólares.

La actividad comercial de la compañía es la exportación de *sticks* de plátano pre fritos congelados. En el presente proyecto hay cinco accionistas, la autora del mismo, Karina Rivera, Jairo Vélez López, Ramón Rivera y María Meza aportando con un capital de \$20.000 cada uno.

Ubicación de la empresa

La empresa está situada en el km 27 de El Carmen, Manabí, implementada en un lote alquilado para ejercer la actividad comercial. Para la apertura de la empresa, se cumple con requisitos como: Permiso de Funcionamiento otorgado por el Cuerpo de Bomberos, y Registro de Marca.

Las condiciones edafológicas y climatológicas del cantón El Carmen, son propicias para el desarrollo del cultivo de plátano. Contiene suelos de excelente calidad nutritiva y física, obteniéndose una fruta de excelente sabor y gran producción.

Organigrama de la Empresa

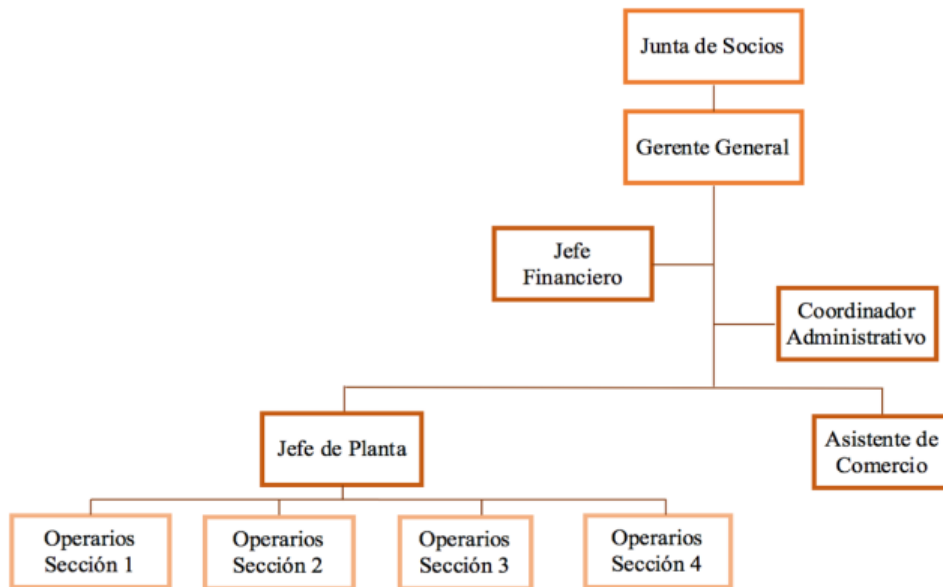


Figura 17. Organigrama Empresarial de Plantain Verte.

Distribución de funciones y responsabilidades

Como se detalla previamente en el organigrama, los cargos dentro de la empresa son: Gerente General, Jefe Financiero, Coordinador Administrativo, Jefe de Planta, Operarios y Asistente de Comercio. Adicional a ello, como se detalló previamente la empresa tiene cinco accionistas. Las tareas y perfil de los cargos estan detallados en el Apéndice J.

Gerente General: Este cargo es la máxima autoridad en la empresa, se encarga de planificar, analizar, controlar, dirigir y liderar las actividades que se llevan a cabo dentro de la empresa. Es un cargo de alta responsabilidad, con funciones tanto administrativas como financieras y cumpliendo los objetivos de la empresa.

Coordinador Administrativo: Dentro de empresa el coordinador desempeña actividades administrativas, supervisando que se cumpla todo lo necesario para que la empresa esté en funcionamiento, y optimiza recursos. Adicional genera informes del funcionamiento y desempeño de la empresa. Cabe destacar que, la empresa no cuenta con su propia flota de transporte pesada para la movilización del producto terminado hacia el puerto de salida.

Jefe de Planta: El jefe de planta es el encargado principal de la planta de producción, controlando cada uno de los procesos y operarios en la producción.

Adicional se encarga de verificar la materia prima adecuada y realizar las órdenes de compra e informes para el coordinador administrativo.

Operarios: Los operarios son los colaboradores encargados de la producción de los *sticks* de plátano pre fritos congelados, dentro de la empresa se encuentran en distintas secciones del proceso.

Jefe de Financiero: Es el encargado de la gestión financiera de la empresa, es decir, maneja todo lo relacionado al capital, costos y gastos de empresa gestionando estrategias para los recursos de la empresa; además realiza controles presupuestarios, coordina las tareas contables y financieras y realiza informes financieros para la gerencia.

Asistente de Comercio: El asistente de comercio exterior realiza la documentación y trámites para la exportación, además monitorea el estado de las cargas exportadas, realiza seguimientos de los envíos en proceso y realiza informes de las exportaciones.

Plano de la empresa

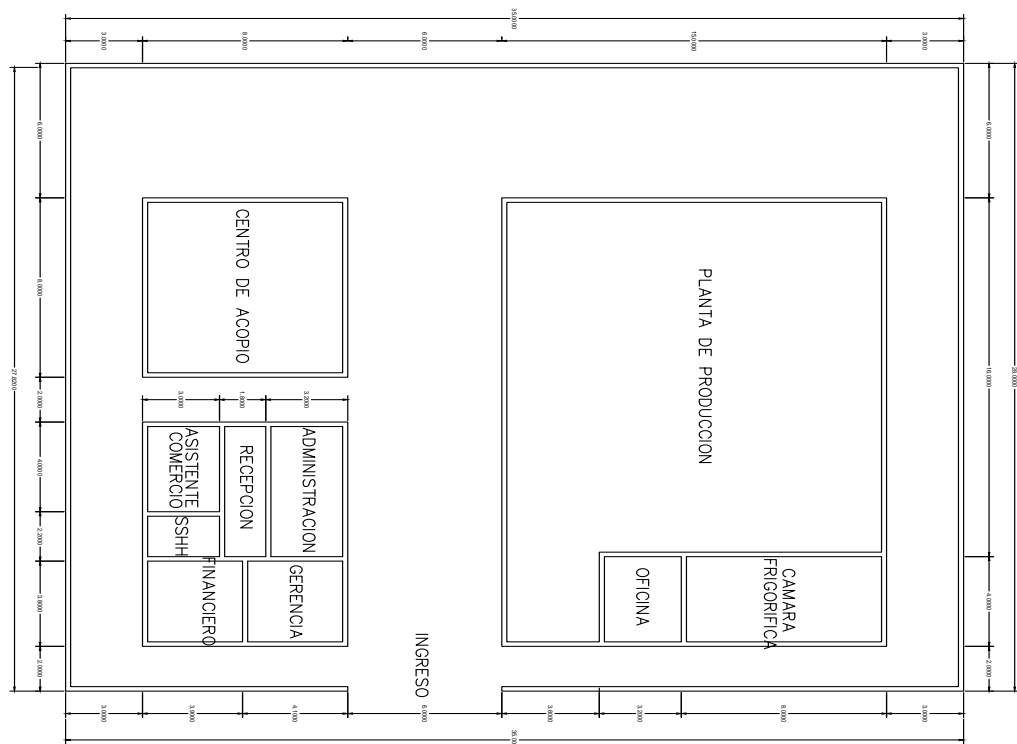


Figura 18. Plano de la Plantain Verte

Logo de la empresa



Figura 19. Logo de Plantain Verde.

Misión

Exportar productos ecuatorianos con valor agregado a base de plátano que aporten al desarrollo de la matriz productiva del país, garantizando productos de alta calidad en todo el proceso, desde la producción hasta la exportación.

Visión

En el 2024, ser una empresa exportadora reconocida a nivel internacional por sus excelentes productos, calidad y confiabilidad; satisfaciendo las necesidades de los clientes y alcanzando posicionamiento en el mercado.

Valores

Orientación al cliente: Con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes, ofertamos los mejores productos tomando en cuenta el sentido de responsabilidad social y ambiental.

Conciencia Medioambiental: Siendo el cuidado del medioambiente una prioridad para la empresa y para los clientes, contamos con certificaciones ISO, GlobalGap y políticas internas para reducir el impacto ambiental.

Trabajo en Equipo: Promovemos el trabajo en equipo y colaboración para generar sinergia por cada logro de nuestros objetivos empresariales basados en el aporte de todos los colaboradores.

Compromiso: Incentivar a los colaboradores a identificarse con la empresa y el cumplimiento de sus objetivos empresariales.

Eficiencia y Calidad: Desempeñar las funciones correctamente, enfocados en conseguir excelentes resultados en los tiempos establecidos, y optimizando los recursos.

Responsabilidad Social Corporativa- Medio Ambiente

La responsabilidad social corporativa genera un impacto positivo a las empresas, medioambiente y a la sociedad. En el caso de la responsabilidad ambiental, Plantain Verte tiene un compromiso con la sociedad de hacerse responsable de los efectos que pueda causar en los cultivos y en sus alrededores. La empresa cuenta con certificaciones como GlobalGap que indican el cuidado y el respeto de tiempos de los cultivos, evitando químicos perjudiciales para la sociedad y los suelos; así mismo en la empresa producen aplicando buenas prácticas de manufactura garantizando que los productos se elaboren en condiciones sanitarias adecuadas; y además hace un uso responsable de agua potable.

En relación con la responsabilidad para la comunidad, Plantain Verte genera plazas de empleos en el sector para la producción de los *sticks* de plátano e incrementa el cultivo del plátano en la ciudad mejorando el estilo de vida de la comunidad.

Política de Pago

El pago de los proveedores se efectúa en dos partes, el 40% del total de la factura se paga al momento de la entrega de la mercadería, y el restante se efectúa 10 días después de la recepción y aprobación de la factura. Por otra parte, en el caso de los servicios básicos como luz, agua y teléfono se realizan por medio de transferencias bancarias.

Política de Cobro

El intercambio de bienes y servicios es una actividad constante entre países, es importante establecer una condición de pago bajo la cual se puedan regir ambos países tanto Ecuador como Francia para cumplir con transacciones acordadas. Exportar un producto a otro país atribuye un riesgo para el exportador, es por ello que se recomienda trabajar mediante una política de cobro al cliente. En este caso se dispone el 60% del valor total previo al embarque y el 40% del valor se cancele a 30 días plazo. Para la realización del pago se utilizará el método de cuenta abierta, puesto que mediante el exportador envía los documentos de embarque directamente al

importador, y luego con la verificación de los mismo el importador transfiere el pago correspondiente por medio de transferencia bancaria.

Logística Empresarial

Cadena de Comercialización y Operaciones de la Empresa

En la cadena de comercialización para la elaboración y producción de los *sticks* de plátano pre fritos congelados, se detallan cada uno de los pasos desde la compra de la materia prima hasta la recepción del producto por parte del importador.

El primer paso a realizar es una negociación con los proveedores, exponiendo los requerimientos que son necesarios para la elaboración del producto a exportar, y así realizar contratos de compra anuales, para evitar fluctuaciones de precios durante el año. Como consiguiente, se realiza la transacción de compra de la materia prima al recibir la misma en el centro de acopio de la empresa. En el caso del plátano que es el producto principal se recibe el mismo día que se va a producir, puesto que tienen que encontrarse en un estado tipo 1 o 2, es decir totalmente verdes para mantener el mismo sabor de los *sticks*.

Cuando la empresa ya cuenta con los insumos para poder producir, se contacta con el importador para negociar la venta del producto terminado, con ello la empresa podrá producir según las cantidades demandadas por los mismos. Como consiguiente, Plantain Verte inicia con la producción de los *sticks* de plátano pre fritos congelados siguiendo el proceso previamente detallado en el marketing mix de la presente investigación.

Las fundas de *sticks* de plátano pre fritos congelados son empacados en cartones y posteriormente se genera el inventario de las mismas, con ello se contacta al importador para una confirmación y se realiza la venta del mismo. Posteriormente, la empresa procede a despachar la mercadería en cajas de cartón; transportada de El Carmen hasta el puerto de Guayaquil por vía terrestre.

En el puerto de salida se realiza el embarque del mismo, y con ello se procede al envío de la factura comercial, Bill of Lading, certificado de origen, y certificados sanitarios; cumpliendo todos los requerimientos la mercadería es enviada vía marítima en contenedores refrigerados. Finalmente, cuando el contener ha llegado al puerto destino, el exportador recibe una confirmación de la llegada y recepción de la mercadería.

Transporte

Transporte Marítimo

El transporte a utilizar para la exportación de los *sticks* de plátano pre fritos congelados es marítimo, desde la empresa salen *trailers* con contenedores refrigerados hacia el puerto de Guayaquil, el cual permitirá la conexión con el Puerto Le Havre.

Puerto de Le Havre

Este puerto fue el pionero en el tráfico de contenedores en Francia, es reconocido por ser el segundo puerto más importante del país, puesto que mueve un alto volumen de mercancías, ya sean exportaciones o importaciones. Y además se encuentra en una ubicación estratégica, debido a que se encuentra al oeste del Canal de la Mancha que es uno de las rutas marítimas más frecuentadas y en cuanto a la ubicación en el país se encuentra cerca de autovías, ferrocarriles, canales y ríos.

Contenerización

El contenedor es el elemento de almacenamiento donde será transportada la carga o mercancía, con el fin de que resulte fácil la carga y descarga. El producto a exportar es de tipo congelado, es por ello que es necesario un contenedor refrigerado. Las dimensiones del mismo son 40' x 8' x 8'6, este tiene 11,561 mm de largo, 2,280 mm de ancho y 2,249 mm de alto, con una capacidad de 60 m³.

Las cajas que almacenan las fundas de *sticks* de plátano, son cajas de cartón corrugado de 60 x 40 x 25 cm, la cual contiene 24 fundas de 1 kg, cabe destacar que estas medidas son en base a la European Corrugated Packaging Association (FEFCO).

La carga se unifica en pallets estándar de 120 x 100 cm, los cuales son permitidos a través de la reglamentación fitosanitaria NIMF-15 (Normas Internacionales para Medidas Fitosanitarias) basados en la Norma ISO 3394, y se deben ubicar como se muestra a continuación:

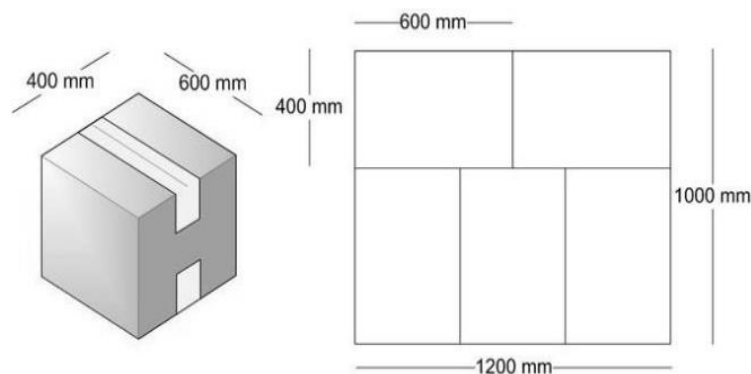


Figura 20. Dimensiones de caja y pallets para exportación. Tomado de “Manual de empaque y embalaje para exportación”, por ProColombia (2016).

De acuerdo a Figura 21, se deben colocar 5 cajas por columnas. Por ende, dentro del contenedor se encuentran 18 pallets, cada uno con 40 cajas, es decir, un total de 720 cajas por contenedor.

Para evitar una manipulación inadecuada de las cajas se debe imprimir sobre las mismas información de manera clara; de acuerdo con la norma ISO 780, las dimensiones de símbolos deben ser de 100 mm, 150 mm o 200 mm según el tamaño y forma de la caja. Por otra parte, evitar colores como rojo y naranja puesto que genera confusión con productos del mercado de materias peligrosas.

Los elementos que deben incluir las cajas son los siguientes:

- Nombre de la marca con logo
- Indicaciones de Peso, número de bultos y tamaño de la caja
- País de origen
- Destinatario, destino y número de orden
- Pictogramas de manejo
- Puerto de entrada
- Marca del despachador

Finalmente, las cajas de exportación de productos refrigerados deben tener dos orificios libres para que pueda operar la cadena de frío y mantenga la misma temperatura dentro de la cajas.

Documentación para Exportación

Francia se adapta a las directrices de la Unión Europea con base a los conceptos fundamentales propuestos por la misma en el Espacio Económico Común. La

legislación vigente dispone los principios generales del comercio e indica qué dirección jurídica se debe seguir en casos en particular.

En el caso de las normas aduaneras Francia se acoge al Código Aduanero Comunitario adoptado en base al Reglamento (CEE) No. 2913/92 del Consejo (DO L-302 19/10/1992) y el Reglamento (CEE) No. 2454/93 de la Comisión (DO L-253 de 11/10/1993); estas garantizan buenas prácticas de normas aduaneras con países terceros y de la Unión Europea.

La documentación que el exportador debe presentar para la exportación de los *sticks* de plátano pre fritos congelados, y a la vez comprobar la legalidad de la transacción son los siguientes:

Declaración Aduanera de Exportación (DAE): Es un documento legal que de sustenta el vínculo legal y obligaciones a cumplir por parte del exportador con la SENAE (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2020) (Apéndice K). Los datos que incluye esta declaración son los siguientes (ProColombia, 2016):

- Datos del exportador
- Descripción de mercadería por ítem de factura
- Datos del consignatario
- Destino de la mercadería
- Cantidad
- Peso
- Otros datos relacionados a la carga

Factura Comercial Original: Es un documento legal emitido por el exportador hacia el importador como sustento de la transacción de venta de la mercadería, los datos que incluye es la fecha, número de factura, valor, entre otros. (Apéndice K)

Certificado de Origen: Documento que acredita que la mercancía es originaria del país exportador, en este caso Ecuador. (Apéndice K)

Lista de Empaque o Carga: A diferencia de la factura comercial, la lista de empaque hace énfasis en la descripción de la mercadería, este documento comercial se adjunta a la factura comercial y los documentos de transporte, es necesario para el despacho de aduana.

La lista de carga generalmente incluye datos del exportador, importadores y empresa de transporte; la fecha de expedición; número de factura de transporte;

número de bultos; contenido de cada bulto; marcas y numeración; peso y dimensiones de los bultos.

Certificados Sanitarios: Certificado emitido por la ARCSA, se solicita este documento en exportaciones de alimentos procesados. Este documento se emite exclusivamente para el producto y lote(s) solitado(s).

Requisitos Arancelarios

Los requisitos arancelarios son uno de los beneficios del Acuerdo Multipartes entre la Unión Europea y Ecuador, el producto a exportar ingresa con 0% de arancel. En el caso del impuesto a productos alimenticios se les aplica un impuesto tipo reducido que no puede ser inferior al 5%.

Requisitos No Arancelarios

Para el ingreso de un producto agrícola tanto procesado como fresco, el producto debe cumplir con las siguientes condiciones (Ministerio de Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2019):

- Aplicación de los principios y requisitos generales de legislación alimentaria, este debe incluir detalladamente todas las fases de producción de los *sticks* de plátano pre fritos congelados y su distribución.
- Los importadores deben identificar y registrar al proveedor en el país de origen.
- Aplicación de las normas generales relacionadas a la higiene de los productos alimenticios, es decir, Plantain Verte debe garantizar la seguridad alimentaria en todas las etapas de producción, manteniendo la cadena de frío de los *sticks* de plátano. Adicional cumplir con los procesos sistemáticos preventivos basados en el análisis de peligros y puntos de control críticos.
- Requisitos de etiquetado y embalaje del producto a exportar.

Todos los países tienen estándares de calidad establecidos, Francia cuenta con un estricto sistema de calidad. Los productos alimenticios deben de constar con el registro sanitario, certificaciones de buenas prácticas en cultivos y producción, cumplir con estándares de comercio justo y certificaciones orgánicas de ser el caso.

Por ende, los productos al llegar al destino deben llegar enteros, sin alteraciones que lo hagan impropios para el consumo humano, limpios sin ningún material extraño o contaminante, y uno de los puntos más relevantes al ser un producto congelado es que estén exentos de un grado de temperatura diferente al debido (inferior a -18°C). Plantain Verte se asegura que el producto se conserve en buen estado desde la salida de la planta hasta la llegada al puerto destino, llegando con condiciones satisfactorias.

Cuando la carga llegue al puerto de destino, las condiciones de tolerancia de cada lote es de 10% de productos que no satisfagan los requisitos mínimos de calidad, ya sea en número o peso. Cabe destacar, que dentro de los requisitos mínimos no son aceptados productos que presenten podredumbre o algún deterioro.

Etiquetado

El etiquetado es un aspecto importante para los franceses, de acuerdo a la directiva europea 79/112/CEE los productos alimenticios congelados destinados a ser consumido por ciudadanos franceses deberán denominarse “surgelé”. Entre los requisitos básicos de etiquetado se encuentran los siguientes:

- Nombre del producto
- Marca del producto
- Tabla nutricional del producto
- Semaforización o NutriScore
- Listado completo de los ingredientes, enumerados en orden descendente según la cantidad de insumo utilizado, cabe destacar que generalmente los de mayor cantidad deben ir detallados con su respectivo porcentaje
- Cantidad neta del contenido, es decir su peso
- Fecha de vencimiento e indicaciones de conservación al ser abierto
- Indicaciones de temperatura adecuada y adicional contener un aviso claro que diga “no congelar después de haber sido congelado” (“ne pas recongeler après décongélation”)
- El nombre de la empresa fabricante o productora
- Instrucciones de uso, puesto que es un producto pre frito se debe detallar el tiempo de cocción.
- Identificación del lote
- País de origen

- Certificaciones orgánicas y/o de buenas prácticas.
- Código de barras

La semaforización o NutriScore es una herramienta que clasifica los alimentos en cinco colores que indican que tan saludable es el producto, este inicia desde el color verde siendo el más saludable hasta el color rojo siendo el menos saludable.



Figura 21. Los cinco niveles de NutriScore. Adaptado de “Nutri-Score: el logotipo frontal de información nutricional útil para la salud pública de España que se apoya sobre bases científicas”, por Galan, Babio, & Salas (2019)

La Figura 22 señala los cinco niveles que tiene NutriScore, en el caso de los *sticks* de plátano pre fritos congelados el nivel es B, puesto que es un fruto que tiene altos niveles de fibra y proteínas, no obstante, como punto negativo contiene aceite de palma que es considerado una grasa saturada.

Maquinarias necesarias

La maquinaria utilizada es una línea de producción de bastones de papa o plátano pre fritas congeladas automática, el material del set de maquinarias es de acero inoxidable de calidad alimentaria, con una capacidad de 600 kg/h, con voltaje de 220 V, y un consumo de agua de aproximadamente 2 toneladas/h. La marca del set de maquinarias de Hitrees, importada de China con una garantía de un año. A continuación, se detallan las maquinarias a utilizar para el proceso de producción.

Máquina de pelado



Figura 22. Máquina de pelado

Tomado de Alibaba Group

La Figura 23 es una máquina de pelado especialmente para plátano, el fruto debe de ser colocado lavado dentro de la máquina y como resultado se obtiene un plátano pelado y limpio. Tiene una capacidad de 400 kg/h.

Máquina de corte



Figura 23. Máquina de Corte Industrial
Tomado de Alibaba Group

La Figura 24 es una máquina de corte multifuncional, puesto que puede ser utilizado para papa, plátano o vegetales. Esta máquina puede trocear 0,6 toneladas por hora de plátano en bastones y rebanar con una forma estándar y alta eficiencia.

Máquina de lavado



Figura 24. Máquina de Lavado Industrial
Tomado de Alibaba Group

La Figura 25 es una máquina de lavado, o también llamada la burbuja de aire. La máquina contiene motor, bomba de aire y bomba de agua, la finalidad de esta es eliminar el exceso de almidón de los bastones de plátano.

Máquina transportadora vibratoria



Figura 25. Máquina Transportadora Industrial
Tomado de Alibaba Group

La Figura 26 es una máquina transportado vibratoria con una potencia de 0,75 kw, las dimensiones totales de la misma son 2000x1100x1200 mm. La finalidad de esta máquina es quitar el exceso de agua de los bastones de plátano, con ello se ahorra aceite y evita salpicaduras por tener contacto con el agua.

Máquina de Freír



Figura 26. Máquina de Freír Industrial
Tomado de Alibaba Group

La Figura 27 es una máquina de freír que tiene capacidad de freír 1 tonelada/h, está compuesta por una cesta de freír, motor, tubería de calefacción eléctrica, panel de control, etc. Adicional, contiene un regular de temperatura para el calentamiento del aceite al tiempo de freír, y se caracteriza por ahorrar aceite al momento del proceso. La máquina freidora tiene un tiempo de calentamiento de 15 minutos, luego de ello toma 40 segundos alcanzar la temperatura exacta para la fritura.

Máquina de centrifugado



Figura 27. Máquina de Centrifugado

Tomado de Alibaba Group

La Figura 28 es una máquina de centrifugado también denominada máquina de refrigerado por aire, tiene como finalidad quitar el exceso de aceite al momento de freir los bastones de plátano. Esta máquina cuenta con una capacidad de 300kg/h.

Máquina de congelación

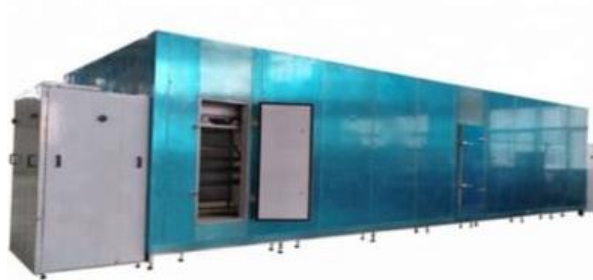


Figura 28. Máquina de Congelación Industrial

Tomado de Alibaba Group

La Figura 29 es una máquina de congelación con dos compresores individuales, tiene la finalidad de congelar productos a una temperatura inferior a -18°C después de pre freir los bastones.

Máquina de embalaje y etiquetado



Figura 29. Máquina de Embalaje y Etiquetado

Tomado de Alibaba Group

La Figura 30 es la máquina que coloca el producto en las fundas, las embala y las etiqueta, tiene una pantalla táctil LCD con dos idiomas, una báscula electrónica de alta precisión y un sección de etiquetado.

Capacidad de producción de la planta

La empresa Plantain Verte cuenta con un proceso de producción desde el lavado del plátano con la cáscara hasta el empaquetado y etiquetado, para ello utiliza las máquinas previamente detalladas. Con los datos de capacidad de cada una de las máquinas, y una jornada de trabajo de ocho horas por día durante cinco días de la semana se determinó que la capacidad máxima es de 9202,38 kilogramos de bastones de plátano pre fritos congelados por semana. Adicional se determinó que durante todo el proceso de producción el cuello de botella se encuentra en la máquina de centrifugado, puesto que contiene un capacidad inferior a las otras máquinas del proceso.

Empresa Importadora

La empresa importadora es McCain Food, quien empezó sus labores en 1957 en Canadá. Se realizó una alianza puesto que la empresa quiere emerger en un mercado distinto a la venta de papa frita congelada y además por sus treinta años de trayectoria en el mercado europeo.

Plan de Contingencia

El plan de contingencia es un instrumento de gestión necesario para todas las empresas, puesto que dentro del proceso se pueden presentar eventos que alteren las estrategias. Plantain Verte cuenta con un plan de contingencia para el riesgo del personal y para la producción del producto.

En el caso del plan de contingencia relacionado al personal, la empresa cuenta con señalizaciones en las distintas áreas de la planta para la evacuación en caso de existir una emergencia, y además cuenta con alarmas de incendio dentro de la planta de producción debido a las maquinarias. Con relación a la salud de los empleados, la empresa tiene como meta velar con la seguridad industrial, es por ello que cuenta con un botiquín de primeros auxilios en caso de algún accidente.

Por otra parte, el plan de contingencia para la producción del producto se enfoca en el mantenimiento de la producción y en evitar pérdidas al momento de la misma, es por ello que se implementaron plantas de luz y en el caso de desabastecimiento de agua la empresa cuenta con aljibes o reservorios de agua para 2 días que son alimentados por carros cisternas.

Análisis de la Cadena de Valor de la Empresa

Mediante la cadena de valor se analizan las siguientes actividades para identificar las ventajas competitivas que cuenta la empresa para así crear la cadena de valor.



Figura 30. Cadena de Valor de Porter. Tomado de “Ser Competitivo”, por Porter (2017).

Como se detalla en la Figura 31, entre las actividades primarias se encuentran las siguientes:

Logística de Entrada: En la producción del los *sticks* de plátano se utiliza un set de máquinas y mano de obra humana, procurando un manejo adecuado de la materia prima para así minimizar la pérdida de plátano. Adicional a ello, la empresa cuenta con un centro de acopio para la materia prima y realiza un análisis antes de cada producción para realizar pedidos al proveedor del plátano, puesto que no se puede almacenar durante tantos días como la sal y el aceite. La empresa solicita a los proveedores de plátano un fruto que cumpla con ciertas condiciones de madurez y estado, con ello dentro del centro de acopio se realiza una clasificación del plátano e inventario, para previamente cruzar al siguiente proceso.

Operaciones: Los colaboradores realizan el proceso de elaboración previamente detallado en el marketing mix, y posterior a ello se realiza una verificación de calidad de los productos, ya que al ser congelados tiene que cumplir con todas las características de calidad para que sea apto para el consumo humano.

Finalmente como la empresa es únicamente exportadora, al finalizar la producción se realiza una limpieza de la planta y mantenimiento una vez al año de las maquinarias.

Logística de Salida: La empresa contrata servicios de transporte para movilizar la carga desde la empresa hasta el puerto de Guayaquil, en la que se realiza una entrega segura y a tiempo para empezar con el proceso de exportación dentro del puerto. El producto es enviado en contenedores refrigerados para mantener el producto en buen estado y sus características nutricionales, además dentro de los contenedores se implementa un almacenamiento estratégico evitando el desperdicio de espacio en el mismo.

Marketing y Ventas: Plantain Verte no dirige su producto al consumidor final, sino más bien a una empresa distribuidora, puesto que tendrá una mayor penetración en el mercado por ser una marca reconocida y de alto expertiz y además cuentan con acceso a supermercados del país. No obstante, la empresa promociona el producto por medio de ferias internacionales y adicional cuenta con una página web y redes sociales como Instagram y Facebook.

Servicios: El producto en el empaque posee instrucciones claras de la preparación y tiempo de cocción del mismo y ofrece una garantía de durabilidad del producto de 1 año siguiendo las intrucciones de refrigeración. Adicional la empresa

cuenta un servicio post venta online en el caso de dudas o reclamos de los consumidores.

Por otro lado, dentro de las actividades de soporte de la cadena valor se encuentran las siguientes:

Infraestructura: Plantain Verte cuenta con instalaciones adecuadas para la producción de los *sticks* de plátano, además con un coordinador administrativo para una adecuada planificación y cumplimiento de ventas. Plantain Verte exporta el producto más no cuenta con una empresa en el país destino, esta empresa cuenta con el apoyo de un McCain Food para la venta del producto en París dando a conocer el producto en el mercado extranjero.

Recursos Humanos: Los colaboradores inicialmente son capacitados para la correcta producción de las *sticks* de plátano pre fritos congelados y para mantener los estándares de calidad. En el caso del reclutamiento, la empresa fomenta el empleo en la ciudad de El Carmen considerando sus conocimientos según el cargo que postule. Cabe destacar que la empresa con la implementación del plan de contingencia proporciona a los colaboradores condiciones de trabajo seguras.

Desarrollo Tecnológico: El producto no es elaborado en ningún país, es por ello que no existen maquinarias especializadas únicamente para la producción del mismo; como resultado la empresa opta por la implementación de maquinarias para producción de papas fritas congeladas puesto que tienen características similares. Cabe destacar que el producto es empaquetado y cerrado por una máquina para mantener la seguridad y conservación del producto.

Aprovisionamiento: El insumo principal para la elaboración de los *sticks* de plátano, este es adquirido por proveedores del sector, los cuales al llegar son colocados en el centro de acopio de la empresa; así como los otros insumos son almacenados en el centro de acopio igualmente.

Conclusión

Plantain Verte tiene una ventaja en cuanto a la materia prima, colaboradores y la ubicación de la empresa, puesto que mantiene una ubicación estratégica con una brecha amplia de proveedores en la ciudad, ahorrando tiempo al momento de abastecimiento de la materia prima. Por otro lado, los colaboradores son personas procedentes de El Carmen que tienen conocimiento del fruto y su manejo, y serán capacitados para mayor conocimiento del manejo de las maquinarias y producción de calidad.

Capítulo V: Estudio Financiero

En el presente capítulo se procederá a detallar cada uno de los costos y gastos para la creación de la empresa, producción y exportación de los *sticks* de plátano pre fritos congelados, y adicional definir la factibilidad económica de la exportación del producto al mercado francés.

Inversión Inicial

El capital social se constituirá por la aportación de cinco socios accionistas de acuerdo a su porcentaje de participación, como se muestra en el Apéndice L, en este caso todos tienen una participación del 20%, es decir, 20.000 dólares cada uno, valores que dan como resultado un total de 100.000 dólares.

Tabla 7

Inversión Inicial de la empresa

Inversión Inicial	
Concepto	Valor
Activos Fijos	\$139.588,80
Capital de Trabajo	\$15.958,66
Gastos Pre Operacionales	\$5.704,93
Total de Inversión Inicial	\$161.252,39

Como se muestra en la Tabla 7, la inversión inicial total del proyecto es de 161.252,39 dólares, la cual está compuesta por los activos fijos, el capital de trabajo y los gastos pre operacionales de la firma. Como se detalla en el Apéndice M los activos fijos están compuestos por muebles de oficina, equipos de oficina, equipos de computación, útiles de oficina, maquinarias y equipos, herramientas y utensilios y las adecuaciones de la planta, con un valor total de 139.588,80 dólares. Por otro lado, se determinó el capital de trabajo por el Método del Déficit Acumulado Máximo con un valor total de 15.958,66 dólares; y finalmente un valor de gastos pre operacionales de 5.704,93 dólares.

Costos de Operación

Los costos de operación de la empresa están divididos en costos de operación directos y costos de operación indirectos, los cuales detallan cada uno de los rubros para la producción de las fundas de *sticks* de plátano pre fritos congelados.

Tabla 8
Costos de Operación

Costos de Operación						
Concepto	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Semestral	Valor Total Anual
Costos Directos de Operación				\$ 15.613,40	\$ 93.680,40	\$ 187.360,80
Plátano Verde	u.	86400	\$ 0,07	\$ 6.048,00	\$ 36.288,00	\$ 72.576,00
Aceite	lt.	1200	\$ 1,16	\$ 1.392,00	\$ 8.352,00	\$ 16.704,00
Sal	kg.	1750	\$ 0,21	\$ 367,50	\$ 2.205,00	\$ 4.410,00
M.o.d	h/h			\$ 3.786,40	\$ 22.718,40	\$ 45.436,80
M.o.i				\$ 4.019,50	\$ 24.117,00	\$ 48.234,00
Costos Indirectos de Operación				\$ 10.642,20	\$ 63.853,20	\$ 127.706,40
Servicios de Luz Eléctrica				\$ 900,00	\$ 5.400,00	\$ 10.800,00
Servicio de Agua Potable				\$ 570,00	\$ 3.420,00	\$ 6.840,00
Bidones de Agua		6	\$ 1,50	\$ 9,00	\$ 54,00	\$ 108,00
Fundas de Polietileno	u.	17280	\$ 0,11	\$ 1.900,80	\$ 11.404,80	\$ 22.809,60
Embalaje	u.	720	\$ 0,92	\$ 662,40	\$ 3.974,40	\$ 7.948,80
Flete de transporte terrestre	n° viajes		\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 3.000,00	\$ 6.000,00
Flete de transporte marítimo más recargos	n° viajes		\$ 6.100,00	\$ 6.100,00	\$ 36.600,00	\$ 73.200,00
Total de Costos de Operación				\$ 26.255,60	\$ 157.533,60	\$ 315.067,20

De acuerdo a la Tabla 8, el valor total de los costos anualmente es de 315.067,20 dólares, con el cual se determinó que el costo de producción de una funda de 1 kg de *sticks* de plátano pre fritos congelados. El costo unitario es 1,52 dólares, el cual se determinó mediante la división del valor total anual para la cantidad de producción anual, es decir 207.360 fundas de 1 kg.

Gastos Administrativos

Los gastos administrativos incluyen rubros o gastos que no se encuentran relacionados directamente a la actividad operativa, cabe destacar que en este caso se determina mensual, semestral y anual.

Tabla 9*Gastos Administrativos*

Gastos Administrativos					
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Semestral	Valor Total Anual
Sueldos, Salarios y otros beneficios			\$ 4.019,50	\$ 24.117,00	\$ 48.234,00
Servicio de Limpieza			\$ 400,00	\$ 2.400,00	\$ 4.800,00
Servicio de Recolección de Desechos (GADERE)			\$ 450,00	\$ 2.700,00	\$ 5.400,00
Servicio de Agua Potable			\$ 70,00	\$ 420,00	\$ 840,00
Servicio de Luz Eléctrica			\$ 90,00	\$ 540,00	\$ 1.080,00
Plan de Internet Empresarial			\$ 42,00	\$ 252,00	\$ 504,00
Servicio de Telefonía Fija			\$ 17,00	\$ 102,00	\$ 204,00
Mantenimiento de Maquinarias	7	\$ 2.700,00	-	-	\$ 18.900,00
Bidones de Agua	4	\$ 1,50	\$ 6,00	\$ 36,00	\$ 72,00
Total de Gastos Administrativos			\$ 5.094,50	\$ 30.567,00	\$ 80.034,00

De acuerdo a la Tabla 9, el total de los gastos administrativos anualmente es 80.034,00 dólares, dentro de este se encuentran los valores de los sueldos y salarios de los colaboradores administrativos. Este valor se detalla en el Apéndice N.

Adicionalmente, se considera los servicios básicos (agua, luz, teléfono e internet), los servicios de limpieza, recolección de desechos, el valor de bidones de agua y el mantenimiento de las maquinarias que se realizan una vez al año.

Gastos por Venta

Los gastos por venta en el presente proyecto son aquellos que van relacionados a la promoción del producto, ya sea por medio de redes sociales, ferias internacionales, entre otras.

Tabla 10*Gastos por Venta*

Gastos por Venta	
Concepto	Valor Total Anual
Desarrollo de la Página Web	\$2.000,00
Publicidad en línea- Redes Sociales	\$600,00
Viáticos para los colaboradores	\$3.700,00
Ferias internacionales	\$5.200,00
Total de Gastos por Venta	\$11.500,00

Como se muestra en la Tabla 10, el total de los gastos por venta es 11.500 dólares en los que engloban los medios de publicidad que utiliza la empresa, los cuales son redes sociales, página web y ferias internacionales de promoción.

Financiamiento

Tabla 11

Plan de Financiamiento

Plan de Financiamiento		
Aportaciones de Socios	62,01%	\$100.000,00
Financiamiento	37,99%	\$61.252,39
Total de Inversión	100%	\$161.252,39

Como lo detalla la Tabla 11, la empresa cuenta con dos fuentes de financiamiento, las aportaciones de los socios y el financiamiento será otorgado por la Corporación Financiera Nacional. Esta entidad solicita una garantía del 80% del total del crédito por el cual la empresa registro como prenda un bien inmueble de uno de los socios.

Tabla 12

Datos otorgados por la CFN para el financiamiento

Financiamiento	
Institución Financiera	CFN
Valor del Crédito	\$61.252,39
Plazo (meses)	60
Tasa de Interés Nominal	8,95%
Tasa de Interés Efectiva	9,33%
Tasa de Interés Mensual	0,75%
Periodicidad de Pago	Mensual
Cuota	\$1.270,01

Según la Tabla 12, Plantain Verte solicitará un préstamo de un valor de 61.252,39 dólares con una tasa de interés nominal de 8,95%, el cuál se generará con un plazo de 60 meses y tendrá una periodicidad de pago mensual. En el Apéndice O se desarrolla la amortización del valor a financiar.

Depreciaciones de Activos

Los activos a depreciar con los que cuenta la empresa son muebles de oficina, equipos de computación, maquinaria y equipos y las adecuaciones de la planta. Estos activos son depreciados según la tabla de vida útil de activos del Servicio de Rentas Internas en la que estipula que la vida útil de las maquinarias y muebles y enseres es

de diez años, mientras que la vida útil de los equipos de computación es de 3 años. El cálculo de la depreciación anual de los activos se detalla en el Apéndice P.

Proyecciones del Proyecto

Proyecciones de Ventas

El cálculo de las proyecciones de las ventas cuenta con dos rubros, el precio y las unidades a ser vendidas. Para ello, se realiza un cálculo de las proyecciones del precio tomando en cuenta el Índice de Precio al Consumidor que en este caso es 0,17%; y también un cálculo de las proyecciones de las unidades a ser vendidas tomando en cuenta el índice del incremento de la demanda previamente calculado en el capítulo del estudio de mercado, el cual es 1,08%. Estos cálculos son detallados en el Apéndice Q.

Tabla 13

Proyección de las Ventas (Primer Escenario)

Proyección de Ventas en Dólares											
Concepto	Valor Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Precio de Venta por funda	\$ 2,13	\$ 2,13	\$ 2,13	\$ 2,13	\$ 2,14	\$ 2,14	\$ 2,15	\$ 2,15	\$ 2,15	\$ 2,16	\$ 2,16
Ventas	17280	207360	209607	211879	214175	216496	218842	221214	223611	226035	228484
Ventas Totales en Dólares	\$36.757,84	\$441.094,08	\$446.632,33	\$452.240,12	\$457.918,32	\$463.667,81	\$469.489,49	\$475.384,27	\$481.353,06	\$487.396,79	\$493.516,41

Entro la Tabla 13 se puede observar la proyección de las ventas del primer escenario, en el que muestra según el análisis un escenario pesimista. Dentro de este, las ventas del primer año equivalen a 441.094,08 dólares y presentan un incremento anualmente.

Proyecciones de Costos

El cálculo de las proyecciones de los costos cuenta con dos rubros, el costo por funda de 1kg de *sticks* de plátano pre fritos congelados y las unidades a ser vendidas. Para ello, se realiza un cálculo de las proyecciones del costo tomando en cuenta el Índice de Precio al Productor (IPP), así como el cálculo de las proyecciones de las unidades a ser vendidas tomando en cuenta el índice del incremento de la demanda previamente calculado en el capítulo del estudio de mercado, el cual es 1,08%. Estos cálculos son detallados en el Apéndice Q.

Tabla 14

Proyecciones de Costos (Primer Escenario)

Proyección de Costo de Producción en Dólares											
Concepto	Valor Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Costo Unitario	\$ 1,52	\$ 1,52	\$ 1,50	\$ 1,48	\$ 1,46	\$ 1,44	\$ 1,42	\$ 1,40	\$ 1,38	\$ 1,37	\$ 1,35
Ventas	17280	207360	209607	211879	214175	216496	218842	221214	223611	226035	228484
Ventas Totales en Dólares	\$26.255,60	\$315.067,20	\$314.245,87	\$313.426,68	\$312.609,63	\$311.794,70	\$310.981,90	\$310.171,22	\$309.362,65	\$308.556,19	\$307.751,83

De acuerdo a la Tabla 14, los costos por fundas de *sticks* de plátano pre fritos congelados en el primer año equivalen a 26.255,60 dólares y tienen un decremento porcentual anualmente, puesto que el valor del Índice de Precio al Productor es negativo.

Estado de Resultados

Al culminar las proyecciones de costos, precios y unidades vendidas en el periodo de diez años, se procede a realizar el Estado de Resultados y el Estado de Situación Financiera como se detalla en el R.

Tabla 15
Estado de Resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ventas Netas	\$ 441.094,08	\$ 446.632,33	\$ 452.240,12	\$ 457.918,32	\$ 463.667,81	\$ 469.489,49	\$ 475.384,27	\$ 481.353,06	\$ 487.396,79	\$ 493.516,41
Costos de producción	\$ 315.067,20	\$ 314.245,87	\$ 313.426,68	\$ 312.609,63	\$ 311.794,70	\$ 310.981,90	\$ 310.171,22	\$ 309.362,65	\$ 308.556,19	\$ 307.751,83
Utilidad Bruta en ventas	\$ 126.026,88	\$ 132.386,46	\$ 138.813,44	\$ 145.308,69	\$ 151.873,11	\$ 158.507,59	\$ 165.213,05	\$ 171.990,41	\$ 178.840,60	\$ 185.764,57
Gastos Operativos	\$ 114.518,76	\$ 113.589,12	\$ 114.649,87	\$ 110.743,27	\$ 111.768,94	\$ 112.267,78	\$ 114.713,78	\$ 117.255,84	\$ 119.897,85	\$ 122.643,84
Gastos Administrativos	\$ 80.034,00	\$ 82.036,57	\$ 84.117,94	\$ 86.281,30	\$ 88.529,95	\$ 90.867,33	\$ 93.297,04	\$ 95.822,79	\$ 98.448,45	\$ 101.178,07
Sueldos y Salarios y otros beneficios	\$ 48.234,00	\$ 50.182,51	\$ 52.209,73	\$ 54.318,84	\$ 56.513,16	\$ 58.796,11	\$ 61.171,30	\$ 63.642,43	\$ 66.213,39	\$ 68.888,21
Servicio de Limpieza	\$ 4.800,00	\$ 4.808,16	\$ 4.816,33	\$ 4.824,52	\$ 4.832,72	\$ 4.840,94	\$ 4.849,17	\$ 4.857,41	\$ 4.865,67	\$ 4.873,94
Servicio de Recolección de Desechos (GADERE)	\$ 5.400,00	\$ 5.409,18	\$ 5.418,38	\$ 5.427,59	\$ 5.436,81	\$ 5.446,06	\$ 5.455,31	\$ 5.464,59	\$ 5.473,88	\$ 5.483,18
Servicio de Agua Potable	\$ 840,00	\$ 841,43	\$ 842,86	\$ 844,29	\$ 845,73	\$ 847,16	\$ 848,60	\$ 850,05	\$ 851,49	\$ 852,94
Servicio de Luz Eléctrica	\$ 1.080,00	\$ 1.081,84	\$ 1.083,68	\$ 1.085,52	\$ 1.087,36	\$ 1.089,21	\$ 1.091,06	\$ 1.092,92	\$ 1.094,78	\$ 1.096,64
Plan de Internet Empresarial	\$ 504,00	\$ 504,86	\$ 505,72	\$ 506,57	\$ 507,44	\$ 508,30	\$ 509,16	\$ 510,03	\$ 510,90	\$ 511,76
Servicio de Telefonía Fija	\$ 204,00	\$ 204,35	\$ 204,69	\$ 205,04	\$ 205,39	\$ 205,74	\$ 206,09	\$ 206,44	\$ 206,79	\$ 207,14
Mantenimiento de Maquinarias	\$ 18.900,00	\$ 18.932,13	\$ 18.964,31	\$ 18.996,55	\$ 19.028,85	\$ 19.061,20	\$ 19.093,60	\$ 19.126,06	\$ 19.158,57	\$ 19.191,14
Bidones de Agua	\$ 72,00	\$ 72,12	\$ 72,25	\$ 72,37	\$ 72,49	\$ 72,61	\$ 72,74	\$ 72,86	\$ 72,99	\$ 73,11
Gastos de Ventas	\$ 11.500,00	\$ 9.516,15	\$ 9.532,33	\$ 9.548,53	\$ 9.564,76	\$ 9.581,03	\$ 9.597,31	\$ 9.613,63	\$ 9.629,97	\$ 9.646,34
Desarrollo de la Página Web	\$ 2.000,00									
Publicidad en línea- Redes Sociales	\$ 600,00	\$ 601,02	\$ 602,04	\$ 603,07	\$ 604,09	\$ 605,12	\$ 606,15	\$ 607,18	\$ 608,21	\$ 609,24
Viáticos para los colaboradores	\$ 3.700,00	\$ 3.706,29	\$ 3.712,59	\$ 3.718,90	\$ 3.725,22	\$ 3.731,56	\$ 3.737,90	\$ 3.744,26	\$ 3.750,62	\$ 3.757,00
Ferias internacionales	\$ 5.200,00	\$ 5.208,84	\$ 5.217,70	\$ 5.226,57	\$ 5.235,45	\$ 5.244,35	\$ 5.253,27	\$ 5.262,20	\$ 5.271,14	\$ 5.280,10
Gastos Financieros	\$ 5.071,68	\$ 4.123,33	\$ 3.086,53	\$ 1.953,03	\$ 713,82					
Pago de Intereses préstamo	\$ 5.071,68	\$ 4.123,33	\$ 3.086,53	\$ 1.953,03	\$ 713,82					
Otros Gastos	\$ 17.913,08	\$ 17.913,08	\$ 17.913,08	\$ 12.960,41	\$ 12.960,41	\$ 11.819,43	\$ 11.819,43	\$ 11.819,43	\$ 11.819,43	\$ 11.819,43
Depreciación	\$ 16.772,09	\$ 16.772,09	\$ 16.772,09	\$ 11.819,43	\$ 11.819,43	\$ 11.819,43	\$ 11.819,43	\$ 11.819,43	\$ 11.819,43	\$ 11.819,43
Amortización de Activos Diferidos	\$ 1.140,99	\$ 1.140,99	\$ 1.140,99	\$ 1.140,99	\$ 1.140,99					
Utilidad Operativa	\$ 11.508,12	\$ 18.797,34	\$ 24.163,57	\$ 34.565,42	\$ 40.104,17	\$ 46.239,81	\$ 50.499,27	\$ 54.734,57	\$ 58.942,75	\$ 63.120,73
Participación de Utilidades (15%)	\$ 1.726,22	\$ 2.819,60	\$ 3.624,54	\$ 5.184,81	\$ 6.015,63	\$ 6.935,97	\$ 7.574,89	\$ 8.210,19	\$ 8.841,41	\$ 9.468,11
Utilidad antes de Impuestos	\$ 9.781,90	\$ 15.977,74	\$ 20.539,03	\$ 29.380,61	\$ 34.088,55	\$ 39.303,84	\$ 42.924,38	\$ 46.524,38	\$ 50.101,34	\$ 53.652,62
Impuesto a la Renta (25%)	\$ 2.445,48	\$ 3.994,43	\$ 5.134,76	\$ 7.345,15	\$ 8.522,14	\$ 9.825,96	\$ 10.731,10	\$ 11.631,10	\$ 12.525,33	\$ 13.413,16
Utilidad Neta	\$ 7.336,43	\$ 11.983,30	\$ 15.404,28	\$ 22.035,46	\$ 25.566,41	\$ 29.477,88	\$ 32.193,29	\$ 34.893,29	\$ 37.576,00	\$ 40.239,47

Flujo de Caja

Tabla 16

Flujo de Caja Anual Proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos											
Unidades Vendidas		207360	209607	211879	214175	216496	218842	221214	223611	226035	228484
Precio de Venta		\$ 2,13	\$ 2,13	\$ 2,13	\$ 2,14	\$ 2,14	\$ 2,15	\$ 2,15	\$ 2,15	\$ 2,16	\$ 2,16
Total de Ingresos	\$ -	\$ 441.094,08	\$ 446.632,33	\$ 452.240,12	\$ 457.918,32	\$ 463.667,81	\$ 469.489,49	\$ 475.384,27	\$ 481.353,06	\$ 487.396,79	\$ 493.516,41
Costos											
Costo de producción por funda		\$ 1,52	\$ 1,50	\$ 1,48	\$ 1,46	\$ 1,44	\$ 1,42	\$ 1,40	\$ 1,38	\$ 1,37	\$ 1,35
Unidades		207360	209607	211879	214175	216496	218842	221214	223611	226035	228484
Total de Costos	\$ -	\$ 315.067,20	\$ 314.245,87	\$ 313.426,68	\$ 312.609,63	\$ 311.794,70	\$ 310.981,90	\$ 310.171,22	\$ 309.362,65	\$ 308.556,19	\$ 307.751,83
Gastos Administrativos	\$ -	\$ 80.034,00	\$ 82.036,57	\$ 84.117,94	\$ 86.281,30	\$ 88.497,65	\$ 90.867,33	\$ 93.297,04	\$ 95.822,79	\$ 98.448,45	\$ 101.178,07
Gastos de Ventas	\$ -	\$ 11.500,00	\$ 9.516,15	\$ 9.532,33	\$ 9.548,53	\$ 9.564,76	\$ 9.581,03	\$ 9.597,31	\$ 9.613,63	\$ 9.629,97	\$ 9.646,34
Gastos Financieros		\$ 5.071,68	\$ 4.123,33	\$ 3.086,53	\$ 1.953,03	\$ 713,82					
Otros Gastos		\$ 17.913,08	\$ 17.913,08	\$ 17.913,08	\$ 12.960,41	\$ 12.960,41	\$ 11.819,43	\$ 11.819,43	\$ 11.819,43	\$ 11.819,43	\$ 11.819,43
Flujo antes de Impuestos	\$ (5.704,93)	\$ 11.508,12	\$ 18.797,34	\$ 24.163,57	\$ 34.565,42	\$ 40.136,46	\$ 46.239,81	\$ 50.499,27	\$ 54.734,57	\$ 58.942,75	\$ 63.120,73
(-) Participación de Utilidades	\$ -	\$ 1.726,22	\$ 2.819,60	\$ 3.624,54	\$ 5.184,81	\$ 6.020,47	\$ 6.935,97	\$ 7.574,89	\$ 8.210,19	\$ 8.841,41	\$ 9.468,11
Flujo después de Impuestos	\$ (5.704,93)	\$ 9.781,90	\$ 15.977,74	\$ 20.539,03	\$ 29.380,61	\$ 34.116,00	\$ 39.303,84	\$ 42.924,38	\$ 46.524,38	\$ 50.101,34	\$ 53.652,62
(+) Depreciaciones	\$ -	\$ 16.772,09	\$ 16.772,09	\$ 16.772,09	\$ 11.819,43	\$ 11.819,43	\$ 11.819,43	\$ 11.819,43	\$ 11.819,43	\$ 11.819,43	\$ 11.819,43
(+) Amortizaciones		\$ 1.140,99	\$ 1.140,99	\$ 1.140,99	\$ 1.140,99	\$ 1.140,99					
(-) Pago de Préstamo		\$ 10.168,47	\$ 11.116,83	\$ 12.153,63	\$ 13.287,13	\$ 14.526,34					
Capital de Trabajo	\$ (15.958,66)										
Activos Fijos	\$ (139.588,80)										
Flujo de Caja Neto	\$ (161.252,39)	\$ 17.526,51	\$ 22.773,99	\$ 26.298,48	\$ 29.053,90	\$ 32.550,07	\$ 51.123,26	\$ 54.743,81	\$ 58.343,81	\$ 61.920,76	\$ 65.472,05

En la Tabla 16 se detalla el flujo de caja anual de la empresa, el cual señala que en el primer año el flujo de caja neto es 17.526,51 dólares y mantiene un valor de incremento anualmente.

Análisis de TIR, VAN y TMAR

Tasa Interna de Retorno

El análisis de la Tasa Interna de Retorno (TIR) denota la rentabilidad del proyecto a analizar y si es favorable reinvertir en el mismo, cabe destacar que este se determina a base de los rubros obtenidos del flujo de caja proyectado. En el presente proyecto el TIR equivale a 17,86%, es decir que es considerado un proyecto rentable puesto que este valor es mayor a la tasa de descuento, generando un mayor rendimiento.

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) es un rubro índico la rentabilidad mínima que un inversionista al analizar un proyecto espera obtener del mismo. Se realizó el cálculo mediante el Costo Medio Ponderado de Capital, teniendo como resultado 5,76%.

Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto es calculado mediante los valores obtenidos del flujo de caja, teniendo como resultado un monto de 137.080,85 dólares. Con ello, se puede determinar que el proyecto es rentable, puesto que es mayor a 0.

Análisis de Sensibilidad

El Análisis de Sensibilidad es una técnica utilizada por los inversionistas para la toma de decisiones de un proyecto. Se realizó el análisis con dos escenarios, un escenario pesimista con un valor de crecimiento de 1,08% y un escenario optimista con un crecimiento de 4%.

Tabla 17

Cuadro resumen del Análisis de Sensibilidad

	Escenario Pesimista	Escenario Optimista
Tasa de Crecimiento	1,08%	4%
VAN	\$137.030,85	\$441.759,76
TIR	17,86%	36,10%

De acuerdo a la Tabla 17, ambos escenarios cuentan con valores favorables. A pesar de que el primer escenario es un escenario pesimista muestra una tasa interna de retorno mayor a la tasa de descuento y un VAN de 137.030,85, siendo mayor a 0. Por otra parte, el escenario optimista muestra igualmente escenarios favorables y rentables, pero con valores mayores en cuanto al TIR y el VAN.

Conclusiones y Recomendaciones

En la presente sección se presentan las conclusiones y recomendaciones del proyecto. Cabe destacar, que por cada objetivo planteado, General y Específicos, se realizan las mismas.

Conclusiones

Con respecto al primer objetivo específico, el cual se basa en definir la fundamentación teórica, metodológica, legal y conceptual del presente proyecto, se concluye que a pesar de que el plátano es un fruto de alto consumo en el país, existe una carencia de información pública en la web ya sea en el ámbito social o económico; además debido a la situación sanitaria actual, existieron limitantes en la obtención de información al momento de la realización de las encuestas y entrevistas.

Referente al segundo objetivo específico, que es realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda de *sticks* de plátano pre fritos congelados a Francia. Se concluye que el mercado francés es una buena oportunidad para exportar *sticks* de plátano pre fritos congelados, puesto que no existe competencia directa, existe un incremento porcentual de demanda de productos congelados y no hay a la venta ningún producto congelado a base de plátano en el país. Además, que la calidad y seguridad alimentaria y ambiental constituyen un factor primordial al momento de la compra.

El tercer objetivo específico es diseñar un estudio técnico para el acopio, industrialización y exportación de *sticks* de plátano pre fritos congelados al mercado francés. En cuanto a este objetivo, se concluye que la capacidad de producción de la planta sin horas extraordinarias, calculada en base de los datos recolectados, representa una oferta viable con capacidad de cumplir el requerimiento de exportación. Además, la empresa tiene una ventaja en cuanto a la materia prima, colaboradores y la ubicación estratégica de la planta industrial, manteniendo cortas distancias en relación con los proveedores de la materia prima, ahorrando tiempo por desplazamientos y acarreo del plátano.

Con respecto al cuarto objetivo específico, que es determinar la factibilidad económica de la exportación de *sticks* de plátano pre fritos congelados en Francia. Se concluye que existe viabilidad financiera, obteniendo una Tasa Interna de Retorno de 17,86%, siendo mayor que la tasa de descuento que es 5,76%. De igual manera, el

VAN con un valor de \$137.030,85, determina rentabilidad por ser un valor mayor a cero.

Finalmente, en base a la pregunta de la formulación del problema, se determina la factibilidad para la exportación de *sticks* pre fritos congelados a Francia. Como se mencionó previamente el mercado francés es una buena oportunidad para la exportación de un producto congelado a base de plátano, debido a la viabilidad legal, técnica, de mercadeo, financiera y ambiental evidenciada a lo largo del presente estudio.

Recomendaciones

De acuerdo a lo investigado en el presente proyecto, se recomienda lo siguiente:

En el caso de los nuevos emprendedores, se recomienda incursionar en proyectos de productos elaborados a base de materia prima ecuatoriana e incentivar a más emprendedores a la inserción de la matriz productiva. Adicional, aprovechar los recursos que el Gobierno ecuatoriano ofrece en relación a las exportaciones por medio de instituciones públicas como PROECUADOR.

Se recomienda a la Federación Nacional de Productores de Plátano del Ecuador, formen un concenso con mayor cantidad de productores para evitar las fluctuaciones de precios provocada por los intermediarios. Además, a las asociaciones ya existentes, invertir en certificaciones de buenas prácticas de manufactura o producción, certificaciones de calidad, entre otras, con la finalidad de tener acceso a más mercados internacionales.

En relación al mercado, se recomienda elaborar un estudio a profundidad del mercado francés para conocer las posibles oportunidades de los productos elaborados a base de materia prima ecuatoriana como atún, plátano, camarón, entre otros.

Finalmente, se recomienda habilitar acceso de información social, cultural y económica del plátano y los productos a base del mismo.

Referencias Bibliográficas

- AB Certification. (2020). *Qui-sommes nous?* [Corporativa].
<https://www.abcertification.com/spip.php?article3>
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2017). *Resolución ARCSA-DE-023-2017-FMRH*.
<https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Resolución-ARCSA-DE-023-FMRH-Derogatoria-PET-PCR.pdf>
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2020). *Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria*. Portal Único de Trámites Ciudadanos. <https://www.gob.ec/arcsa>
- Albuja Chaves, R., & Bravo Moreano, H. A. (2019). *Análisis del acuerdo multipartes Ecuador – Unión Europea 2017, y el cambio de la matriz productiva*. [Universidad Israel]. <http://157.100.241.244/handle/47000/1869>
- Anecacao. (2015). *PLÁTANO, CAFÉ Y CACAO, LO MÁS EXPORTADO*. Asociación Nacional de Exportadores de Cacao-Ecuador.
<http://www.anecacao.com/index.php/es/noticias/platano-cafe-y-cacao-lo-mas-exportado.html>
- Arévalo, G. A. (2014). *Ecuador: Economía y política de la revolución ciudadana, evaluación preliminar*. 33(Apuntes del Cenes).
<https://revistas.uptc.edu.co/index.php/cenes/article/view/3104/5112>
- Arvanitoyannis, I. S. (2009). *HACCP and ISO 22000 Application to Foods of Animal Origin*. Wiley-Blackwell Publishing.
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=U9KuJt7NNuYC&oi=fnd&pg=PR6&dq=iso+22000+&ots=Hp2DHYgk3B&sig=YUA89FCBD8aK6LYfneN3PXb4HRg#v=onepage&q=iso%2022000&f=false>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la Investigación* (Tercera edición). Grupo Editorial Patria.
http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf
- Baena Toro, D. (2014). *Análisis financiero enfoque y proyecciones* (Segunda Edición). ECOE Ediciones.
<https://books.google.com.ec/books?id=1Xs5DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Análisis+Financiero+Enfoque+y+Proyecciones&hl=es->

419&sa=X&ved=0ahUKEwiZ_Yq7sOvpAhVsc98KHXknD2gQ6AEIJzAA#v=onepage&q=Análisis%20Financiero%20Enfoque%20y%20Proyecciones&f=false

- Banco Central del Ecuador. (2018). *Ecuador: Reporte Mensual de Inflación*. <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/infl201812.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2020, marzo). *La Economía Ecuatoriana creció 0,1% en 2019*. <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1359-la-econom%C3%ADa-ecuatoriana-creció-01-en-2019>
- Banco Mundial. (2020). *Gasto en investigación y desarrollo (% del PIB)*. <https://datos.bancomundial.org/indicador/GB.XPD.RSDV.GD.ZS>
- Baquero, J. (2017). *Vulnerabilidad socioecológica y socioeconómica en cadenas de valor agrícola. El caso de la producción del plátano en Colombia*. 2(Revista Latinoamericana de Estudios Rurales). <http://www.ceil-conicet.gov.ar/ojs/index.php/revistaalasru/article/view/198/114>
- Baró, S. (1997). *Globalización y desarrollo mundial*. Editorial de Ciencias Sociales. <https://books.google.com.ec/books?id=2OYVAQAAMAAJ&q=Globalización+y+desarrollo+mundial&dq=Globalización+y+desarrollo+mundial&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjx8K-e5enpAhXrhXIEHUmLDwkQ6AEIJzAA>
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (Tercera Edición). PEARSON EDUCACIÓN.
- Blank, L., & Tarquin, A. (2012). *Ingeniería Económica* (Séptima Edición). McGraw-Hill.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2008). *Los Incoterms y su uso en el comercio internacional*. <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/3138>
- Carrillo, P. (2019). *Coloquio de economía del desarrollo importaciones y productividad en un contexto de dolarización—El caso de Ecuador* [Universidad Latinoamericana de Postgrado Líder en Ciencias Sociales]. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/15554>
- Carvajal, M., Zuluaga, P., Ocampo, O. L., & Duque, D. (2019). *Las exportaciones de plátano como una estrategia de desarrollo rural en Colombia*. 38, 113-148.
- Case, K., & Fair, R. (2008). *Principios de macroeconomía* (Octava). Editorial Pearson. https://books.google.com.ec/books?id=V_qwQwAACAAJ&dq=Principios+de+Microeconom%C3%ADa+Case,+Karl+E,+Fair,+Ray+C&hl=es-

- 419&sa=X&ved=0ahUKEWjN86bZ2enpAhU5g3IEHWTpDXEQ6AEIKTAA
- Cedeño, G. (2020). *Banano, plátano y otras musáceas* [Gubernamental]. Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias. <http://www.iniap.gob.ec/pruebav3/banano-platano-y-otras-musaceas/>
- Chavarría, H., Sepulveda, S., & Rojas, P. (2002). *Competitividad: Cadenas agroalimentarias y territorios rurales* (Vol. 1). <https://books.google.com.ec/books?id=XBM5X64hYrMC&pg=PA2&dq=Competitividad+Chavarr%C3%ADa,+Hugo,+Rojas,+Patricia,+Sep%C3%BAlveda,+Sergio&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEWjlmMzm5-npAhWFhXIEHdZLDr0Q6AEIJzAA#v=onepage&q=Competitividad%20Chavarr%C3%ADa%2C%20Hugo%3B%20Rojas%2C%20Patricia%3B%20Sep%C3%BAlveda%2C%20Sergio&f=false>
- Comisión Legislativa y Codificación. (1999). *Codificación de la Ley de Compañías*. http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_comp.pdf
- Consejo Nacional de Planificación. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021*. https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_OK.compressed1.pdf
- Corporación Financiera Nacional. (2016, marzo 20). *Financiamiento de exportación*. Corporación Financiera Nacional. <https://www.cfn.fin.ec/financiamiento-de-exportacion/>
- Corporación Financiera Nacional. (2019, octubre 14). *Juntos* [Gubernamental]. Corporación Financiera Nacional. <https://www.cfn.fin.ec/juntos/>
- Cortés, J. M. (2017). *Sistemas de Gestión de Calidad (ISO 9001:2015)* (Primera edición). ICB Editores. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=RhkWdWAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=historia+de+las+normas+iso&ots=XRyiUICWI3&sig=JnWApWFNlt7OHNHjX5fzWUJyQow#v=onepage&q=historia%20de%20las%20normas%20iso&f=false>
- Cortés, M. A. (2016). *Aportes a la sustentabilidad: Una mirada desde la gestión del territorio y los recursos naturales* (Primera edición). https://books.google.com.ec/books?id=-SNLDwAAQBAJ&pg=PT5&dq=desarrollo++sustentabilidad&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEWiy7dzJx_rpAhVuQt8KHVXcBhIQ6AEINjAC#v=

onepage&q=desarrollo%20%20sustentabilidad&f=false

- Cuevas, I., Rocha, L., & Soto, M. del R. (2018). *Certificación ambiental ISO 14000, como ventaja competitiva y su impacto financiero*. 7(Red Internacional de Investigadores en Competitividad). <https://riico.net/index.php/riico/article/view/324/1465>
- DatosMacro. (2020). *Aumenta el número de emigrantes ecuatorianos* [Informativa]. Datosmacro. <https://datosmacro.expansion.com/demografia/migracion/emigracion/ecuador>
- Del Pozo, H. (2018). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. <https://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- Delgadillo, D. I. (2014). *Estudio comparativo del rendimiento del plátano Barraganete VS plátano Dominicano* [Universidad Católica Santiago de Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2505/1/T-UCSG-PRE-TEC-AGRO-55.pdf>
- Delhi, N. (2019). *Índice Mundial de Innovación 2019: La India experimenta un importante avance, mientras que Suiza, Suecia, los Estados Unidos de América, los Países Bajos y el Reino Unido lideran la clasificación; el proteccionismo comercial constituye un riesgo para el futuro de la innovación*. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. https://www.wipo.int/pressroom/es/articles/2019/article_0008.html
- Deutsche Welle. (2019). *Se reduce levemente el desempleo en Francia*. Actualidad. <https://www.dw.com/es/se-reduce-levemente-el-desempleo-en-francia/a-50020622>
- Douanes&Droits Indirects. (2020). *L'essentiel de la douane* [Gubernamental]. <https://www.douane.gouv.fr/la-douane/qui-sommes-nous/lessentiel-de-la-douane>
- Ecuador Food Fair. (2020). *Feria Interactiva de Alimentos del Ecuador*. <https://www.fedexpor.com/ecuador-food-fair/>
- El Comercio. (2019, julio 29). *2981*. <https://www.pressreader.com/ecuador/el-comercio-ecuador/20190729/page/1>
- El Universo. (2018, enero). *Acuerdo comercial con la Unión Europea incrementó exportaciones en Ecuador* [Informativa]. América Economía. [95](https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/comercio/acuerdo-</p></div><div data-bbox=)

- comercial-con-la-union-europea-incremento-exportaciones-en
- Estrella, J. (2018, octubre 11). *UE impulsa las compras y los envíos con Ecuador*. El Comercio. <https://www.elcomercio.com/actualidad/ue-impulso-compras-envios-ecuador.html>
- Feijoo, E., & Del Pozo, D. (2019). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)*. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Marzo/Boletin_mar2019.pdf
- Fenollosa, J. (2012). *El mercado de productos congelados en Francia*. España Exportación e Inversiones. <https://www.yumpu.com/es/document/read/27726562/el-mercado-de-productos-congelados-en-francia>
- Fruit Logística. (2020). *Breve Descripción*. <https://www.fruitlogistica.es/APrimeraVista/BreveDescripciN/>
- García, D. J., Herrera, C. D., & Tibavizco, L. M. (2018). *Criterios de Implementación ISO 14000:2015*. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/23396>
- Goicoechea, C., & Souto, J. E. (2018, junio). *Una aplicación del marco de las Cinco Fuerzas de Porter al grupo BMW*. 7(3C Tecnología. Glosas de Innovación Aplicadas a la Pyme), 10-27.
- González, R. (2011). Diferentes Teorías del Comercio Internacional. *ICE: Revista de Economía*, 104.
- Grande, I., & Abascal, E. (2017). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial* (Decimotercera edición). ESIC Editorial. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=zbaaDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA19&dq=La+investigación+de+mercados+permite+obtener+información+necesaria+para+realizar+análisis+de+la+situación+actual,+el+análisis+de+las+oportunidades+y+amenazas+y+el+control+del+plan,+cabe+destacar+que+esta+información+no+proporciona+la+información+suf&ots=U1YLZNzIue&sig=tsrW8qzO3bGG451iNR4NtUQORjk#v=onepage&q&f=false>
- Griñan, D., & Barros, O. (2019). *Población y cadenas de valor: Un marco teórico-metodológico para su estudio*. 14(Revista Novedades en Población), 298-313.
- Guim, F. J., & Romero, A. M. (2016). *Estudio de factibilidad y plan de exportación de plátano barraganete de la empresa Adiransa S.A. a la Unión Europea* [Trabajo de Titulación, Universidad Católica Santiago de Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6693/1/T-UCSG-PRE-ECO->

GES-301.pdf

- Hirsch, J. (1996). *Globalización, capital y Estado* (Gerardo Avalos Tenorio). https://books.google.com.ec/books?id=ZMFIAAAAYAAJ&q=Globalización,+capital+y+Estado&dq=Globalización,+capital+y+Estado&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi_gaL64-npAhXDhHIEHRw6CD0Q6AEIJzAA
- INFORMA. (2019). *La creciente demanda de platos preparados impulsa el mercado de alimentos congelados*. INFORMA. <https://www.empresaactual.com/la-creciente-demanda-de-platos-preparados-impulsa-el-mercado-de-alimentos-congelados/>
- Instituto de Comercio Exterior España. (2019, febrero). *Las dificultades de satisfacer al consumidor francés*. <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/noticias/NEW2019814753.html?idPais=FR#>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras. (2011). *Registro Oficial No. 459*. <https://www.registroficial.gob.ec/index.php/registro-oficial-web/publicaciones/registro-oficial/item/3434-registro-oficial-no-459.html>
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2020). *Servicio Ecuatoriano de Normalización*. Portal Único de Trámites Ciudadanos. <https://www.gob.ec/inen>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2020). *La Institución* [Gubernamental]. Instituto Nacional de Estadística y Censos. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/la-institucion/>
- International Monetary Fund. (2020). *World Economic Outlook Database by countries*. <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2020/01/weodata/download.aspx>
- International Organization for Standardization. (2020). *AFNOR* [Organizacional]. <https://www.iso.org/member/1738.html>
- Jaramillo, F. (2020, junio). *¿Se viene la deflación?* [Informativa]. <https://www.elcomercio.com/opinion/opinion-columnistas-fidel-jaramillo-deflacion.html>
- Jiménez, J. V., Loaiza, D., & Llano, M. (2018). *Planificación y Estructura del Sistema de Gestión de la Calidad Bajo Lineamientos de la Normas ISO 9001:2015 en GA Ingeniería Biomédica* [Universidad Santo Tomás]. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/15307/2018jennyjimenez.pdf?sequence=9&isAllowed=y>
- Lafuente, F. (2010). *Aspectos del Comercio Exterior*.

http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55760.pdf

Leyva, M., Hechavarría, J., Batista, N., Alarcón, A., & Gómez, O. (2018). *Marco de trabajo para realizar el análisis PEST basado en mapas de decisión difusos*. 39(Revista Espacios), 3.

Llamazares, O. (2019). *Guía práctica de los INCOTERMS 2020*. Global Marketing Strategies.

https://issuu.com/globalmarketing1/docs/guia_practica_de_los_incoterms_2020

Lombana, J. E., Molina, A., Muñoz, A., & Muñoz, J. (2016). *La industria de la comunicación gráfica en Barranquilla, Colombia: Análisis sectorial desde el enfoque de las cinco fuerzas competitivas*. 10(Clío América). <http://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/clioamerica/article/view/1683/142>

López, Y., Arvizu, E., Asain, A., Mayett, Y., & Martínez, J. L. (2018). *Análisis competitivo de la actividad productiva de la malanga: Un enfoque basado en la teoría de Michael Porter*. 8(Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo). <http://www.scielo.org.mx/pdf/ride/v8n16/2007-7467-ride-8-16-00729.pdf>

Magretta, J. (2014). *Para entender a Michael Porter: Guía esencial hacia la estrategia y la competencia* (Primera Edición). Grupo Editorial Patria. <https://books.google.com.ec/books?id=JNvhBAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Para+entender+a+Michael+Porter:+Gu%C3%ADa+esencial+hacia+la+estrat%C3%A9gia+y+la+competencia&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiLubCLquvpAhXBnOAKHdOIBvwQ6AEIKTAA#v=onepage&q=Para%20entender%20a%20Michael%20Porter%3A%20Gu%C3%ADa%20esencial%20hacia%20la%20estrat%C3%A9gia%20y%20la%20competencia&f=false>

Martínez, H., Pinzón Ruiz, N., & Peña Marín, Y. (2005). *La industria procesadora de papa, plátano y yuca: El mercado de pasabocas(snacks) y congelados en Colombia*. <https://issuu.com/fedepapa/docs/la-industria-procesadora-de-papa--platanoyyuca->

Martínez, R., & Martínez, D. (2016). *Perspectivas de la sustentabilidad: Teoría y campos de análisis*. 16(Revista Pensamiento Actual), 123-145.

Maxwell, J. (2019). *Diseño de investigación cualitativa* (Primera edición). Gedisa

Editorial.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ZLewDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT351&dq=guia+para+presentacion+de+investigaciones&ots=fk8vvBq-xO&sig=qwJXFe3beSi3iFRLsxEJN6IbtCQ#v=onepage&q=guia%20para%20presentacion%20de%20investigaciones&f=false>

Mesquida, A. L., Mas, A., Amengual, E., & Cabestrero, I. (2010). *Sistema de Gestión Integrado según las normas ISO 9001, ISO/IEC 20000 e ISO/IEC 27001*. 6(Revista Española de Innovación, Calidad e Ingeniería del Software), 25-34.

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (2019). *Producción y Comercialización de banano, plátano y sus musáceas*. <https://www.agricultura.gob.ec>

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (2020). *MAGAP construirá centros de acopio para exportar plátano desde Manabí* [Gubernamental]. <https://www.agricultura.gob.ec/magap-construira-centros-de-acopio-para-exportar-platano-desde-manabi/>

Ministerio de Comercio Exterior. (2017). *NOMENCLATURA DE DESIGNACIÓN Y CODIFICACIÓN DE MERCANCÍAS DEL ECUADOR*. <http://www.pudeleco.com/files/a17026a.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2019). *Guía Comercial Francia*. <https://www.proecuador.gob.ec/guia-comercial-de-francia/>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España. (2016). *La industria de las patatas se reinventa en Francia*. <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/sectores/agroalimentarios/noticias/4715625.html?sector=2>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2020). *Introducción* [Gubernamental]. Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. <https://www.produccion.gob.ec>

Molina, W. (2020, febrero 25). *La demanda de plátano disminuyó en febrero*. El Telégrafo. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/demanda-platano-compras>

Navajas, P. (2016). *El mercado de los productos congelados en Francia*. <https://www.icex.es/icex/GetDocumento?dDocName=DOC2016673418&urlNoAcceso=/icex/es/registro/iniciar-sesion/index.html?urlDestino=http://www.icex.es/icex/es/navegacion->

- principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/sectores/agroalimentarios/documentos/DOC2016673418.html.
- Navarro, A., Rey, M., & Barrera, R. (2017). *Compromiso, recursos, emprendimiento exportador y resultados empresariales*. 57(Revista de Administração de Empresas), 136.
- Odriozola, S. (2008). Análisis crítico de la teoría del capital humano: Apuntes para una concepción alternativa para la construcción del Socialismo. *Redalyc*, 143, 237-268.
- Ordoñez, J., Vite, H., & Barrezueta, S. (2019). *Análisis de rentabilidad económica del plátano (Musa balbisiana AAB Simmonds) en el sitio Río Negro, provincia El Oro*. 2(Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas), 160-170.
- Organización Internacional de Normalización. (2020). *ISO 22000:2018(es) Sistemas de gestión de la inocuidad de los alimentos—Requisitos para cualquier organización en la cadena alimentaria*. Organización Internacional de Normalización. <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:22000:ed-2:v2:es>
- Organización Mundial de la Salud. (2016). *Informe mundial sobre la diabetes*. <https://www.who.int/diabetes/global-report/es/>
- Organización Mundial del Comercio. (2020). *Glosario de Términos*. World Trade Organization. https://www.wto.org/spanish/thewto_s/glossary_s/glossary_s.htm
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico. (2019). *Final Consumption Expenditure of Households*. Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico. https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=SNA_TABLE5
- Paz, R., & Pesantez, Z. (2013). *POTENCIALIDAD DEL PLÁTANO VERDE EN LA NUEVA MATRIZ PRODUCTIVA DEL ECUADOR*. 2(2), 203-210.
- Pérez, R., & Berajano, A. (2008). *Sistema de Gestión Ambiental: Serie ISO 14000*. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 89-105.
- Porter, M. (1990). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior* (Segunda Edición Reformada). Grupo Editorial Patria. https://books.google.com.ec/books?id=wV4JDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Ventaja+Competitiva:+Creación+y+sostenimiento+de+un+desempeño+superior&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj1_7Wn2OnpAhVjZTUKHd1RB9QQ6AEIJzAA#v=onepage&q=Ventaja%20Competitiva%3A%20Creación%20y%20sostenimi

ento%20de%20un%20desempeño%20superior&f=false

Porter, M. (2017). *Ser competitivo* (Novena Edición). Editorial DEUSTO.

[https://books.google.com.ec/books?id=8wE2DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Ser+Competitivo+Porter,+Michael+2017&hl=es-](https://books.google.com.ec/books?id=8wE2DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Ser+Competitivo+Porter,+Michael+2017&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiphJ3Qq-)

[419&sa=X&ved=0ahUKEwiphJ3Qq-](https://books.google.com.ec/books?id=8wE2DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Ser+Competitivo+Porter,+Michael+2017&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiphJ3Qq-)

[vpAhWKMd8KHTCtDkAQ6AEIJzAA#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=8wE2DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Ser+Competitivo+Porter,+Michael+2017&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiphJ3Qq-)

Porter, M. (2008). *Las Cinco Fuerzas Competitivas que le dan forma a la Estrategia*.

Editorial Harvard Business Review America.

[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56900905/3.-_Las_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_dan_forma_a_la_estrategia.pdf?1530417397=&response-content-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56900905/3.-_Las_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_dan_forma_a_la_estrategia.pdf?1530417397=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLas_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_da.pdf&Expires=1591980289&Signature=dcTjwBiz8b3AC7hPdHLX4h21OsG8HYnh7~nCwJX61~X6k75GjV3Drq4jk9WI2k1bvyASWcNAVDmqIeBfY29iqxBVV0u7R2behJ~L8VN6YhVIYWT9HKBJZ3ylKlmGwuCnGbpOBHc-kCMn3tu3BlfbmJQzjx6O2kWwl-C5c44O8OijvhrALzt9-PKDJB9PrjP28xhhexuqIToHeVZ3CoOyqbVeuh2QMqvAabouDmPbsP173ECpfg0GsruiY1q~fuqie326RoY-8Ag5qJ0q02DjLunCe81wDe~cDXW9U6RC8QyKX8dpySUvXZ6B4c2byJlcCqYTFreIoTvCP9OHDCLUg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[disposition=inline%3B+filename%3DLas_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_da.pdf&Expires=1591980289&Signature=dcTjwBiz8b3AC7hPdHLX4h21Os](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56900905/3.-_Las_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_dan_forma_a_la_estrategia.pdf?1530417397=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLas_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_da.pdf&Expires=1591980289&Signature=dcTjwBiz8b3AC7hPdHLX4h21OsG8HYnh7~nCwJX61~X6k75GjV3Drq4jk9WI2k1bvyASWcNAVDmqIeBfY29iqxBVV0u7R2behJ~L8VN6YhVIYWT9HKBJZ3ylKlmGwuCnGbpOBHc-kCMn3tu3BlfbmJQzjx6O2kWwl-C5c44O8OijvhrALzt9-PKDJB9PrjP28xhhexuqIToHeVZ3CoOyqbVeuh2QMqvAabouDmPbsP173ECpfg0GsruiY1q~fuqie326RoY-8Ag5qJ0q02DjLunCe81wDe~cDXW9U6RC8QyKX8dpySUvXZ6B4c2byJlcCqYTFreIoTvCP9OHDCLUg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[G8HYnh7~nCwJX61~X6k75GjV3Drq4jk9WI2k1bvyASWcNAVDmqIeBfY2](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56900905/3.-_Las_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_dan_forma_a_la_estrategia.pdf?1530417397=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLas_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_da.pdf&Expires=1591980289&Signature=dcTjwBiz8b3AC7hPdHLX4h21OsG8HYnh7~nCwJX61~X6k75GjV3Drq4jk9WI2k1bvyASWcNAVDmqIeBfY29iqxBVV0u7R2behJ~L8VN6YhVIYWT9HKBJZ3ylKlmGwuCnGbpOBHc-kCMn3tu3BlfbmJQzjx6O2kWwl-C5c44O8OijvhrALzt9-PKDJB9PrjP28xhhexuqIToHeVZ3CoOyqbVeuh2QMqvAabouDmPbsP173ECpfg0GsruiY1q~fuqie326RoY-8Ag5qJ0q02DjLunCe81wDe~cDXW9U6RC8QyKX8dpySUvXZ6B4c2byJlcCqYTFreIoTvCP9OHDCLUg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[9iqxBVV0u7R2behJ~L8VN6YhVIYWT9HKBJZ3ylKlmGwuCnGbpOBHc-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56900905/3.-_Las_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_dan_forma_a_la_estrategia.pdf?1530417397=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLas_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_da.pdf&Expires=1591980289&Signature=dcTjwBiz8b3AC7hPdHLX4h21OsG8HYnh7~nCwJX61~X6k75GjV3Drq4jk9WI2k1bvyASWcNAVDmqIeBfY29iqxBVV0u7R2behJ~L8VN6YhVIYWT9HKBJZ3ylKlmGwuCnGbpOBHc-kCMn3tu3BlfbmJQzjx6O2kWwl-C5c44O8OijvhrALzt9-PKDJB9PrjP28xhhexuqIToHeVZ3CoOyqbVeuh2QMqvAabouDmPbsP173ECpfg0GsruiY1q~fuqie326RoY-8Ag5qJ0q02DjLunCe81wDe~cDXW9U6RC8QyKX8dpySUvXZ6B4c2byJlcCqYTFreIoTvCP9OHDCLUg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[kCMn3tu3BlfbmJQzjx6O2kWwl-C5c44O8OijvhrALzt9-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56900905/3.-_Las_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_dan_forma_a_la_estrategia.pdf?1530417397=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLas_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_da.pdf&Expires=1591980289&Signature=dcTjwBiz8b3AC7hPdHLX4h21OsG8HYnh7~nCwJX61~X6k75GjV3Drq4jk9WI2k1bvyASWcNAVDmqIeBfY29iqxBVV0u7R2behJ~L8VN6YhVIYWT9HKBJZ3ylKlmGwuCnGbpOBHc-kCMn3tu3BlfbmJQzjx6O2kWwl-C5c44O8OijvhrALzt9-PKDJB9PrjP28xhhexuqIToHeVZ3CoOyqbVeuh2QMqvAabouDmPbsP173ECpfg0GsruiY1q~fuqie326RoY-8Ag5qJ0q02DjLunCe81wDe~cDXW9U6RC8QyKX8dpySUvXZ6B4c2byJlcCqYTFreIoTvCP9OHDCLUg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[PKDJB9PrjP28xhhexuqIToHeVZ3CoOyqbVeuh2QMqvAabouDmPbsP173E](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56900905/3.-_Las_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_dan_forma_a_la_estrategia.pdf?1530417397=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLas_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_da.pdf&Expires=1591980289&Signature=dcTjwBiz8b3AC7hPdHLX4h21OsG8HYnh7~nCwJX61~X6k75GjV3Drq4jk9WI2k1bvyASWcNAVDmqIeBfY29iqxBVV0u7R2behJ~L8VN6YhVIYWT9HKBJZ3ylKlmGwuCnGbpOBHc-kCMn3tu3BlfbmJQzjx6O2kWwl-C5c44O8OijvhrALzt9-PKDJB9PrjP28xhhexuqIToHeVZ3CoOyqbVeuh2QMqvAabouDmPbsP173ECpfg0GsruiY1q~fuqie326RoY-8Ag5qJ0q02DjLunCe81wDe~cDXW9U6RC8QyKX8dpySUvXZ6B4c2byJlcCqYTFreIoTvCP9OHDCLUg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[Cpfg0GsruiY1q~fuqie326RoY-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56900905/3.-_Las_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_dan_forma_a_la_estrategia.pdf?1530417397=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLas_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_da.pdf&Expires=1591980289&Signature=dcTjwBiz8b3AC7hPdHLX4h21OsG8HYnh7~nCwJX61~X6k75GjV3Drq4jk9WI2k1bvyASWcNAVDmqIeBfY29iqxBVV0u7R2behJ~L8VN6YhVIYWT9HKBJZ3ylKlmGwuCnGbpOBHc-kCMn3tu3BlfbmJQzjx6O2kWwl-C5c44O8OijvhrALzt9-PKDJB9PrjP28xhhexuqIToHeVZ3CoOyqbVeuh2QMqvAabouDmPbsP173ECpfg0GsruiY1q~fuqie326RoY-8Ag5qJ0q02DjLunCe81wDe~cDXW9U6RC8QyKX8dpySUvXZ6B4c2byJlcCqYTFreIoTvCP9OHDCLUg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[8Ag5qJ0q02DjLunCe81wDe~cDXW9U6RC8QyKX8dpySUvXZ6B4c2byJlc](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56900905/3.-_Las_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_dan_forma_a_la_estrategia.pdf?1530417397=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLas_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_da.pdf&Expires=1591980289&Signature=dcTjwBiz8b3AC7hPdHLX4h21OsG8HYnh7~nCwJX61~X6k75GjV3Drq4jk9WI2k1bvyASWcNAVDmqIeBfY29iqxBVV0u7R2behJ~L8VN6YhVIYWT9HKBJZ3ylKlmGwuCnGbpOBHc-kCMn3tu3BlfbmJQzjx6O2kWwl-C5c44O8OijvhrALzt9-PKDJB9PrjP28xhhexuqIToHeVZ3CoOyqbVeuh2QMqvAabouDmPbsP173ECpfg0GsruiY1q~fuqie326RoY-8Ag5qJ0q02DjLunCe81wDe~cDXW9U6RC8QyKX8dpySUvXZ6B4c2byJlcCqYTFreIoTvCP9OHDCLUg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[CqYTFreIoTvCP9OHDCLUg__&Key-Pair-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56900905/3.-_Las_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_dan_forma_a_la_estrategia.pdf?1530417397=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLas_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_da.pdf&Expires=1591980289&Signature=dcTjwBiz8b3AC7hPdHLX4h21OsG8HYnh7~nCwJX61~X6k75GjV3Drq4jk9WI2k1bvyASWcNAVDmqIeBfY29iqxBVV0u7R2behJ~L8VN6YhVIYWT9HKBJZ3ylKlmGwuCnGbpOBHc-kCMn3tu3BlfbmJQzjx6O2kWwl-C5c44O8OijvhrALzt9-PKDJB9PrjP28xhhexuqIToHeVZ3CoOyqbVeuh2QMqvAabouDmPbsP173ECpfg0GsruiY1q~fuqie326RoY-8Ag5qJ0q02DjLunCe81wDe~cDXW9U6RC8QyKX8dpySUvXZ6B4c2byJlcCqYTFreIoTvCP9OHDCLUg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56900905/3.-_Las_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_dan_forma_a_la_estrategia.pdf?1530417397=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLas_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_da.pdf&Expires=1591980289&Signature=dcTjwBiz8b3AC7hPdHLX4h21OsG8HYnh7~nCwJX61~X6k75GjV3Drq4jk9WI2k1bvyASWcNAVDmqIeBfY29iqxBVV0u7R2behJ~L8VN6YhVIYWT9HKBJZ3ylKlmGwuCnGbpOBHc-kCMn3tu3BlfbmJQzjx6O2kWwl-C5c44O8OijvhrALzt9-PKDJB9PrjP28xhhexuqIToHeVZ3CoOyqbVeuh2QMqvAabouDmPbsP173ECpfg0GsruiY1q~fuqie326RoY-8Ag5qJ0q02DjLunCe81wDe~cDXW9U6RC8QyKX8dpySUvXZ6B4c2byJlcCqYTFreIoTvCP9OHDCLUg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

Prado, J., & De Diego, P. (1994). *La Hipótesis de la Ventaja Absoluta y la Nueva Teoría*

del Comercio Internacional. [https://www.researchgate.net/profile/A_Prado-](https://www.researchgate.net/profile/A_Prado-Dominguez/publication/28294394_La_hipotesis_de_la_ventaja_absoluta_y_la_nueva_teor%C3%ADa_del_comercio_internacional/links/54abca4f0cf2ce2df6690efb.pdf)

[Dominguez/publication/28294394_La_hipotesis_de_la_ventaja_absoluta_y_la](https://www.researchgate.net/profile/A_Prado-Dominguez/publication/28294394_La_hipotesis_de_la_ventaja_absoluta_y_la_nueva_teor%C3%ADa_del_comercio_internacional/links/54abca4f0cf2ce2df6690efb.pdf)

[_nueva_teor%C3%ADa_del_comercio_internacional/links/54abca4f0cf2ce2df6690efb.p](https://www.researchgate.net/profile/A_Prado-Dominguez/publication/28294394_La_hipotesis_de_la_ventaja_absoluta_y_la_nueva_teor%C3%ADa_del_comercio_internacional/links/54abca4f0cf2ce2df6690efb.pdf)

[df](https://www.researchgate.net/profile/A_Prado-Dominguez/publication/28294394_La_hipotesis_de_la_ventaja_absoluta_y_la_nueva_teor%C3%ADa_del_comercio_internacional/links/54abca4f0cf2ce2df6690efb.pdf)

Prettel, G. (2016). *Marketing, una herramienta para el crecimiento* (Primera Edición).

[https://books.google.com.ec/books?id=hzOjDwAAQBAJ&pg=PA74&dq=microentorno&hl=es-](https://books.google.com.ec/books?id=hzOjDwAAQBAJ&pg=PA74&dq=microentorno&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjD6uKu9_DqAhWHUt8KHQIIAbAQ6AEwAnoECAUQAg#v=onepage&q=microentorno&f=false)

[419&sa=X&ved=2ahUKEwjD6uKu9_DqAhWHUt8KHQIIAbAQ6AEwAnoE](https://books.google.com.ec/books?id=hzOjDwAAQBAJ&pg=PA74&dq=microentorno&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjD6uKu9_DqAhWHUt8KHQIIAbAQ6AEwAnoECAUQAg#v=onepage&q=microentorno&f=false)

[CAUQAg#v=onepage&q=microentorno&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=hzOjDwAAQBAJ&pg=PA74&dq=microentorno&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjD6uKu9_DqAhWHUt8KHQIIAbAQ6AEwAnoECAUQAg#v=onepage&q=microentorno&f=false)

[CAUQAg#v=onepage&q=microentorno&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=hzOjDwAAQBAJ&pg=PA74&dq=microentorno&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjD6uKu9_DqAhWHUt8KHQIIAbAQ6AEwAnoECAUQAg#v=onepage&q=microentorno&f=false)

Prieto, B. (2017). *El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la*

eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales.

18(Scientific Electronic Library Online).

- <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc18-46.umdi>
- Prieto, J. E. (2013). *Investigación de Mercados* (Segunda Edición). ECOE Ediciones.
https://books.google.com.ec/books?id=xY__AQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Investigación+de+Mercados+Prieto,+Jorge&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiniYrfpOvpAhWDmuAKHWA0CIkQ6AEIJzAA#v=onepage&q=Investigación%20de%20Mercados%20Prieto%2C%20Jorge&f=false
- ProColombia. (2016). *Manual de Empaque y Embalaje para Exportación*.
https://procolombia.co/sites/default/files/manual_de_empaque_y_embalaje_para_exportacion.pdf
- PROECUADOR. (2017). *Guía del Exportador Actualizada*.
<https://www.proecuador.gob.ec/guia-del-exportador/>
- PROECUADOR. (2020a, enero 21). *Ficha Técnica de Francia-2020* [Gubernamental].
PROECUADOR. <https://www.proecuador.gob.ec/ficha-tecnica-de-francia/>
- PROECUADOR. (2020b, junio). *Asesoría al Exportador- PRO ECUADOR*. Exporta Fácil.
http://www.exportafacil.gob.ec/index.php?option=com_content&view=category&id=9&Itemid=101
- Ramírez, L. (2006). *La competitividad... ¿a que se refiere?* 16, 107-117.
<https://doi.org/10.15446/ede>
- Ramírez, L. E., & Ferradas, M. (2019). *Análisis estratégico del sector de educación superior universitaria en el Perú: Una aplicación del modelo de las cinco fuerzas competitivas de Porter*. 15(Cuadernos Latinoamericanos de Administración).
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/4096/409659500002/409659500002.pdf>
- Riera, J. (2017, mayo 18). *El consumo de productos congelados crece un 2,6%* [Analista de Consumo]. Kantar World Panel.
<https://www.kantarworldpanel.com/es/Noticias/El-consumo-de-productos-congelados-crece-un-26>
- Rodas, D. (2018). *Beneficios del Acuerdo Comercial Multipartes con La Unión Europea* [Universidad de las Fuerzas Armadas].
<http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/14917/T-ESPE-040285.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rodríguez, N. (2018, agosto 13). *¿Cómo crear una empresa en Ecuador?* *El Universo*.

- <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/08/13/nota/6904184/como-crear-empresa-ecuador>
- Rojas, J. (2007). *El Mercantilismo. Teoría, política e historia*. 30. <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/economia/article/view/1822>
- Romero, A. (2002). *Globalización y Pobreza* (Primera Edición). Editorial Universitaria Universidad de Nariño. <https://books.google.com.ec/books?id=d48K3-c2KzQC&printsec=frontcover&dq=Globalización+y+Pobreza&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwih5M704unpAhUxknIEHUFCBhEQ6AEIJzAA#v=onepage&q=Globalización%20y%20Pobreza&f=false>
- Sanjinés, F., Vargas, B., & Herrera, Z. (2002). *Ventajas comparativas y competitivas del comercio regional orureño* (Antonio Vera). https://books.google.com.ec/books?id=BsHELV9k6AYC&pg=PP5&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Santander Trade Markets. (2020, junio). *Francia: Política y Economía*. https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/francia/politica-y-economia?&actualiser_id_banque=oui&id_banque=17&memoriser_choix=memoriser
- Santos, T. (2008). *Estudio de Factibilidad de un Proyecto de Inversión: Etapas en su Estudio. Contribuciones a la Economía*. <https://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- Sanz, J. A. (2006). *Esquemas de Historia del Pensamiento Económico*. <https://books.google.com.ec/books?id=6u-ewkyA7ZQC&printsec=frontcover&dq=Esquemas+de+Historia+del+Pensamiento+Económico&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjPsvzi2-npAhUFiqwKHTRoAbMQ6AEIJzAA#v=onepage&q=Esquemas%20de%20Historia%20del%20Pensamiento%20Económico&f=false>
- Secretaría Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación. (2019). *Acuerdo para la innovación, clave del desarrollo económico de Ecuador*. <https://www.educacionsuperior.gob.ec/acuerdo-para-la-innovacion-clave-del-desarrollo-economico-de-ecuador/>
- Sen, A. (2016). *La Desigualdad Económica* (Primera edición electrónica). <https://books.google.com.ec/books?id=KvQyDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=TEORIA+DE+ECONOMIA+DE+DESARROLLO+POR+AMARTY+A+SEN&hl=es->

419&sa=X&ved=0ahUKEwjeidCPufrpAhX0TTABHbxAu84ChDoAQguMAE#v=onepage&q=TEORIA%20DE%20ECONOMIA%20DE%20DESARROLLO%20POR%20AMARTYA%20SEN&f=false

- Sepúlveda, W., Ureta, I., Hernández, G., & Solorzano, G. (2017, diciembre 12). *Consumo de Plátano en Ecuador: Hábitos de Compra y Disponibilidad a Pagar de los Consumidores*. 10(Revista em Agronegócio e Meio Ambiente). https://www.researchgate.net/publication/321961000_CONSUMO_DE_PLATANO_EN_ECUADOR_HABITOS_DE_COMPRA_Y_DISPONIBILIDAD_A_PAGAR_DE_LOS_CONSUMIDORES/link/5a5e90d6aca272d4a3dfc719/download
- Servicio Nacional Aduana del Ecuador. (2020). *Introducción* [Gubernamental]. Servicio Nacional Aduana del Ecuador. <https://www.aduana.gob.ec/introduccion/>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2020). *Para Exportar*. <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- Sistema de Rentas Internas. (2020). *¿QUÉ ES EL SRI?* [Gubernamental]. <https://www.sri.gob.ec/web/guest/que-es-el-sri>
- Speth, C. (2016). *El análisis DAFO: Los secretos para fortalecer su negocio* (Primera Edición). 50Minutos. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=TGHyCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=dafo&ots=tdQgqZnRVb&sig=eJIDqNFegc03sxxvp1wwKUECoJ8#v=onepage&q=dafo&f=false>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2020a). *Constitución de Compañías en Línea*. <https://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2020b). *Institución* [Gubernamental]. Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. <https://www.supercias.gob.ec/portalsevs/>
- Tapia, E. (2020, junio). *Banco Central del Ecuador proyecta que economía de Ecuador decrecerá entre 7,3% y 9,6% en el 2020*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/banco-central-ecuador-economia-caera.html>
- Tassara, C. (2016). *Cooperación internacional para el desarrollo: Gobierno, economía y sociedad. Evolución de las políticas y escenario futuros*. (Primera edición).

Ediciones

Unisalle.

<https://books.google.com.ec/books?id=7JLGDwAAQBAJ&pg=PT146&dq=economia+para+el+desarrollo&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi-y42gvfrpAhXBTN8KHYZaD-QQ6AEIYTAI#v=onepage&q=economia%20para%20el%20desarrollo&f=false>

Teleamazonas. (2020, marzo). *Datos de la Inflación anual.*

<http://www.teleamazonas.com/2020/03/datos-de-la-inflacion-anual/>

TradeMap. (2020). *Lista de los mercados proveedores de un producto importado por Francia. Producto: 081190 Frutos comestibles, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incl. Con adición de azúcar u otro endulcorante.* [Estadísticas de

comercio]. TradeMap. https://www.trademap.org/Country_SelCountry_MQ_TS.aspx?nvpm=3%7c251%7c%7c%7c081190%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1

Apéndices

Apéndice A – Entrevista a Luis Góngora

¿Qué es la FENAPROPE?

La FENAPROPE es la Federación Nacional de Productores de Plátano del Ecuador, está compuesta por 40 asociaciones, las cuales 23 se encuentran activas, mientras que las otras se encuentran pasivas por los documentos o normas requeridas. Entre las asociaciones vinculadas se encuentra Luz del Carmen, Regional, La Malanga, Las Delicias, Cuatro Hermanos, San Ramón de Tigrillo, La Y de la Raíz, entre otras.

Coménteme acerca del plátano de El Carmen

El plátano es un fruto perteneciente al grupo de las musáceas que no es únicamente cultivado en El Carmen, el fruto también se puede comprar en Portoviejo, Santo Domingo, entre otros; no obstante, la calidad es distinta, así como la textura, pulpa, entre otros, y puesto que las características son distintas no es aceptado por otros países. En la ciudad mayormente se cultiva plátano barraganete puesto que somos los principales exportadores de plátano del Ecuador, además El Carmen cuenta con climas favorables para el cultivo sin estacionalidades.

El plátano es un producto con muchos beneficios para las personas, muy nutritivo y con buen sabor, es más a lo largo de esta pandemia las personas se han percatado los beneficios del fruto y además de ello la durabilidad, puesto que si este se llegara a madurar se convierte en otro fruto delicioso que puede ser complementario para sus platos de comida.

¿Cuáles son frecuentes problemas que presentan los cultivos de plátano?

Un problema que surge en ciertos cultivos son las plagas, ocasionando pérdidas en el caso de productos de exportación. Es importante tener en cuenta que el plátano no tiene estacionalidad, los cultivos mayormente no presentan dificultades. El año pasado hubo fuertes lluvias provocando que los cultivos dieran frutos anticipados, generando una gran cantidad de frutos y exceso de oferta. Con ello resultó que las

cajas de plátano se vendieran hasta en 2 dólares, generando pérdidas a los agricultores, puesto que el precio mínimo de \$5,60 la caja.

El mundo del plátano es buen negocio a nivel nacional e internacional, considero que debería haber más capacitaciones y menos conformismo por parte de los agricultores. Los problemas que incursan en la actualidad son debido a la calidad del fruto, y por ello hemos perdido mucho mercado internacional.

¿Cuál es precio de exportación del plátano?

En relación al precio del plátano, cuando hay exceso de producto los precios son menores, así como sucedió a principios de año que previamente mencioné. El plátano se encarece por lo general a mediados de año. Por ende, la caja no puede ofertarse en menos de \$5,60 puesto que generaría pérdidas, por lo general el precio rodea entre \$9 a \$12 la caja en el mercado internacional.

Para la exportación de un producto a base de plátano, ¿cuáles son los proveedores más calificados?

Sugiero trabajar con dos o tres asociaciones, puesto que hay muchos problemas de fluctuaciones de precios debido a los intermediarios. Puesto que es un producto terminado y con un mercado extenso sugiero trabajar con las asociaciones que tengan mayor producción que son: Luz del Carmen, Regional, Malanga y La Y de la Raíz. El administrador de la asociación acopia el producto al centro de la FENAPROPE, y luego de ese proceso la derivan a los centros de acopio de las empresas exportadoras del fruto.

¿Es recomendable comprar la materia prima a las empresas intermediarias?

Asegura que comprar el producto directamente a los intermediarios no es factible, puesto que no aseguran un producto de calidad y adicional los precios mayores. Mientras que trabajar con las asociaciones es distinto, puesto que se encargan de garantizar calidad y el tipo de producto que el cliente desee, ya sea en nivel de maduración o clase del fruto.

¿Qué tipo de plátano sugiere para la elaboración de bastones de plátano congelados?

Sugiero que para la elaboración del producto se trabaje con plátano barraganete que no cumple con todos los requerimientos, para exportar; es decir plátano de segunda. Los plátanos que por lo general no pasan los requerimientos no están en mal estado ni tienen un mal sabor, por lo contrario, tienen el mismo sabor y cumple con

las mismas funciones, lo único es que para exportar se fijan mucho en el estado de la cáscara y por eso esos productos se quedan en el país. Concluyendo con ello, ya que no se exportará la materia prima, lo importante es el buen sabor y un producto de calidad y con el tamaño que la empresa solicite para tener mayor rendimiento.

¿Considera usted que hay oportunidad de un producto elaborado a base de plátano en el mercado europeo?

Ecuador es un país que en base al plátano no tiene ni 1% de matriz productiva, el producto que mayormente se exporta es el chifle, lamentable en la ciudad de El Carmen a pesar de tener la materia prima cerca, únicamente producen para el mercado nacional, no se arriesgan a exportar. Cabe destacar que la ciudad tiene buen producto, el mejor chifle de la ciudad es Yon-Yum, no obstante, las empresas que exportan se encuentran en Guayaquil, entre ellas se encuentra Inalecsa y Patacón Chiflar.

En cuanto al mercado internacional, actualmente las exportaciones mayormente se hacen a Estados Unidos. Ecuador años atrás era uno de los principales exportadores de plátano con Colombia, no obstante, los ecuatorianos empezaron a exportar los brotes de planta de plátano a Guatemala, dando como resultado que nosotros como país formáramos nuestra propia competencia. Guatemala se ha convertido en un competidor fuerte, puesto que ellos están más cerca de cierto destino, ofreciendo la misma calidad del fruto que Ecuador con precios menores.

El fruto a granel no se exporta en gran cantidad a países europeos, puesto que solicitan muchas certificaciones y especificaciones que generan un costo adicional. Además, los agricultores del país generalmente no están capacitados en el cuidado de los cultivos y los suelos, en otros casos tienen el conocimiento y no los quieren aplicar puesto que generan costos adicionales. En conclusión, por esas razones el país no está preparado para exportar en grandes cantidades a Europa, los agricultores tendrían que realizar una inversión y mejorar aún más la calidad.

Apéndice B – Entrevista a colaborador del departamento de Comercio Exterior de una empresa comercializadora y exportadora de productos a base de plátano del país

¿Cuál es el nivel de atractividad de productos ecuatorianos en el mercado europeo?

Europa cuenta con un mercado amplio, los productos ecuatorianos son muy bien aceptados en ese mercado, más en el caso de productos orgánicos. Ecuador mantiene un porcentaje menor al 5% de exportaciones de productos elaborados a Europa, debido a las exigencias y requisitos por parte de la Unión Europea en cuestión de calidad del producto, además de las certificaciones que tienen que tener cada uno de ellos.

Como empresa ofrecemos mayormente productos congelados a Estados Unidos, Europa y Japón, con una alta demanda puesto que dentro de estos países premia productos de calidad, rápida y congelados. El 70% de la producción de la empresa es dirigida al mercado internacional, mientras que el restante es para el mercado nacional.

¿Bajo qué normas de calidad se rige el mercado europeo en productos alimenticios?

La calidad y las buenas prácticas tanto en la manufactura como en el cuidado del medio ambiente son rubros muy importantes para los europeos. Los productos alimenticios deben de contar principalmente con certificaciones, especialmente Global Gap, registros sanitarios, cumplir las normas ISO (ISO 9001 e ISO 14000 principalmente) para ser aptos en consumo para los humanos, y en el caso de certificaciones orgánicas si el producto lo fuese.

¿Cómo debería ser el empaque del producto?

Si el producto es dirigido al mercado europeo, hay que ser muy riguroso con el empaque puesto que debe contener varias características, entre las cuales se encuentran la descripción del producto, ingredientes, tabla nutricional, peso entre otras. Además, el empaque es donde deben estar reflejadas las certificaciones y las buenas prácticas que se realizan para la elaboración del producto.

Debido que es un producto congelado, nosotros trabajamos con empaques al vacío para que el producto mantenga todas sus características y nutrientes, y luego

esas son colocadas en cajas o en fundas según el producto. Es importante tener en cuenta que los europeos no tienden a comprar productos pequeños, sino más bien porciones familiares.

¿En qué medio de transporte exportan sus productos?

La mejor alternativa para exportar productos congelados es por medio de transporte aéreo, sin embargo, los costos son demasiados altos y no contribuyen ganancias a la empresa. Las empresas que exportan productos congelados lo realizan por medio del transporte marítimo, principalmente desde el puerto de Guayaquil, el contenedor depende de la cantidad de cajas que se planean exportar, en nuestro caso exportamos en contenedores refrigerados de 40 toneladas. El tiempo de transportación a Francia es de 23 días o máximo 24.

¿Qué tipo de plátano sugiere para la elaboración de bastones de plátano congelados?

No es nuestra línea exportar bastones de plátano, pero al ser un producto que se corta y fríe sugiero que debes usar plátano de segunda, puesto que mantiene los nutrientes, pero los consumidores no estarán observando si la cáscara está negra o con manchas. Además, sugiero que al ser un nuevo mercado empieces la distribución a partir de un intermediario para ganar mercado y reconocimiento.

Apéndice C – Cuestionario de la encuesta en español y francés

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Carrera de Comercio y Finanzas Internacional Bilingüe

La presente encuesta es realizada con fin académico con la finalidad de determinar la factibilidad económica para la exportación de *sticks* de plátano pre fritos congelados hacia Francia.

Fecha: _____

Género

Masculino _____

Femenino _____

Edad

Hace 21 años _____

Entre 21 y 40 años _____

Entre 41 y 50 años _____

Entre 51 y 65 años _____

Más de 65 años _____

Ocupación

Empleado _____

Autónomo _____

Ama de Casa _____

Estudiante _____

Jubilado _____

Nivel de Ingresos

Menos de € 500 _____

Entre € 500 y € 1000 _____

Entre € 1000 y € 2000 _____

Entre € 2000 y € 3000 _____

Más de € 3000 _____

¿Ha consumido usted alguna vez plátano verde?

Si _____

No _____

¿En qué presentación ha consumido plátano verde?

Plátano Entero_____

Chifles_____

Patacones_____

Harina de Plátano_____

Otros_____

¿Con qué frecuencia consume plátano verde?

A diario_____

Una vez por semana_____

Cada 15 días_____

Una vez al mes_____

Nunca_____

¿Consume usted productos congelados?

Siempre_____

A veces_____

Nunca_____

¿Conoce usted los sticks de plátano?

Si_____

No_____

¿Le gustaría comprar sticks de plátano prefritos congelados?

Si_____

No_____

¿Cuál cree usted que sería la cantidad adecuada (peso) en la presentación del producto?

450g_____

650g_____

1 kg_____

2 kg_____

3 kg_____

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una funda de sticks de plátano pre fritos congelados?

Hasta € 3_____

Hasta € 3,5_____

Hasta € 4_____

Hasta € 5_____

¿Cuál es el lugar de compra de su preferencia?

Tienda de Barrio_____

Mercado_____

Supermercado_____

Tiendas Online_____

¿Cuál es su medio de comunicación de preferencia para enterarse de las promociones?

Televisión_____

Radio_____

Periódico_____

Vallas Publicitarias_____

Facebook_____

Instagram_____

Encuesta en idioma francés

La présente enquête est menée à des fins académiques afin de déterminer la faisabilité économique de l'exportation de bâtonnets de plantain pré-frits congelés en France.

Date: _____

Genre

Masculin _____

Féminin _____

Âge

Il y a 21 ans _____

Entre 21 et 40 ans _____

Entre 41 et 50 ans _____

Entre 51 et 65 ans _____

Plus de 65 ans _____

Occupation

Employé _____

Autonome _____

Femme au foyer _____

Étudiant _____

Retraité _____

Le niveau de revenu

Moins de € 500 _____

Entre € 500 et € 1000 _____

Entre € 1000 et € 2000 _____

Entre € 2000 et € 3000 _____

Supérieur à € 3000 _____

Avez-vous déjà mangé du plantain vert?

Oui _____

Non _____

Dans quelle présentation avez-vous consommé du plantain vert?

Plantain entière _____

Chifles _____

Pétacones _____

Farine de Plantain _____

Autres_____

À quelle fréquence consommez-vous du plantain vert?

Tous les jours_____

Une fois par semaine_____

Tous les 15 jours_____

Une fois par mois_____

Jamais_____

Consommez-vous des produits surgelés?

Pour toujours_____

Parfois_____

Jamais_____

Connaissez-vous les bâtonnets du plantain vert?

Oui_____

Non_____

Souhaitez-vous acheter des bâtonnets du plantain pré-frits surgelés?

Oui_____

Non_____

Selon vous, quelle serait la quantité (poids) adéquate dans la présentation du produit?

450g_____

650g_____

1 kg_____

2 kg_____

3 kg_____

Combien seriez-vous prêt à payer pour un sac de bâtonnets du plantain pré-frits surgelés?

Jusqu'à € 3_____

Jusqu'à € 3,5_____

Jusqu'à € 4_____

Jusqu'à € 5_____

Quel est le lieu d'achat de votre préférence?

Magasin de quartier_____

Marché_____

Supermarché_____

Magasins en ligne_____

Quel est votre moyen de communication préféré pour connaître les promotions?

Télévision_____

Radio_____

Journal_____

Panneaus d'affichage_____

Facebook_____

Instagram_____

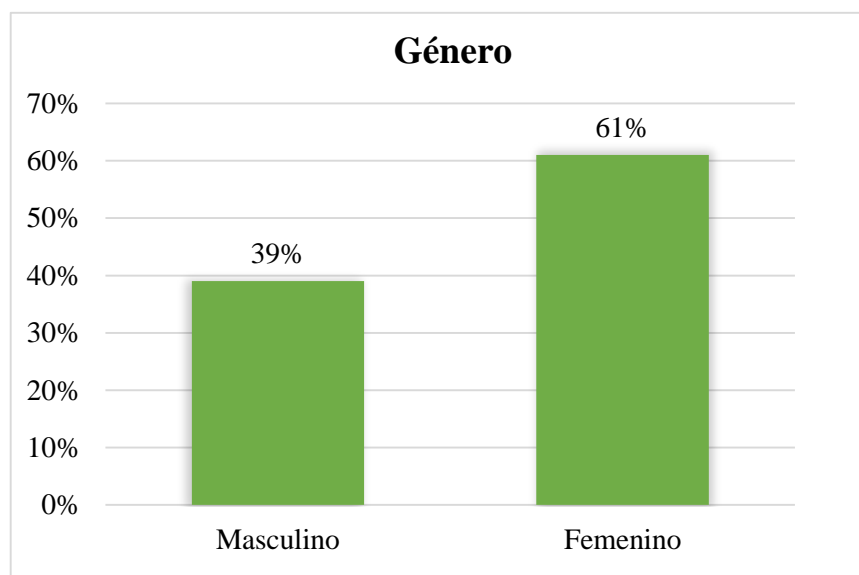
Apéndice D – Género y Rango de edades de la encuesta

¿Cuál es su género?

El 61% de los encuestados corresponde al género femenino, mientras que el 39% pertenece al género masculino.

Género		
	No. de Encuestados	Porcentaje
Masculino	149	39%
Femenino	235	61%
Total	384	100%

Nota: Datos sobre el género obtenido de la encuesta. Elaboración: Inés Vélez

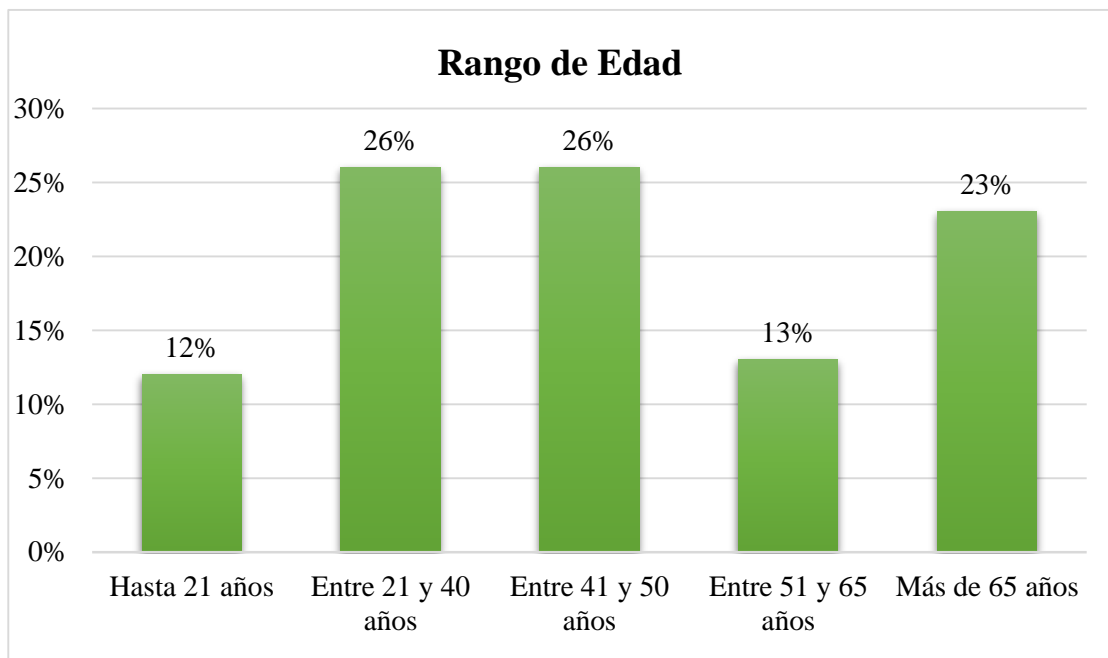


Seleccione su rango de edad

Los rangos de edad con mayor proporción corresponden a 26%, el primero perteneciente al rango entre 21 y 40 años y el segundo al rango entre 41 y 50 años. Como consiguiente se encuentra el rango de edad de personas mayores a 65 años correspondiente al 23%; los demás corresponden a valores iguales o inferiores a 13%.

Rango de Edades		
	No. de Encuestados	Porcentaje
Hasta 21 años	45	12%
Entre 21 y 40 años	100	26%
Entre 41 y 50 años	99	26%
Entre 51 y 65 años	51	13%
Más de 65 años	89	23%
Total	384	100%

Nota: Datos sobre el rango de edades obtenido de la encuesta. Elaboración: Inés Vélez



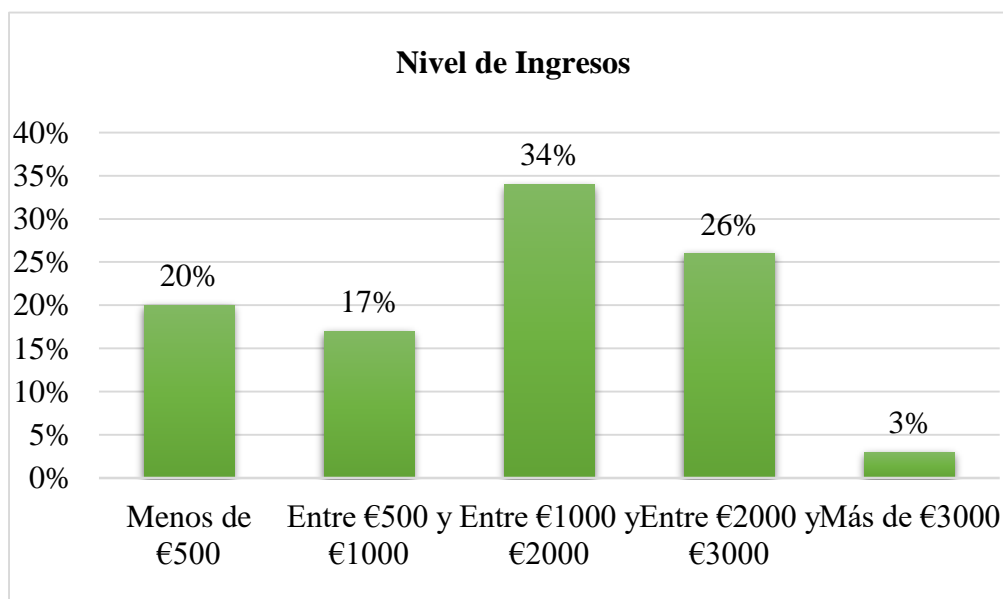
Apéndice E – Nivel de ingresos de los encuestados

¿Cuál es su nivel de ingresos mensuales?

El nivel de ingresos de los franceses encuestados mayormente se encuentra en el entre €1000 y €2000 con el 34%, seguido del rango entre €2000 y €3000.

Nivel de Ingresos		
	No. de Encuestados	Porcentaje
Menos de €500	79	20%
Entre €500 y €1000	65	17%
Entre €1000 y €2000	130	34%
Entre €2000 y €3000	99	26%
Más de €3000	11	3%
Total	384	100%

Nota: Datos sobre el nivel de ingresos de los encuestados. Elaboración: Inés Vélez



Apéndice F – Consumo de productos congelados en base a encuesta

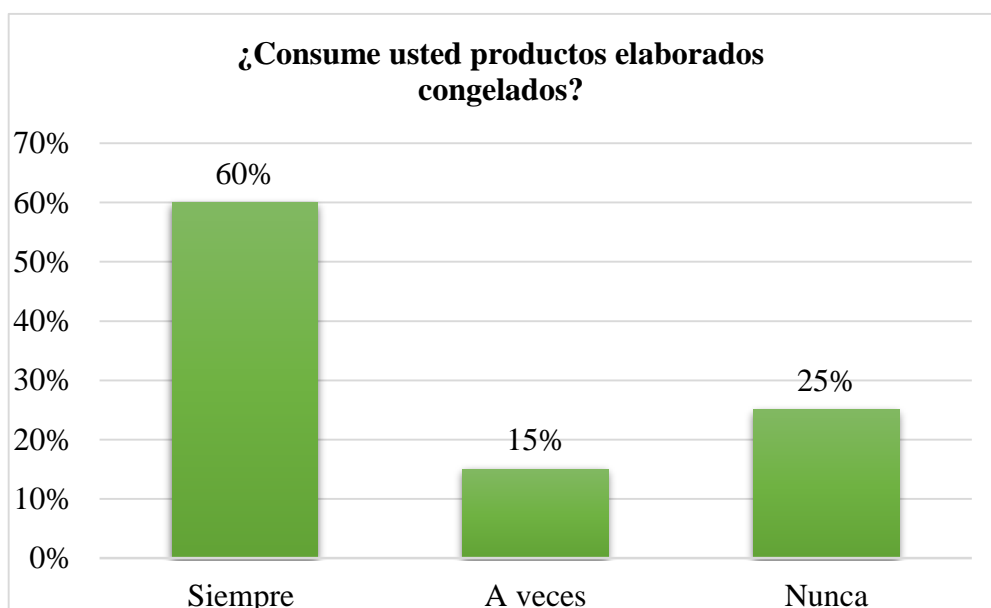
¿Consume usted productos elaborados congelados?

En cuanto al consumo de los productos procesados congelados, el 60% de los encuestados lo consumen siempre, seguido por el 25% que niega consumir estos tipos de productos, y por último el 15% que en ocasiones.

¿Consume usted productos elaborados congelados?		
	No. de Encuestados	Porcentaje
Siempre	230	60%
A veces	59	15%
Nunca	95	25%
Total	384	100%

Nota: Datos sobre el consumo de productos elaborados congelados de los encuestados.

Elaboración: Inés Vélez



Apéndice G – Conocimiento de *sticks* de plátano

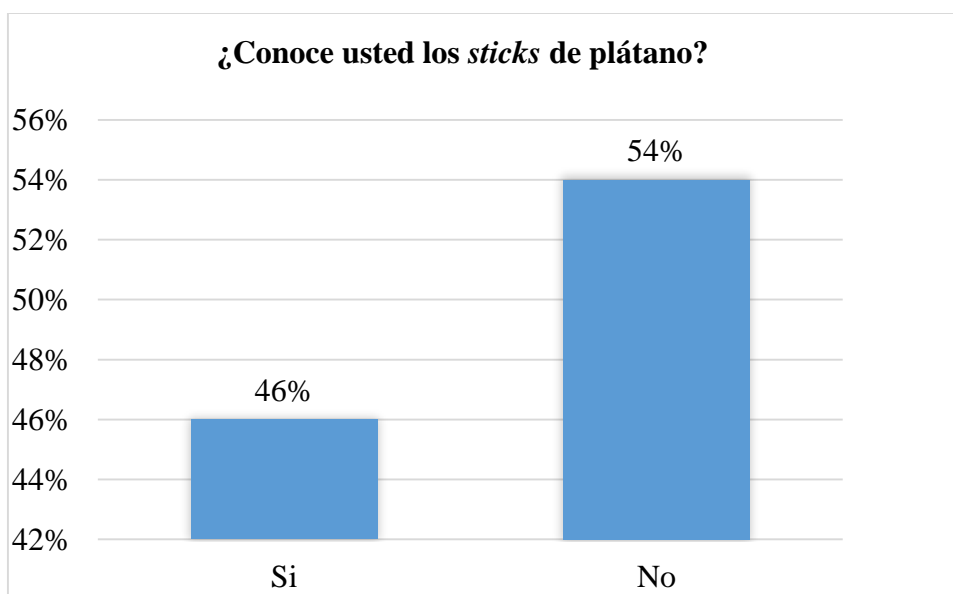
¿Conoce usted los *sticks* de plátano?

El 54% de los encuestados no conocen los *sticks* de plátano, mientras que el 46% de ellos si. Con ello, se confirma que el producto no es muy conocido en el mercado francés, una de las razones es porque no hay un producto similar en el mercado.

¿Conoce usted los <i>sticks</i> de plátano?		
	No. de Encuestados	Porcentaje
Si	176	46%
No	208	54%
Total	384	100%

Nota: Datos sobre el conocimiento de los *sticks* de plátano de los encuestados.

Elaboración: Inés Vélez



Apéndice H – Medios de comunicación y lugar de compra de preferencia en base a los encuestados

¿Cuál es su medio de comunicación de preferencia para enterarse de las promociones?

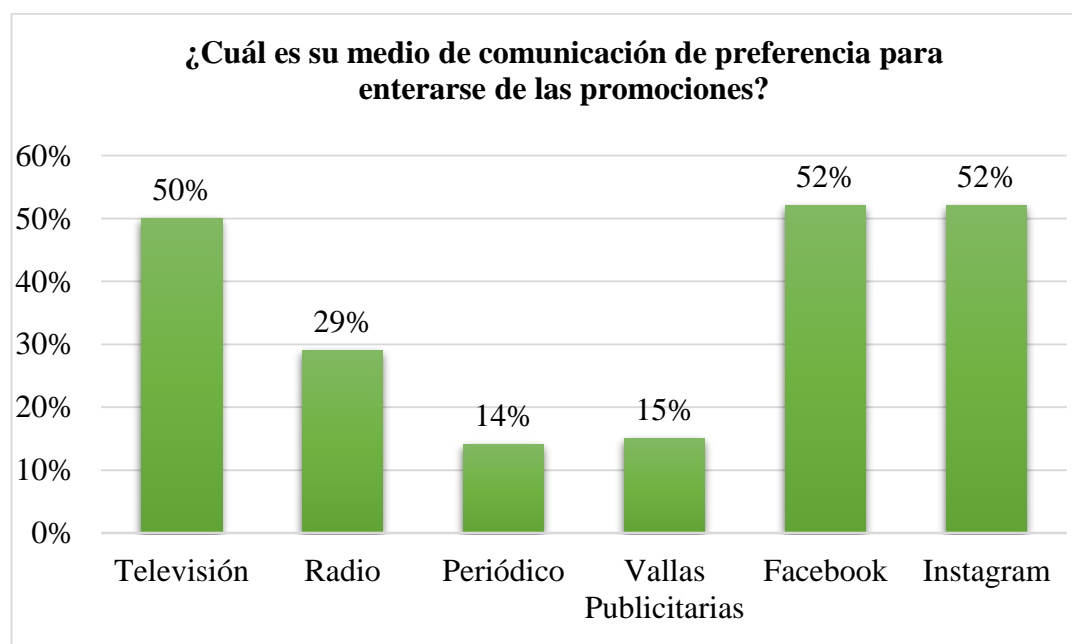
Dentro de esta pregunta se especificó que los encuestados pueden seleccionar más de una alternativa, en la que el 52% seleccionó redes sociales como Facebook e Instagram, seguido por las publicidades en televisión ocupando el 50%. Adicional a ello, las demás alternativas obtuvieron un menor porcentaje de aceptación como la radio (29%), vallas publicitarias (15%) y el periódico (14%).

¿Cuál es su medio de comunicación de preferencia para enterarse de las promociones?

	No. de Encuestados	Porcentaje
Televisión	190	50%
Radio	112	29%
Periódico	52	14%
Vallas Publicitarias	57	15%
Facebook	200	52%
Instagram	200	52%

Nota: Datos sobre el conocimiento de los *sticks* de plátano de los encuestados.

Elaboración: Inés Vélez

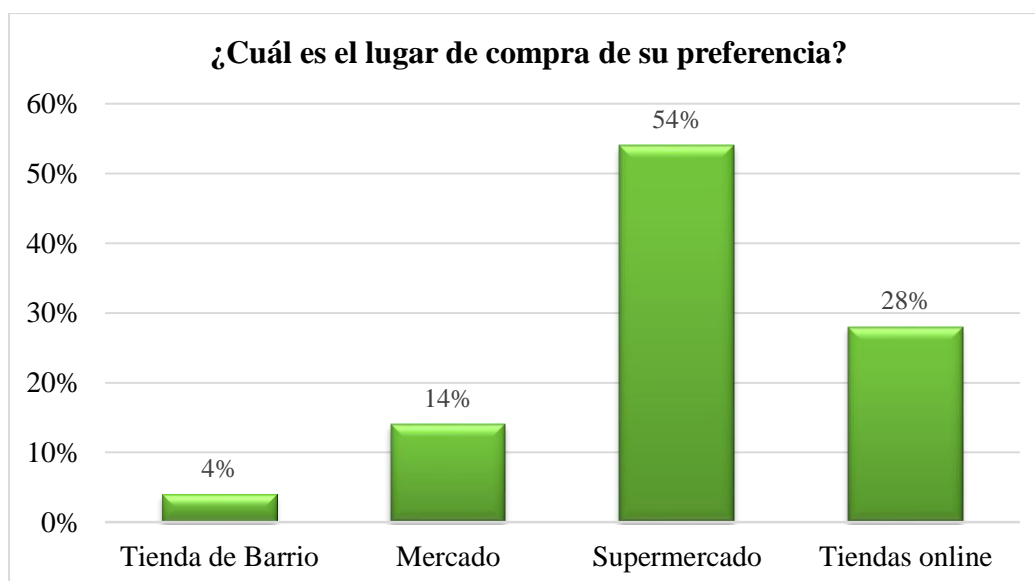


¿Cuál es el lugar de compra de su preferencia?

El 54% de los encuestados se inclinan por realizar sus comprar en los supermercados, seguido por las tiendas online con un 28%. Adicional existen dos alternativas que no tienen menor porcentaje, los cuales son el mercado con un 14% y la tiendas de barrio con 4%.

¿Cuál es el lugar de compra de su preferencia?		
	No. de Encuestados	Porcentaje
Tienda de Barrio	19	4%
Mercado	52	14%
Supermercado	207	54%
Tiendas online	106	28%
Total	384	100%

Nota: Datos sobre el lugar de compra de preferencia de los encuestados. Elaboración: Inés Vélez



Apéndice I – Calculo de la Demanda

Observaciones	Ventas en miles	Predicción (Ventas Desestacionaliza das)	Desv. típica	Intervalo de 95%	Incremento Trimestral	Incremento Annual
2015:01:00	\$40.129,00	\$39.345,20	indefinido		12%	2%
2015:02:00	\$36.493,00	\$38.501,00	indefinido		-2%	
2015:03:00	\$40.473,00	\$40.222,20	indefinido		4%	
2015:04:00	\$43.090,00	\$37.714,60	indefinido		-7%	
2016:01:00	\$42.718,00	\$42.636,10	indefinido		12%	-0,19%
2016:02:00	\$40.918,00	\$40.398,10	indefinido		-6%	
2016:03:00	\$40.378,00	\$43.534,40	indefinido		7%	
2016:04:00	\$34.087,00	\$38.201,30	indefinido		-14%	
2017:01:00	\$43.565,00	\$43.948,40	indefinido		13%	1%
2017:02:00	\$46.308,00	\$43.587,60	indefinido		-1%	
2017:03:00	\$43.133,00	\$46.138,90	indefinido		6%	
2017:04:00	\$41.649,00	\$40.755,10	indefinido		-13%	
2018:01:00	\$45.318,00	\$47.654,00	indefinido		14%	2%
2018:02:00	\$45.798,00	\$44.569,40	indefinido		-7%	
2018:03:00	\$53.713,00	\$49.415,70	indefinido		10%	
2018:04:00	\$44.670,00	\$44.678,80	indefinido		-11%	
2019:01:00	\$50.085,00	\$48.937,40	indefinido		9%	1%
2019:02:00	\$47.172,00	\$48.756,90	indefinido		0%	
2019:03:00	\$50.406,00	\$49.777,70	indefinido		2%	
2019:04:00	\$46.371,00	\$47.518,40	indefinido		-5%	
2020:01:00	indefinido	\$50.751,40	2335.88	(46173,1; 55329,6)	6%	1%
2020:02:00	indefinido	\$51.363,90	2445.06	(46571,6; 56156,1)	1%	
2020:03:00	indefinido	\$52.574,00	2495.46	(47683,0; 57465,0)	2%	
2020:04:00	indefinido	\$49.583,00	2519.15	(44645,6; 54520,5)	-6%	
2021:01:00	indefinido	\$53.834,30	2530.37	(48874,9; 58793,8)	8%	1%
2021:02:00	indefinido	\$53.388,60	2535.71	(48418,7; 58358,5)	-1%	
2021:03:00	indefinido	\$55.329,60	2538.25	(50354,8; 60304,5)	4%	
2021:04:00	indefinido	\$51.833,80	2539.46	(46856,5 ;56811,1)	-7%	
2022:01:00	indefinido	\$56.433,90	2540.04	(51455,5; 61412,2)	8%	1%
2022:02:00	indefinido	\$55.747,20	2540.32	(50768,3; 60726,1)	-1%	
2022:03:00	indefinido	\$57.854,60	2540.45	(52875,5; 62833,8)	4%	
2022:04:00	indefinido	\$54.243,90	2540.51	(49264,6; 59223,2)	-7%	
2023:01:00	indefinido	\$58.923,30	2540.54	(53944,0; 63902,7)	8%	1%
2023:02:00	indefinido	\$58.181,90	2540.56	(53202,5; 63161,3)	-1%	
2023:03:00	indefinido	\$60.327,20	2540.56	(55347,8; 65306,6)	4%	
2023:04:00	indefinido	\$56.690,30	2540.57	(51710,8; 61669,7)	-6%	
PROMEDIO DE CRECIMIENTO ANUAL						1,08%

Apéndice J – Manual de Funciones

El presente manual de funciones y responsabilidades se plasman todas las características del cargo, entre ellas se encuentran las funciones, requisitos del cargo, habilidades y competencias.

1. Identificación del Cargo

Nombre del Cargo: Gerente General

Código: 001

Cargos Iguales: 0

Jornada Laboral: Jornada Completa (8 horas laborables)

2. Actividades del Cargo

- Dirigir la empresa y tomar decisiones, cumpliendo todos los procedimientos e intereses y objetivos de la compañía.
- Realizar la gestión necesaria para mantener un control y desarrollo de la empresa, mediante la planificación estratégica teniendo en cuenta el entorno y las condiciones internas de la organización.
- Representar a la empresa en ámbito judicial y extrajudicialmente o mediante apoderado cuando la empresa lo requiera.
- Desarrollar planes y proyectos estratégicos conforme a la realidad socioeconómica y cultural de los posibles destinos.
- Elaborar informes mensuales para los socios, con el fin de detallar cada una de las actividades realizadas y estado de la empresa.
- Analizar los problemas de la compañía en el aspecto financiero,

3. Conocimientos Básicos

- Conocimientos de normas sobre la administración del personal.
- Elaboración de proyectos e informes empresariales.
- Tener un nivel de inglés avanzado
- Conocimientos de temas relacionados a comercio exterior, especialmente exportaciones.
- Manejo de Microsoft Excel, Microsoft Word y PowerPoint.
- Habilidad para negociar.

4. Requisitos de Estudio y Experiencia

- Título universitario o grado superior en carreras comerciales o administrativas.

- Aconsejable que tenga un máster especializado en dirección de empresa y estrategias.
- Contar con 4 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

1. Identificación del Cargo

Nombre del Cargo: Jefe Financiero

Código: 002

Cargos Iguales: 0

Jornada Laboral: Jornada Completa (8 horas laborables)

2. Actividades del Cargo

- Realizar revisión de presupuestos de ventas, costos y gastos.
- Responsable de elaborar análisis e informes contables financieros con recomendaciones para optimizaciones en los resultados.
- Realizar la previsión de pagos y cobros para que la empresa cuenta con suficiente liquidez y cumplir con las estrategias corporativas
- Llevar un control presupuestario, realizando un análisis de los movimientos comerciales para detectar que no existan desviaciones de dinero.
- Control los costos y las compras que realiza la empresa.

3. Conocimientos Básicos

- Elaboración de informes empresariales y planes financieros.
- Tener un nivel de ingles intermedio.
- Manejo de Microsoft Excel, Microsoft Word y PowerPoint.
- Manejo Financiero Integral
- Conocimientos de CPA.

4. Requisitos de Estudio y Experiencia

- Título universitario o grado superior en contabilidad y finanzas.
- Aconsejable que tenga un máster especializado en dirección financiera o control financiera.
- Contar con 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

1. Identificación del Cargo

Nombre del Cargo: Coordinador Administrativo

Código: 003

Cargos Iguales: 0

Jornada Laboral: Jornada Completa (8 horas laborables)

2. Actividades del Cargo

- Asegurar el cumplimiento de las normas legales y las disposiciones, normas y procedimientos emitidas por la empresa, tales como el manejo de la producción, protección ambiental, seguridad integral, calidad en producción e higiene laboral en el desarrollo de las actividades de planta.
- Revisar y controlar la cartera de clientes de la compañía.
- Controlar y elaborar los reportes mensuales de la compañía.
- Realizar reportes semanales sobre los trabajos y acontecimientos que se presenten en la compañía.
- Administrar y supervisar los recursos financieros, humanos y materiales de la firma para optimizar los recursos y generar resultados positivos para empresa.
- Contratacion del personal

3. Conocimientos Básicos

- Manejo de Gestión Administrativa.
- Administración de Proyectos.
- Elaboración de informes empresariales.
- Tener un nivel de ingles intermedio.
- Manejo de Microsoft Excel, Microsoft Word y PowerPoint.
- Manejo logístico administrativo

4. Requisitos de Estudio y Experiencia

- Título universitario o grado superior en carreras administrativas
- Contar con 3 años de experiencia como mínimo en cargos similares en Industrias Alimenticias.

1. Identificación del Cargo

Nombre del Cargo: Jefe de Planta

Código: 004

Cargos Iguales: 0

Jornada Laboral: Jornada Completa (8 horas laborables)

2. Actividades del Cargo

- Coordinar todas las actividades relacionadas con el proceso productivo, es decir, fabricación, mantenimiento y logística interna.
- Dirigir, controlar y apoyar a los operarios para el cumplimiento de metas diarias propuestas por la empresa.
- Realizar una planificación programada para la producción.
- Realizar reportes para el coordinador administrativo sobre la evolución de los índices de productividad y calidad, así como las actividades y posibles problemas durante el producción.
- Asegurar un buen funcionamiento del centro de acopio y de la planta de producción.
- Supervisar al equipo humano y mantenerlo motivado, aprovechando su talento y capacidades, teniendo en cuenta en primer plano su seguridad.
- Evitar rezagos de tiempo de producción.

3. Conocimientos Básicos

- Orientación a la calidad.
- Conocimientos de normatividades vigentes.
- Habilidades interpersonales relacionadas a la comunicación con los operarios.
- Orientación de empaquetado y logística.
- Elaboración de reportes.
- Tener un nivel de inglés intermedio.
- Manejo de Microsoft Excel, Microsoft Word y PowerPoint.
- Manejo logístico administrativo

4. Requisitos de Estudio y Experiencia

- Título universitario o grado superior en carreras logísticas o de industrias.
- Contar con 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares en Industrias Alimenticias

1. Identificación del Cargo

Nombre del Cargo: Asistente de Comercio

Código: 005

Cargos Iguales: 0

Jornada Laboral: Jornada Completa (8 horas laborables)

2. Actividades del Cargo

- Elaborar los documentos de exportación, facturas comerciales, certificados de origen, packing list.
- Coordinar transporte y retiro de contenedores para la exportación.
- Documentación de inspecciones.
- Realizar cotizaciones.
- Realizar logística de exportación.
- Realizar reservas con la naviera de acuerdo a la exportación

3. Conocimientos Básicos

- Conocimientos de regímenes especiales de comercio exterior.
- Inconterms 2020.
- Tener un nivel de inglés avanzado.
- Manejo de Microsoft Excel, Microsoft Word y PowerPoint.
- Ley aduanera

4. Requisitos de Estudio y Experiencia

- Título universitario o grado superior en carreras de comercio exterior, gestión empresarial o carreras afines
- Contar con 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

1. Identificación del Cargo

Nombre del Cargo: Operario

Código: 007

Jornada Laboral: Jornada Completa (8 horas laborables)

2. Actividades del Cargo

- Llevar un control de calidad al seleccionar los productos durante el proceso de producción.
- Realizar diversas tareas operativas de producción para la elaboración del producto.
- Actividades de armado y empaque de los productos.
- Inventarios de materia prima.

3. Conocimientos Básicos

- Manejo del fruto (plátano).
- Conocimientos numéricos básicos.

4. Requisitos de Estudio y Experiencia

- Bachiller o universitario con experiencia mínima de 1 año.

Apéndice K – Documentos de Exportación

Ejemplo de Declaración Aduanera de Exportación

Número de DAE							
Información de general							
Código de la distrito	Código de régimen						
Tipo de Despacho	Código del declarante						
Información de Exportador							
Nombre del exportador	Telefono del exportador						
Dirección del exportador							
Numero de documento de	Ciudad del exportador						
CIU	Numero de documento de						
Nombre del declarante							
Dirección del declarante							
Código de forma de pago	Código de moneda						
Información de carga							
Puerto de carga	Puerto privado desde						
Puerto de llegada o de	Fecha de la carta de						
Nombre del consignatario							
Dirección del							
Ciudad del contribuyente	Tipo de carga						
Almacén de lugar de	Medio de transporte						
Pais de destino final							
Totales							
Código de moneda	Tipo de cambio						
Total moneda transacción (FOB)	Cantidad de ítem						
Peso neto total	Peso total						
Cantidad total de bultos	Cantidad de contenedores						
Cantidad total de unidades físicas	Cantidad total de unidades comerciales						
Código de la mercancía de despacho urgente	Código de solicitud de aforo						
Fecha de primer ingreso	Fecha de primer embarque						
Item							
No. Item	Código Subpartida	Código Complementario	Código Suplementario	Descripción de Mercancías	País de Origen	Peso Neto	Cantidad de U. Comerciales
Despacho precedente							
Numero de secuencia	Distrito precedente	Año precedente	Régimen precedente	Secuencial precedente	Numero Item		
Observaciones de oca - ítem							
Numero de ítem	Tipo Observación	Contenido					
Documentos							
Numero de ítem	Numero de documento	Tipo de documento	Fecha de fin de vigencia	Fecha de emisión			

Ejemplo de Factura Comercial

EMPRESA EXPORTADORA Dirección: Teléfono/Fax: E-mail:		RUC. No. 20100452112 FACTURA/INVOICE Nº 001- 000001		
EMPRESA IMPORTADORA Dirección: Teléfono/Fax: E-mail:		Orden de Compra Nº: Conocimiento de Embarque Nº:		
La mercadería ha sido enviada en: Dimensiones Embalaje: Peso Bruto: Peso Neto: Vía:				
ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN DE MERCANCÍAS	PRECIO UNITARIO	TOTAL
INCOTERMS:		TOTAL FACTURADO:		

Firma del Remitente

Fecha

Declaramos bajo juramento que todos los datos que contiene esta factura son el fiel reflejo de la verdad y que todos los precios indicados son los realmente pagados (o a pagarse). Declaramos en igual forma que no existen convenios que permitan alteraciones en estos precios.

Ejemplo de Certificado de Origen para la Unión Europea

MOVEMENT CERTIFICATE			
1. Exporter (Name, full address, country)	EUR.1 No A 582677		
See notes overleaf before completing this form			
3. Consignee (Name, full address, country) (Optional)	2. Certificate used in preferential trade between <p style="text-align: center;">and</p> <small>(insert appropriate countries, groups of countries or territories)</small>		
4. Country, group of countries or territory in which the products are considered as originating		5. Country, group of countries or territory of destination	
6. Transport details (Optional)	7. Remarks		
8. Item number; Marks and numbers; Number and kind of packages (1); Description of goods		9. Gross mass (kg) or other measure (litres, m³, etc.)	10. Invoices (Optional)
11. CUSTOMS ENDORSEMENT Declaration certified. Stamp Export document (2): Form No. Customs office: Issuing country or territory: Date (Signature)		12. DECLARATION BY THE EXPORTER I, the undersigned, declare that the goods described above meet the conditions required for the issue of this certificate. Place and date: (Signature)	

Apéndice L – Capital Social (Accionistas)

Capital Social (Accionistas)		
Socios	Aportación	%
1	\$ 20.000,00	20,00%
2	\$ 20.000,00	20,00%
3	\$ 20.000,00	20,00%
4	\$ 20.000,00	20,00%
5	\$ 20.000,00	20,00%
Total de Aportaciones	\$ 100.000,00	100%

El Capital Social en la empresa Plantain Verte está compuesto por cinco socios, los cuales tienen el mismo porcentaje de aportación en la firma; cada uno de ellos aportó con un monto de \$20.000 dólares.

Apéndice M – Rubros de Inversión Inicial

Activos Fijos

Activos Fijos			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Muebles de Oficina			\$ 1.515,00
Escritorio ejecutivo	6	\$ 180,00	\$ 1.080,00
Silla ejecutivo	6	\$ 50,00	\$ 300,00
Estantería	3	\$ 45,00	\$ 135,00
Equipos de Oficina			\$ 1.225,00
Teléfonos	6	\$ 75,00	\$ 450,00
Dispensador de Agua Eléctrico	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Dispensador de Agua Manual	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Aire Acondicionado	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Equipos de Computación			\$ 5.148,30
Impresora multifunción	2	\$ 375,00	\$ 750,00
Laptops	6	\$ 750,00	\$ 4.500,00
Útiles de Oficina			\$ 324,15
Resma de Hojas A4 500 unidades	7	\$ 2,35	\$ 16,45
Cartucho de tinta	9	\$ 16,25	\$ 146,25
Bolígrafos Bic	20	\$ 0,32	\$ 6,40
Lápiz de papel Mongol	20	\$ 0,27	\$ 5,40
Borrador	20	\$ 0,16	\$ 3,20
Líquido Corrector Bic	10	\$ 1,22	\$ 12,20
Resaltador Bic	10	\$ 0,68	\$ 6,80
Sobre Manila A4	50	\$ 0,21	\$ 10,50
Grapadora Pequeña	8	\$ 3,35	\$ 26,80
Caja de Grapas 15Mn	8	\$ 4,25	\$ 34,00
Caja de Clips	9	\$ 1,75	\$ 15,75
Folders	10	\$ 1,68	\$ 16,80
Perforadora Mediana	8	\$ 2,95	\$ 23,60
Maquinaria y Equipos			\$ 71.390,00
Máquina de Corte	1	\$ 4.935,00	\$ 4.935,00
Máquina de Lavado	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Máquina Transportadora Vibratoria	1	\$ 8.882,50	\$ 8.882,50
Máquina de Freir	1	\$ 7.300,00	\$ 7.300,00
Máquina de Centrifugado	1	\$ 8.882,50	\$ 8.882,50
Máquina de Congelación	1	\$ 19.000,00	\$ 19.000,00
Máquina de Embalaje y Etiquetado	1	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
Planta Eléctrica	2	\$ 5.000,00	\$ 10.000,00
Alarma contra Incendios	1	\$ 390,00	\$ 390,00
Herramientas y utensilios			\$ 2.086,35
Carretas	6	\$ 26,60	\$ 159,60
Cuchillos para pelado	20	\$ 12,50	\$ 250,00
Machete	3	\$ 4,50	\$ 13,50
Trajes de Bioseguridad	18	\$ 45,00	\$ 810,00
Botas de Caucho	18	\$ 9,00	\$ 162,00
Cajas de mascarillas (15u)	10	\$ 35,50	\$ 355,00
Bandejas	25	\$ 13,45	\$ 336,25
Adecuaciones de la planta			\$ 57.900,00
Total			\$ 139.588,80

Nota: Datos obtenidos a partir de cotizaciones según el concepto.

Elaboración: Inés Vélez

En la presente tabla se detallan todos los rubros de activos fijos de la empresa, con un total de 123.288,80 dólares. Cabe destacar que en la tabla de los activos fijos los datos de las adecuaciones fueron obtenidos por una cotización al Ing. José Arias,

Adecuaciones de la planta	
Concepto	Valor
Saneario de Galpón	\$ 13.000,00
Implementación de requerimiento de seguridad en la planta	\$ 3.000,00
Construcción de Cuarto de frío	\$ 21.400,00
Implentación de tranformador de energía 220V y sistema eléctrico en la planta	\$ 3.500,00
Aljibe	\$ 5.000,00
Construcción de Oficina	\$ 12.000,00
Total	\$ 57.900,00

Elaboración: Inés Vélez

Gastos Pre Operacionales

Gastos Pre Operacionales	
Concepto	Valor
Constitución de la Empresa	\$ 441,57
Registro de la Marca	\$ 208,00
Permiso de Funcionamiento	\$ 25,90
Certificaciones para exportación	\$ 280,00
Certificación INEN	\$ 579,00
Pago de garantía de alquiler	\$ 3.500,00
Registro de Patente	\$ 526,46
Control Sanitario (ARCSA)	\$ 144,00
Total de Gastos Pre Operacionales	\$ 5.704,93

Elaboración: Inés Vélez

Amortización de Activos Diferidos (Gastos Pre operacionales)

Activos Diferidos	Valor	Vida Útil	Amortización	Valor Mensual
Gastos Pre Operacionales	\$ 5.704,93	5	\$ 1.140,99	\$ 95,08
Total			\$ 1.140,99	\$ 95,08

Amortización Acumulada

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 1.140,99	\$ 1.140,99	\$ 1.140,99	\$ 1.140,99	\$ 1.140,99
\$ 1.140,99	\$ 2.281,97	\$ 3.422,96	\$ 4.563,94	\$ 5.704,93

Capital de Trabajo a partir del Método del Déficit Acumulado Máximo

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingresos												
Ventas	\$ 36.757,84	\$ 36.757,84	\$ 36.757,84	\$ 36.757,84	\$ 36.757,84	\$ 36.757,84	\$ 36.757,84	\$ 36.757,84	\$ 36.757,84	\$ 36.757,84	\$ 36.757,84	\$ 36.757,84
Ventas de contado (60%)	\$ 22.054,70	\$ 22.054,70	\$ 22.054,70	\$ 22.054,70	\$ 22.054,70	\$ 22.054,70	\$ 22.054,70	\$ 22.054,70	\$ 22.054,70	\$ 22.054,70	\$ 22.054,70	\$ 22.054,70
Ventas a 30 días		\$ 14.703,14	\$ 14.703,14	\$ 14.703,14	\$ 14.703,14	\$ 14.703,14	\$ 14.703,14	\$ 14.703,14	\$ 14.703,14	\$ 14.703,14	\$ 14.703,14	\$ 14.703,14
Total de Ingresos	\$ 22.054,70	\$ 36.757,84	\$ 36.757,84	\$ 36.757,84	\$ 36.757,84	\$ 36.757,84	\$ 36.757,84	\$ 36.757,84	\$ 36.757,84	\$ 36.757,84	\$ 36.757,84	\$ 36.757,84
Egresos												
Costo de Venta	\$ 26.255,60	\$ 26.255,60	\$ 26.255,60	\$ 26.255,60	\$ 26.255,60	\$ 26.255,60	\$ 26.255,60	\$ 26.255,60	\$ 26.255,60	\$ 26.255,60	\$ 26.255,60	\$ 26.255,60
Pago de contado (40%)	\$ 10.502,24	\$ 10.502,24	\$ 10.502,24	\$ 10.502,24	\$ 10.502,24	\$ 10.502,24	\$ 10.502,24	\$ 10.502,24	\$ 10.502,24	\$ 10.502,24	\$ 10.502,24	\$ 10.502,24
Cuentas por pagar a 10 días	\$ 15.753,36	\$ 15.753,36	\$ 15.753,36	\$ 15.753,36	\$ 15.753,36	\$ 15.753,36	\$ 15.753,36	\$ 15.753,36	\$ 15.753,36	\$ 15.753,36	\$ 15.753,36	\$ 15.753,36
Gastos administrativos	\$ 5.094,50	\$ 5.094,50	\$ 5.094,50	\$ 5.094,50	\$ 5.094,50	\$ 5.094,50	\$ 5.094,50	\$ 5.094,50	\$ 5.094,50	\$ 5.094,50	\$ 5.094,50	\$ 5.094,50
Gastos de Venta	\$ 958,33	\$ 958,33	\$ 958,33	\$ 958,33	\$ 958,33	\$ 958,33	\$ 958,33	\$ 958,33	\$ 958,33	\$ 958,33	\$ 958,33	\$ 958,33
Gastos Pre Operacionales	\$ 5.704,93											
Total de Egresos	\$ 38.013,36	\$ 32.308,43	\$ 32.308,43	\$ 32.308,43	\$ 32.308,43	\$ 32.308,43	\$ 32.308,43	\$ 32.308,43	\$ 32.308,43	\$ 32.308,43	\$ 32.308,43	\$ 32.308,43
Flujo de caja Neto	\$ (15.958,66)	\$ 4.449,41	\$ 4.449,41	\$ 4.449,41	\$ 4.449,41	\$ 4.449,41	\$ 4.449,41	\$ 4.449,41	\$ 4.449,41	\$ 4.449,41	\$ 4.449,41	\$ 4.449,41
Flujo de caja Neto Acumulado	\$ (15.958,66)	\$ (11.509,25)	\$ (7.059,85)	\$ (2.610,44)	\$ 1.838,97	\$ 6.288,37	\$ 10.737,78	\$ 15.187,19	\$ 19.636,59	\$ 24.086,00	\$ 28.535,41	\$ 32.984,81

Elaboración: Inés Vélez

Apéndice N – Sueldos y Salarios

Cargo	Año 1							
	Sueldos	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Aporte IESS	Total Mensual
Operarios	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ -	\$ -	\$ 48,60	\$ 37,80	\$ 477,47
Operarios	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ -	\$ -	\$ 48,60	\$ 37,80	\$ 477,47
Operarios	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ -	\$ -	\$ 48,60	\$ 37,80	\$ 477,47
Operarios	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ -	\$ -	\$ 48,60	\$ 37,80	\$ 477,47
Operarios	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ -	\$ -	\$ 48,60	\$ 37,80	\$ 477,47
Operarios	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ -	\$ -	\$ 48,60	\$ 37,80	\$ 477,47
Gerente General	\$ 1.300,00	\$ 108,33	\$ 33,33	\$ -	\$ -	\$ 157,95	\$ 122,85	\$ 1.476,77
Jefe Financiero	\$ 850,00	\$ 70,83	\$ 33,33	\$ -	\$ -	\$ 103,28	\$ 80,33	\$ 977,12
Coordinador Administrativo	\$ 800,00	\$ 66,67	\$ 33,33	\$ -	\$ -	\$ 97,20	\$ 75,60	\$ 921,60
Jefe de Planta	\$ 800,00	\$ 66,67	\$ 33,33	\$ -	\$ -	\$ 97,20	\$ 75,60	\$ 921,60
Asistente de Comercio	\$ 550,00	\$ 45,83	\$ 33,33	\$ -	\$ -	\$ 66,83	\$ 51,98	\$ 644,02

Cargo	Año 2							
	Sueldos	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Aporte IESS	Total Mensual
Operarios	\$ 416,16	\$ 34,68	\$ 34,68	\$ 17,34	\$ 34,68	\$ 50,56	\$ 39,33	\$ 548,77
Operarios	\$ 416,16	\$ 34,68	\$ 34,68	\$ 17,34	\$ 34,68	\$ 50,56	\$ 39,33	\$ 548,77
Operarios	\$ 416,16	\$ 34,68	\$ 34,68	\$ 17,34	\$ 34,68	\$ 50,56	\$ 39,33	\$ 548,77
Operarios	\$ 416,16	\$ 34,68	\$ 34,68	\$ 17,34	\$ 34,68	\$ 50,56	\$ 39,33	\$ 548,77
Operarios	\$ 416,16	\$ 34,68	\$ 34,68	\$ 17,34	\$ 34,68	\$ 50,56	\$ 39,33	\$ 548,77
Operarios	\$ 416,16	\$ 34,68	\$ 34,68	\$ 17,34	\$ 34,68	\$ 50,56	\$ 39,33	\$ 548,77
Gerente General	\$ 1.352,52	\$ 112,71	\$ 34,68	\$ 56,35	\$ 112,71	\$ 164,33	\$ 127,81	\$ 1.705,49
Jefe Financiero	\$ 884,34	\$ 73,69	\$ 34,68	\$ 36,85	\$ 73,69	\$ 107,45	\$ 83,57	\$ 1.127,13
Coordinador Administrativo	\$ 832,32	\$ 69,36	\$ 34,68	\$ 34,68	\$ 69,36	\$ 101,13	\$ 78,65	\$ 1.062,87
Jefe de Planta	\$ 832,32	\$ 69,36	\$ 34,68	\$ 34,68	\$ 69,36	\$ 101,13	\$ 78,65	\$ 1.062,87
Asistente de Comercio	\$ 572,22	\$ 47,68	\$ 34,68	\$ 23,84	\$ 47,68	\$ 69,52	\$ 54,07	\$ 741,56

Año	Salario	Valor	Porcentaje
	Básico (\$)	Incrementado	Incrementado
2013	\$ 318,00	\$ 26,00	8,90%
2014	\$ 340,00	\$ 22,00	6,92%
2015	\$ 354,00	\$ 14,00	4,12%
2016	\$ 366,00	\$ 12,00	3,39%
2017	\$ 375,00	\$ 9,00	2,46%
2018	\$ 386,00	\$ 11,00	2,93%
2019	\$ 394,00	\$ 8,00	2,07%
2020	\$ 400,00	\$ 6,00	1,52%
Promedio			4,04%

Nota: Sueldos Básicos desde el 2013 hasta el 2020. Elaboración: Inés Vélez

Apéndice O – Amortización por método francés

Sistema de Amortización Francesa				
No. Periodos	Cuota	Interés	Amortización	Saldo
0				\$ 61.252,39
1	\$ 1.270,01	\$ 456,84	\$ 813,17	\$ 60.439,22
2	\$ 1.270,01	\$ 450,78	\$ 819,24	\$ 59.619,98
3	\$ 1.270,01	\$ 444,67	\$ 825,35	\$ 58.794,63
4	\$ 1.270,01	\$ 438,51	\$ 831,50	\$ 57.963,13
5	\$ 1.270,01	\$ 432,31	\$ 837,70	\$ 57.125,42
6	\$ 1.270,01	\$ 426,06	\$ 843,95	\$ 56.281,47
7	\$ 1.270,01	\$ 419,77	\$ 850,25	\$ 55.431,23
8	\$ 1.270,01	\$ 413,42	\$ 856,59	\$ 54.574,64
9	\$ 1.270,01	\$ 407,04	\$ 862,98	\$ 53.711,66
10	\$ 1.270,01	\$ 400,60	\$ 869,41	\$ 52.842,25
11	\$ 1.270,01	\$ 394,12	\$ 875,90	\$ 51.966,35
12	\$ 1.270,01	\$ 387,58	\$ 882,43	\$ 51.083,92
13	\$ 1.270,01	\$ 381,00	\$ 889,01	\$ 50.194,91
14	\$ 1.270,01	\$ 374,37	\$ 895,64	\$ 49.299,26
15	\$ 1.270,01	\$ 367,69	\$ 902,32	\$ 48.396,94
16	\$ 1.270,01	\$ 360,96	\$ 909,05	\$ 47.487,89
17	\$ 1.270,01	\$ 354,18	\$ 915,83	\$ 46.572,06
18	\$ 1.270,01	\$ 347,35	\$ 922,66	\$ 45.649,39
19	\$ 1.270,01	\$ 340,47	\$ 929,54	\$ 44.719,85
20	\$ 1.270,01	\$ 333,54	\$ 936,48	\$ 43.783,37
21	\$ 1.270,01	\$ 326,55	\$ 943,46	\$ 42.839,91
22	\$ 1.270,01	\$ 319,51	\$ 950,50	\$ 41.889,41
23	\$ 1.270,01	\$ 312,43	\$ 957,59	\$ 40.931,82
24	\$ 1.270,01	\$ 305,28	\$ 964,73	\$ 39.967,09
25	\$ 1.270,01	\$ 298,09	\$ 971,93	\$ 38.995,17
26	\$ 1.270,01	\$ 290,84	\$ 979,17	\$ 38.015,99
27	\$ 1.270,01	\$ 283,54	\$ 986,48	\$ 37.029,52
28	\$ 1.270,01	\$ 276,18	\$ 993,83	\$ 36.035,68
29	\$ 1.270,01	\$ 268,77	\$ 1.001,25	\$ 35.034,43
30	\$ 1.270,01	\$ 261,30	\$ 1.008,71	\$ 34.025,72
31	\$ 1.270,01	\$ 253,78	\$ 1.016,24	\$ 33.009,48
32	\$ 1.270,01	\$ 246,20	\$ 1.023,82	\$ 31.985,66
33	\$ 1.270,01	\$ 238,56	\$ 1.031,45	\$ 30.954,21
34	\$ 1.270,01	\$ 230,87	\$ 1.039,15	\$ 29.915,07
35	\$ 1.270,01	\$ 223,12	\$ 1.046,90	\$ 28.868,17
36	\$ 1.270,01	\$ 215,31	\$ 1.054,70	\$ 27.813,46
37	\$ 1.270,01	\$ 207,44	\$ 1.062,57	\$ 26.750,89
38	\$ 1.270,01	\$ 199,52	\$ 1.070,50	\$ 25.680,40
39	\$ 1.270,01	\$ 191,53	\$ 1.078,48	\$ 24.601,92
40	\$ 1.270,01	\$ 183,49	\$ 1.086,52	\$ 23.515,39
41	\$ 1.270,01	\$ 175,39	\$ 1.094,63	\$ 22.420,77
42	\$ 1.270,01	\$ 167,22	\$ 1.102,79	\$ 21.317,98
43	\$ 1.270,01	\$ 159,00	\$ 1.111,02	\$ 20.206,96
44	\$ 1.270,01	\$ 150,71	\$ 1.119,30	\$ 19.087,66
45	\$ 1.270,01	\$ 142,36	\$ 1.127,65	\$ 17.960,01
46	\$ 1.270,01	\$ 133,95	\$ 1.136,06	\$ 16.823,94
47	\$ 1.270,01	\$ 125,48	\$ 1.144,53	\$ 15.679,41
48	\$ 1.270,01	\$ 116,94	\$ 1.153,07	\$ 14.526,34
49	\$ 1.270,01	\$ 108,34	\$ 1.161,67	\$ 13.364,67
50	\$ 1.270,01	\$ 99,68	\$ 1.170,33	\$ 12.194,33
51	\$ 1.270,01	\$ 90,95	\$ 1.179,06	\$ 11.015,27
52	\$ 1.270,01	\$ 82,16	\$ 1.187,86	\$ 9.827,41
53	\$ 1.270,01	\$ 73,30	\$ 1.196,72	\$ 8.630,70
54	\$ 1.270,01	\$ 64,37	\$ 1.205,64	\$ 7.425,05
55	\$ 1.270,01	\$ 55,38	\$ 1.214,63	\$ 6.210,42
56	\$ 1.270,01	\$ 46,32	\$ 1.223,69	\$ 4.986,72
57	\$ 1.270,01	\$ 37,19	\$ 1.232,82	\$ 3.753,90
58	\$ 1.270,01	\$ 28,00	\$ 1.242,02	\$ 2.511,89
59	\$ 1.270,01	\$ 18,73	\$ 1.251,28	\$ 1.260,61
60	\$ 1.270,01	\$ 9,40	\$ 1.260,61	\$ 0,00
Total	\$ 76.200,78	\$ 14.948,39	\$ 61.252,39	

Apéndice P – Tabla de Depreciación de Activos

Cantidad	Activos	Valor Unitario (\$)	Valor Total (\$)	Vida Útil	5%		Depreciación Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	
					Valor S.	Costo Depreciable												
Muebles de Oficina																		
6	Escritorio ejecutivo	\$ 180,00	\$ 1.080,00	10	\$54,00	\$ 1.026,00	\$ 102,60	\$ 102,60	\$ 102,60	\$ 102,60	\$ 102,60	\$ 102,60	\$ 102,60	\$ 102,60	\$ 102,60	\$ 102,60	\$ 102,60	\$ 102,60
6	Silla ejecutivo	\$ 50,00	\$ 300,00	10	\$15,00	\$ 285,00	\$ 28,50	\$ 28,50	\$ 28,50	\$ 28,50	\$ 28,50	\$ 28,50	\$ 28,50	\$ 28,50	\$ 28,50	\$ 28,50	\$ 28,50	\$ 28,50
3	Estantería	\$ 45,00	\$ 135,00	10	\$6,75	\$ 128,25	\$ 12,83	\$ 12,83	\$ 12,83	\$ 12,83	\$ 12,83	\$ 12,83	\$ 12,83	\$ 12,83	\$ 12,83	\$ 12,83	\$ 12,83	\$ 12,83
Equipos de Computación																		
2	Impresora multifunción	\$ 375,00	\$ 750,00	3	\$37,50	\$ 712,50	\$ 237,50	\$ 237,50	\$ 237,50	\$ 237,50								
6	Laptops	\$ 750,00	\$ 4.500,00	3	\$225,00	\$ 4.275,00	\$ 1.425,00	\$ 1.425,00	\$ 1.425,00	\$ 1.425,00								
Maquinaria y Equipos																		
1	Máquina de Corte	\$ 4.935,00	\$ 4.935,00	10	\$246,75	\$ 4.688,25	\$ 468,83	\$ 468,83	\$ 468,83	\$ 468,83	\$ 468,83	\$ 468,83	\$ 468,83	\$ 468,83	\$ 468,83	\$ 468,83	\$ 468,83	\$ 468,83
1	Máquina de Lavado	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	10	\$250,00	\$ 4.750,00	\$ 475,00	\$ 475,00	\$ 475,00	\$ 475,00	\$ 475,00	\$ 475,00	\$ 475,00	\$ 475,00	\$ 475,00	\$ 475,00	\$ 475,00	\$ 475,00
1	Máquina Transportadora Vibratoria	\$ 8.882,50	\$ 8.882,50	10	\$444,13	\$ 8.438,38	\$ 843,84	\$ 843,84	\$ 843,84	\$ 843,84	\$ 843,84	\$ 843,84	\$ 843,84	\$ 843,84	\$ 843,84	\$ 843,84	\$ 843,84	\$ 843,84
1	Máquina de Freir	\$ 7.300,00	\$ 7.300,00	10	\$365,00	\$ 6.935,00	\$ 693,50	\$ 693,50	\$ 693,50	\$ 693,50	\$ 693,50	\$ 693,50	\$ 693,50	\$ 693,50	\$ 693,50	\$ 693,50	\$ 693,50	\$ 693,50
1	Máquina de Centrifugado	\$ 8.882,50	\$ 8.882,50	10	\$444,13	\$ 8.438,38	\$ 843,84	\$ 843,84	\$ 843,84	\$ 843,84	\$ 843,84	\$ 843,84	\$ 843,84	\$ 843,84	\$ 843,84	\$ 843,84	\$ 843,84	\$ 843,84
1	Máquina de Congelación	\$ 23.000,00	\$ 23.000,00	10	\$1.150,00	\$ 21.850,00	\$ 2.185,00	\$ 2.185,00	\$ 2.185,00	\$ 2.185,00	\$ 2.185,00	\$ 2.185,00	\$ 2.185,00	\$ 2.185,00	\$ 2.185,00	\$ 2.185,00	\$ 2.185,00	\$ 2.185,00
1	Máquina de Embalaje y Etiquetado	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	10	\$350,00	\$ 6.650,00	\$ 665,00	\$ 665,00	\$ 665,00	\$ 665,00	\$ 665,00	\$ 665,00	\$ 665,00	\$ 665,00	\$ 665,00	\$ 665,00	\$ 665,00	\$ 665,00
2	Planta Eléctrica	\$ 5.000,00	\$ 10.000,00	3	\$500,00	\$ 9.500,00	\$ 3.166,67	\$ 3.166,67	\$ 3.166,67	\$ 3.166,67								
1	Alarma contra Incendios	\$ 390,00	\$ 390,00	3	\$19,50	\$ 370,50	\$ 123,50	\$ 123,50	\$ 123,50	\$ 123,50								
Adecuaciones de la planta			\$ 41.600,00	10	\$ 2.080,00	\$ 39.520,00	\$ 3.952,00	\$ 3.952,00	\$ 3.952,00	\$ 3.952,00	\$ 3.952,00	\$ 3.952,00	\$ 3.952,00	\$ 3.952,00	\$ 3.952,00	\$ 3.952,00	\$ 3.952,00	\$ 3.952,00
Depreciación Total Anual							\$ 15.223,59	\$15.223,59	\$15.223,59	\$15.223,59	\$10.270,93	\$10.270,93	\$10.270,93	\$10.270,93	\$10.270,93	\$10.270,93	\$10.270,93	\$10.270,93
							Acumulada	\$15.223,59	\$30.447,18	\$45.670,78	\$55.941,70	\$66.212,63	\$76.483,55	\$86.754,48	\$97.025,40	\$107.296,33	\$117.567,25	

Apéndice Q – Proyecciones

Proyecciones de Precio de Venta y Unidades a ser Vendidas (Escenario 1)

Índice de Precios al Consumidor	0,17%
---------------------------------	-------

Proyección de Precio											
Concepto	Valor Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Precio de Venta por funda	\$ 2,13	\$ 2,13	\$ 2,13	\$ 2,13	\$ 2,14	\$ 2,14	\$ 2,15	\$ 2,15	\$ 2,15	\$ 2,16	\$ 2,16

Índice de la Demanda	1,08%
----------------------	-------

Proyección de Unidades a ser Vendidas											
Concepto	Valor Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ventas	17280	207360	209607	211879	214175	216496	218842	221214	223611	226035	228484

Proyecciones de Costo Unitario

Índice de Precio al Productor	-1,33%
-------------------------------	--------

Proyección del Costo											
Concepto	Valor Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Costo Unitario	\$ 1,52	\$ 1,52	\$ 1,50	\$ 1,48	\$ 1,46	\$ 1,44	\$ 1,42	\$ 1,40	\$ 1,38	\$ 1,37	\$ 1,35

Proyecciones de Precio de Venta y Unidades a ser Vendidas (Escenario 2)

Índice de Precios al Consumidor	0,17%
---------------------------------	-------

Proyección de Precio											
Concepto	Valor Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Precio de Venta por funda	\$ 1,23	\$ 1,23	\$ 1,23	\$ 1,24	\$ 1,24	\$ 1,24	\$ 1,24	\$ 1,24	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25

Índice de la Demanda	4,00%
----------------------	-------

Proyección de Unidades a ser Vendidas											
Concepto	Valor Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ventas	34560	414720	431309	448561	466504	485164	504570	524753	545743	567573	590276

Proyecciones del Costo Unitario

Índice de Precio al Productor	-1,33%
-------------------------------	--------

Proyección del Costo											
Concepto	Valor Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Costo Unitario	\$ 0,88	\$ 0,88	\$ 0,87	\$ 0,86	\$ 0,84	\$ 0,83	\$ 0,82	\$ 0,81	\$ 0,80	\$ 0,79	\$ 0,78

Apéndice R – Estado de Situación Financiera

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos						
Activos Corrientes						
Caja/Bancos	\$ 15.958,66	\$ 33.485,17	\$ 56.259,16	\$ 82.557,64	\$ 111.611,54	\$ 144.161,60
Total de Activos Corrientes	\$ 15.958,66	\$ 33.485,17	\$ 56.259,16	\$ 82.557,64	\$ 111.611,54	\$ 144.161,60
Activos Fijos						
Maquinaria	\$ 71.390,00	\$ 71.390,00	\$ 71.390,00	\$ 71.390,00	\$ 71.390,00	\$ 71.390,00
Muebles de Oficina	\$ 1.515,00	\$ 1.515,00	\$ 1.515,00	\$ 1.515,00	\$ 1.515,00	\$ 1.515,00
Adecuaciones de la planta	\$ 57.900,00	\$ 57.900,00	\$ 57.900,00	\$ 57.900,00	\$ 57.900,00	\$ 57.900,00
Equipos de Computación	\$ 5.148,30	\$ 5.148,30	\$ 5.148,30	\$ 5.148,30	\$ 5.148,30	\$ 5.148,30
Equipos de Oficina	\$ 1.225,00	\$ 1.225,00	\$ 1.225,00	\$ 1.225,00	\$ 1.225,00	\$ 1.225,00
Útiles de Oficina	\$ 324,15	\$ 324,15	\$ 324,15	\$ 324,15	\$ 324,15	\$ 324,15
Herramientas y Utensilios	\$ 2.086,35	\$ 2.086,35	\$ 2.086,35	\$ 2.086,35	\$ 2.086,35	\$ 2.086,35
(-) Depreciación Acumulada		\$ (16.772,09)	\$ (33.544,18)	\$ (50.316,28)	\$ (62.135,70)	\$ (73.955,13)
Total de Activos Fijos	\$ 139.588,80	\$ 122.816,71	\$ 106.044,62	\$ 89.272,53	\$ 77.453,10	\$ 65.633,68
Activos Diferidos						
Gastos Pre-Operacionales	\$ 5.704,93	\$ 5.704,93	\$ 5.704,93	\$ 5.704,93	\$ 5.704,93	\$ 5.704,93
(-) Amortización	\$ -	\$ (1.140,99)	\$ (2.281,97)	\$ (3.422,96)	\$ (4.563,94)	\$ (5.704,93)
Total de Activos Diferidos	\$ 5.704,93	\$ 4.563,94	\$ 3.422,96	\$ 2.281,97	\$ 1.140,99	\$ -
Total de Activos	\$ 161.252,39	\$ 160.865,82	\$ 165.726,73	\$ 174.112,14	\$ 190.205,62	\$ 209.795,28
Pasivos						
Préstamo Bancario	\$ 61.252,39	\$ 51.083,92	\$ 39.967,09	\$ 27.813,46	\$ 14.526,34	\$ 0,00
Total de Pasivos	\$ 61.252,39	\$ 51.083,92	\$ 39.967,09	\$ 27.813,46	\$ 14.526,34	\$ 0,00
Patrimonio						
Capital Social	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 9.781,90	\$ 15.977,74	\$ 20.539,03	\$ 29.380,61	\$ 34.116,00
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 9.781,90	\$ 25.759,64	\$ 46.298,67	\$ 75.679,28
Total del Patrimonio	\$ 100.000,00	\$ 109.781,90	\$ 125.759,64	\$ 146.298,67	\$ 175.679,28	\$ 209.795,28
Total de Pasivo+Patrimonio	\$ 161.252,39	\$ 160.865,82	\$ 165.726,73	\$ 174.112,14	\$ 190.205,62	\$ 209.795,28



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



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

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Vélez Rivera, Inés María** con C.C: # **1310410830** autora del trabajo de titulación: **Estudio de factibilidad económica para exportación de sticks de plátano pre fritos congelados hacia Francia** previo a la obtención del título de **LICENCIADA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, a los 11 del mes de septiembre de 2020

Inés María Vélez Rivera

Nombre: **Vélez Rivera, Inés María**
C.C: **1310410830**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



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

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TEMA Y SUBTEMA:	Estudio de factibilidad económica para exportación de <i>sticks</i> de plátano pre fritos congelados hacia Francia		
AUTOR(ES)	Vélez Rivera, Inés María		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Econ. Hidalgo Proaño, José Luis		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Comercio y Finanzas Internacionales		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciado/a en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	11 de septiembre de 2020	No. DE PÁGINAS:	90
ÁREAS TEMÁTICAS:	Estudio de modelos sustentables de intercambio comercial en la Región		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	factibilidad, sticks de plátano, Francia, exportación, congelado		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>El presente trabajo de titulación busca determinar la factibilidad económica de la exportación de <i>sticks</i> de plátano pre fritos congelados hacia Francia. Para este fin se empleó el método deductivo en el contexto de un estudio no experimental y descriptivo, para la obtención de un análisis de mercadeo, técnico y financiero, empleando herramientas cualimétricas como las encuestas, entrevistas a expertos, fuentes bibliográficas y análisis de instrumentos financieros. Los resultados indican que el mercado francés es una buena oportunidad para exportar el producto debido a la inexistencia de competencia directa, un incremento porcentual de la demanda por productos congelados y la cultura por el consumo de productos con inocuidad alimentaria y respeto ambiental. El estudio técnico definió la georreferenciación estratégica de la planta industrial, cercanía a las fuentes primarias de materia prima y disponibilidad de mano de obra para la implementación del proyecto. Se evidenció la viabilidad financiera, obteniendo una TIR del 17,86% y un VAN de \$137.030,85, determinando factibilidad económica de la exportación de <i>sticks</i> de plátano pre fritos congelados al mercado francés.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-991742185	E-mail: inesvr15@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Ing. Mónica Echeverría Bucheli, Mgs.		
	Teléfono: PBX: 043804600 o call center: 2222024, 2222025 ext. 5021, 5129		
	E-mail: monica.echeverria@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			