



Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional, Administrativa y

Comercial

Carrera:

Tecnología en Comercio Exterior

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tema:

“Plan estratégico para la exportación de banano de la empresa BLULAKE SA hacia
Turquía periodo 2021-2022”

Requisito previo para la obtención del título de Tecnólogo (a) en Comercio Exterior

Autor (a):

Leonardo Xavier Ronquillo Santana

Tutor:

Msc. Rudy Rosalba Rodríguez Solís

Guayaquil - Ecuador

2022

Reconocimiento de Responsabilidad

Yo, LEONARDO XAVIER RONQUILLO SANTANA, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnólogo (a) en Comercio Exterior, titulado: "PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EXPORTACIÓN DE BANANO DE LA EMPRESA BLULAKE SA HACIA TURQUÍA PERIODO 2021-2022", es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.





Leonardo Xavier Ronquillo Santana

C.C.: 0731432694

Reconocimiento de firma, notariado (Documentos de la notaría)



Factura: 001-006-000015829




20220901018D00043

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20220901018D00043

Ante mí, NOTARIO(A) JUAN CARLOS SANTANA VILLACRESES de la NOTARÍA DÉCIMA OCTAVA , comparece(n) LEONARDO XAVIER RONQUILLO SANTANA portador(a) de CÉDULA 0931432694 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil CASADO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial - El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaría, no asume responsabilidad alguna. - Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 23 DE FEBRERO DEL 2022, (10:54).


LEONARDO XAVIER RONQUILLO SANTANA
CÉDULA: 0931432694




NOTARIO(A) JUAN CARLOS SANTANA VILLACRESES
NOTARÍA DÉCIMA OCTAVA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



Cédula de Ciudadanía y Certificado de Votación.



REPÚBLICA DEL ECUADOR
Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cédulación



Dirección General de Registro Civil,
Identificación y Cédulación

CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD

Número único de identificación: 0931432694

Nombres del ciudadano: RONQUILLO SANTANA LEONARDO XAVIER

Condición del cedulao: CIUDADANO



Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/BOLIVAR
(SAGRARIO)

Fecha de nacimiento: 17 DE FEBRERO DE 1994

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: HOMBRE

Instrucción: SUPERIOR

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: CASADO

Cónyuge: RAMON GARCIA MARIA ANGELICA

Fecha de Matrimonio: 5 DE MARZO DE 2013

Datos de la Padre: RONQUILLO VARGAS MAXIMILIANO

Nacionalidad: ECUATORIANA

Datos de la Madre: SANTANA TIGUA MARCELA ELIZABETH

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 16 DE AGOSTO DE 2019

Condición de donante: SI DONANTE

Información certificada a la fecha: 23 DE FEBRERO DE 2022

Emitor: JUAN CARLOS SANTANA VILLACRESES - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT.16 - GUAYAS - GUAYAQUIL



N° de certificado: 222-683-26416



222-683-26416

Ing. Fernando Alvear C.
Director General del Registro Civil, Identificación y Cédulación
Documento firmado electrónicamente



Certificación del Tutor del Trabajo de Titulación

Msc. Rudy Rosalba Rodríguez Solís, en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnólogo (a) en Comercio Exterior, cuyo tema es: **“PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EXPORTACIÓN DE BANANO DE LA EMPRESA BLULAKE SA HACIA TURQUÍA PERIODO 2021-2022”**, fue elaborado por el (la) señor (Sra.) **LEONARDO XAVIER RONQUILLO SANTANA**, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

.....
Msc. Rudy Rosalba Rodríguez Solís

Tutor de Trabajo de Titulación

Dedicatoria

A Dios y virgen santísima quienes ha sido mi guía, fortaleza y su mano de fidelidad y amor han estado conmigo hasta el día de hoy.

A mi hijo Daniel Ronquillo quien, con su amor, me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más.

A mis padres y hermanos que, con su apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias. A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Finalmente quiero dedicar esta tesis a mi hijo ya que él fue la inspiración a no rendirme nunca.

Agradecimientos

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes.

De igual manera mis agradecimientos, a mis profesores quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional, gracias a cada una de ustedes por su paciencia, dedicación, apoyo incondicional y amistad.

Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento al Msc. Rudy Rosalba Rodríguez Solís, principal colaborador durante todo este proceso, quien con su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo de este trabajo.

Índice de contenidos

Reconocimiento de Responsabilidad.....	I
Reconocimiento de firma, notariado (Documentos de la notaría).....	II
Cédula de Ciudadanía y Certificado de Votación.	III
Certificación del Tutor del Trabajo de Titulación.....	IV
Dedicatoria.....	V
Agradecimientos.....	VI
Índice de contenidos.....	VII
Índice de tablas.....	XI
Índice de gráficos.....	XII
Índice de imágenes.....	XII
Índice de anexos.....	XIV
Informe del Urkund.....	XV
Resumen.....	XVI
Abstract.....	XVII
Introducción.....	1
Formulación del problema.....	5
CAPÍTULO I.....	6
Fundamentación.....	6
1.1 Marco histórico.....	6
1.1.1 Historia del Banano.....	6
1.1.2 Historia de la Empresa.....	7
1.1.3 Exportadora Bluelake.....	9
1.1.4 Plan Estratégico.....	9
1.1.5 Proceso de Producción del Banano.....	10
1.1.6 Variedades del Banano.....	10
1.1.7 Empresas del sector Bananero.....	11
1.2 Marco teórico.....	13
1.2.1 Mercantilismos.....	13
1.2.2 Smith y las Ventajas Absolutas.....	14
1.2.3 Ricardo y las Ventajas Comparativas.....	14

1.2.4	Modelo Heckscher-Ohlin (H-O) y la Abundancia de Factores	15
1.2.5	Comercio Intraindustrial:.....	16
1.2.6	Competencia Imperfecta y Economías de Escala.....	17
1.2.7	Importancia del Consumo de Banano.....	18
1.2.8	Cantidad Exportada de hacia los 10 principales compradores de Banano	19
1.2.9	Promedio Total, de exportaciones de Banano durante los últimos 5 años	20
1.2.10	Reporte del Total de las Exportaciones de Banano hacia Turquía	21
1.2.11	Empresas con Mayor Participación en la Exportación de Banano en Ecuador	22
1.3	Marco conceptual.....	24
1.4	Marco Jurídico	26
1.4.1	Constitución de la República del Ecuador.....	26
1.4.2	Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021.....	30
1.4.3	Acuerdo Marco de Cooperación.....	32
1.4.4	Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI).	34
1.4.5	Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP)	39
1.4.6	Reglamento a la ley de Propiedad Intelectual	42
CAPÍTULO II.....		43
Metodología Empleada		43
2.1	Tipo de Enfoque de la Investigación	44
2.1.1	Enfoque Cuantitativo.....	44
2.1.2	Enfoque Cualitativo.....	45
2.2	Tipo de Investigación.....	45
2.2.1	Investigación Exploratoria.....	46
2.2.2	Investigación Descriptiva	46
2.2.3	Investigación Histórica	47
2.3	Métodos de la Investigación	47
2.3.1	Analítico- Sintético.....	47
2.3.2	Inductivo- Deductivo.....	48
2.3.3	Histórico- Lógico.....	49
2.4	Técnicas de la Investigación y Fuentes.....	50
2.4.1	Encuesta.....	50
2.4.2	Entrevista.....	51
2.4.3	Observación Directa	51

2.5	Universo y Muestra.....	51
2.5.1	Universo	51
2.5.2	Muestra	51
2.6	Análisis de los Resultados	53
2.6.1	Análisis de Encuesta.....	53
2.6.2	Análisis de la Entrevista	65
2.6.3	Análisis de la Observación	66
2.7	Instrumentos para Justificar la Propuesta	67
2.7.1	Análisis PEST	67
2.7.2	Análisis DAFO (FODA)	68
2.7.3	Modelo CAPA.....	70
CAPÍTULO III		71
Desarrollo de la Propuesta.....		71
3.1	Título de la Propuesta	71
3.2	Objetivo de la Propuesta	71
3.3	Describir la Propuesta	71
3.4	Beneficio de la Propuesta.....	73
3.5	Descripción del Producto.....	73
3.5.1	Caja Tipo 22XU (Europa y USA)	74
3.5.2	Caja Tipo 208 (ASIA)	76
3.5.3	Pictogramas Utilizados en las Cajas.....	77
3.5.4	Tipo de Carga y Envase.....	78
3.5.5	Marcado	79
3.5.6	Unitarización	79
3.6	Partida Arancelaria	80
3.7	Desarrollo del Estudio Técnico.....	81
3.7.1	Localización.....	81
3.7.2	Macro Localización	81
3.7.3	Micro Localización.....	82
3.8	Descripción de la Propiedad y Activos del Proyecto.....	84
3.8.1	Infraestructura y Obra Civil.....	84
3.8.2	Flujograma del Proceso Productivo.....	86
3.8.3	Proceso de Exportación	87

3.9	Plan de Inversiones	69
3.9.1	Estudio Económico Financiero.....	69
3.9.2	Financiamiento de la Inversión.....	73
3.9.3	Análisis del TIR y del VAN	76
	Conclusiones	77
	Recomendaciones	79
	Referencias bibliográficas.....	80
	Anexos	85

Índice de tablas

Tabla 1 Cultivo de bananos y plátanos	11
Tabla 2 Venta al por mayor de banano y plátano	12
Tabla 3 Superficie, producción y rendimiento del banano, por provincia Año 2020.....	12
Tabla 4 PIB del Sector.....	13
Tabla 5 TOP 10 Países de destino exportación de banano	19
Tabla 6 Total de exportaciones durante los últimos 5 años.....	20
Tabla 7 Exportaciones de banano hacia Turquía 2016-2020	21
Tabla 8 Las 10 empresas ecuatorianas con mayor participación en la exportación del banano.....	22
Tabla 9 Análisis PEST.....	68
Tabla 10 Análisis interno.....	69
Tabla 11 Análisis externo	69
Tabla 12 Modelo CAPA	70
Tabla 13 Composición nutricional del banano	74
Tabla 14 Subpartida arancelaria del banano	81
Tabla 15 Costos de Equipos y Maquinarias	69
Tabla 16 Muebles de Oficina	70
Tabla 17 Equipos de Oficina	70
Tabla 18 Equipos de Computación.....	71
Tabla 19 Infraestructura.....	71
Tabla 20 Activos Diferidos	72
Tabla 21 Costos de producción	73
Tabla 22 División de costos y gastos de producción.....	74
Tabla 23 Estimación de cajas vendidas	75
Tabla 24 Presupuesto de ventas.....	75
Tabla 25 Tasa Interna de Retorno (TIR)	77

Índice de gráficos

Grafico 1 TOP 10 Países de destino exportación de banano	19
Grafico 2 Total exportaciones de banano (2016-2021)	21
Grafico 3 Exportaciones de banano hacia Turquía 2016-2020	22
Grafico 4 Las 10 empresas ecuatorianas con mayor participación en la exportación del banano.....	23
Grafico 5 Total de exportaciones de banano en los últimos 5 años	50
Grafico 6 Pregunta 1	53
Grafico 7 Pregunta 2.....	54
Grafico 8 Pregunta 3.....	55
Grafico 9 Pregunta 4.....	56
Grafico 10 Pregunta 5.....	57
Grafico 11 Pregunta 6.....	58
Grafico 12 Pregunta 7.....	59
Grafico 13 Pregunta 8.....	60
Grafico 14 Pregunta 9.....	61
Grafico 15 Pregunta 10.....	62
Grafico 16 Pregunta 11.....	63
Grafico 17 Pregunta 12.....	64
Grafico 18 Pregunta 13.....	65
Grafico 19 Proceso de exportación.....	88

Índice de imágenes

Imagen 1 Caja Tipo 22XU (Europa y USA)	75
Imagen 2 Caja tipo 208 (ASIA).....	77
Imagen 3 Pictogramas utilizados.....	77
Imagen 4 Limpieza final del producto.....	78
Imagen 5 Marcado del producto exportado.....	79
Imagen 6 Diagrama de ubicación de las cajas.....	80
Imagen 7 Localización del cantón Milagro en Ecuador	82

Imagen 8 Localización del recinto Carrizal - Milagro	83
Imagen 9 Plantaciones del recinto Carrizal	84
Imagen 10 Proceso de exportación.....	87
Imagen 11 Planta del banano.....	90
Imagen 12 Transportación del producto para su debido proceso	90
Imagen 13 Investigación de campo con el personal de la empresa.....	91

Índice de anexos

Anexo 1 Encuesta a los consumidores finales del producto exportado.....	85
Anexo 2 Entrevista con el gerente de la empresa BLUELAKE.....	88
Anexo 3 Evidencias fotográficas	90



Informe del Urkund

CERTIFICACIÓN

En calidad de revisor del trabajo de titulación “**Plan estratégico para la exportación de banano de la empresa BLULAKE SA hacia Turquía. Periodo 2021-2022**”

CERTIFICO

Que el trabajo del estudiante **LEONARDO XAVIER RONQUILLO SANTANA** ha sido analizado por un sistema de reconocimiento de texto automático **URKUND ANALYSIS**.

Los resultados alcanzados evidencian el cumplimiento del nivel de coincidencias permitido hasta el 17%. Por tanto, se autoriza su impresión y presentación al acto de defensa

Dr. C. Rafael Bell Rodríguez
Vicerrector Académico

Resumen

El Ecuador es el principal exportador de banano a nivel mundial por su fuerte participación en el mercado internacional, por ello varias instituciones gubernamentales trabajan en conjuntos con el estado, productores y exportadores para explotar el potencial de la fruta y dar seguimiento a nuevos mercados internacionales.

La empresa BLUELAKE S.A. ha tomado la decisión de entrar a un nuevo mercado y para obtener un convenio optimo dependerá de su enfoque industrial y de la gestión productora. De tal modo el objetivo de la investigación es establecer las actividades administrativas, operativas y aduaneras que se lleva a cabo para la exportación de banano por medio de la ejecución de un plan estratégico de la empresa BLULAKE SA hacia Turquía periodo 2021-2022.

Para la investigación presente se utilizará el método exploratorio para tener un excelente entendimiento relacionado con el tema, además se eligió fuentes primarias y secundarias tales como noticias, artículos de periódico, revistas científicas, boletines informativos de comercio exterior y además como base legal el Libro del Código Orgánico de Producción Comercio e Inversión (COPCI).

Palabras claves: Plan de exportación, Comercio internacional, Exportación

Abstract

Ecuador is the main exporter of bananas worldwide due to its strong participation in the international market, which is why several government institutions work together with the state, producers and exporters to exploit the potential of the fruit and follow up on new international markets.

The company BLUELAKE S.A. has made the decision to enter a new market and to obtain an optimal agreement arose from its industrial approach and production management. In this way, the objective of the research is to establish the administrative, operational and customs activities that are carried out for the export of bananas through the execution of a strategic plan of the company BLULAKE SA towards Turkey for the period 2021-2022.

For the present investigation, the exploratory method was used to have an excellent understanding related to the subject, in addition, primary and secondary sources such as news, newspaper articles, scientific magazines, foreign trade newsletters were replaced and also as a legal basis the Book of Organic Code of Production, Trade and Investment (COPCI).

keywords: Export plan, International trade, Export

Introducción

La exportación de productos como el banano permitió mejorar la economía ecuatoriana a partir del año 1950. Ecuador es considerado uno de los más importantes proveedores de banano a nivel universal gracias al volumen de sus exportaciones, debido al gran trabajo diario de productores y la capacidad provechosa, vivencias de empresarios o exportadores que conocen la administración documental y aduanera para la entrada a nuevos mercados cumpliendo con los requisitos establecidos y la ayuda de las instituciones gubernamentales que dan ayuda técnica para su internacionalización.

El comercio internacional cumple un papel importante en aquellos países en pie de desarrollo que no pueden producir todos los bienes y materias primas para desarrollar sus productos o servicios, eliminar las barreras es la clave para abrir las puertas al comercio internacional y por la importancia que conlleva esta actividad en el crecimiento económico a largo plazo. (Arias W. P., 2019, págs. 29-34)

El sector bananero, es un eje principal en el desarrollo económico del país, en el mercado interno es un generador de fuentes de empleo, principalmente en las familias de la costa ecuatoriana, y en el mercado externo el banano es uno de los principales productos tradicionales representa el 41.5% de exportación en la balanza comercial no petrolera. La característica principal de la exportación banano hacia Turquía es tener mayor su participación en el mercado euro-asiático, actualmente su participación es 8.2% con lo que significa una nueva oportunidad para la exportación de banano ecuatoriano, producto con gran potencial en Medio Oriente. (Andrade Arteaga, 2020)

Impulsar negociaciones de un acuerdo de cooperación en el campo de la salud vegetal y animal, a través de la cooperación en el desarrollo de pequeñas y medianas empresas agroindustriales de ambos países además ambos países ayudaran a fomentar el desarrollo económico bilateral. También la unión de esfuerzos técnicos, administrativos y financieros entre las partes, para desarrollar proyectos, y así facilitar oportunidades en temas educativos, dentro de un marco de cooperación internacional. La transferencia Tecnológica en optimización de diseños y de procesos industriales.

Es importante conocer que, Ecuador desde sus inicios es considerado como uno de los países de mayor participación en los mercados internacionales, llegando a representar la cuarta parte del total comercializado, caracterizado por sus buenas condiciones climáticas que le permiten obtener un producto de acuerdo a las exigencias del mercado, para así mantener la solidez de sus actividades y la contribución al desarrollo económico del país, es por eso que, Ecuador, gracias a sus condiciones climáticas, ha permitido que se desarrolle en actividades agrícolas, la cual es una de las más representativas dentro de la economía del país es el cultivo de banano.

La pandemia ha contribuido a esta situación. El año 2020, el precio por caja está muy por debajo del promedio semanal del año 2019 en Rusia, especialmente, donde la devaluación del rublo sigue confabulada contra los productos importados. En la Unión Europea la caída es menos dramática, al igual que en Turquía.

A pesar de bloqueo del canal de Suez Esa vía de navegación, que permite reducir tiempo de tránsito entre Europa y Asia eso incida subida de precio en los fletes navieros. y une el mar Mediterráneo y el mar Rojo, quedó bloqueada luego de que el enorme buque Ever Given, encalló en la zona, lo que genero retraso en llegada de mercadería que va a Turquía y otra parte a destinos como Emiratos Árabes, Arabia Saudita, Irak suba de precio y eso incida en los fletes navieros. Un bajón en la demanda de banano producido en los primeros trimestres, en marzo provocó que las exportaciones de este sector se contrajeran un 2,14 % durante el primer trimestre del 2021, la reducción en la compra del producto, por parte de Rusia y Medio Oriente, se debe a su dependencia del petróleo.

La demanda de banano en Turquía, a pesar de que Ecuador aún no tiene un acuerdo de comercio directo con Turquía, se están haciendo algunas gestiones para bajar los aranceles que se pagan para ingresar el banano al país. Porque es un país que gusta mucho de la fruta ecuatoriana, una que tiene una condición especial de vida.

Las oportunidades para el banano de Ecuador en Turquía son interesantes debido a su estratégico puerto en Mersin ayudaría a la distribución del banano a diferentes mercados del

Medio Oriente, la puerta de entrada para países del Asia, el norte de África y la Península Arábiga. El distrito de Anamur, en la provincia de Mersin, es la zona productora de bananas más grande del país, representando alrededor del 40% del consumo de bananas en Turquía, lo cual aún necesitan importar ya que todo lo producido no abastece el mercado local.

El motivo principal se lo realiza para estimular las exportaciones ecuatorianas, sin embargo, para eso hace falta de una preparación constante, tener un producto que se diferencie a la competencia, calidad y elaborar un óptimo proyecto de comercio, no solo para incursionar en un nuevo mercado. Además, por el desconocimiento del proceso de exportación, esto implica superar numerosos controles legales, sanitarios, técnicos y hasta culturales. También exige cuidar la calidad del servicio o producto que se exporta.

Los Propietarios de la Empresa exportadora BLUELAKE SA se están incursionando en las exportaciones de banano, serán los principales beneficiarios lo que implica agilizarán los proceso requerimiento y la facilidad de enviar su producto hacia Turquía generando ingresos a la a economía de la empresa. Con este estudio también se beneficiarán los pequeños productores, además ayuda a que sus productos sean pagados a un precio justo en el mercado, para desarrollarse, respetando y compensando el esfuerzo puesto en la producción de los diferentes bienes, productos o servicios que brinda hacia los consumidores.

Las comercializaciones banano contribuyen a cambiar la productividad, para esto es necesario las acciones realizadas para que se cumplan los principios solidarios y el aumento de las ofertas de trabajo a través de estos mecanismos, especialmente aquellos sectores que dependen de la producción de banano, el comercio del banano se centra en planificar estrategias tanto para productores y consumidores obtengan un beneficio mutuo como es una estructura democrática con el cumplimiento de ser elegibles para la certificación y a su vez los consumidores apoyar a las empresas creando condiciones económicas y sociales igualitarias.

Alrededor de este tema giran las ventajas y desventajas, la concientización de brindar acceso a la producción, comercialización y exportaciones de productos incluyendo una de las frutas de especialización como es el banano, conlleva a una amplitud de las normas en conservar el sector

primario, en apoyo con acuerdos comerciales y oportunidad a los pequeños productores que son los abastecedores de las grandes empresas exportadora.

El impacto positivo que dejan las exportaciones bananeras está evidenciado en su contribución al sector agrícola, manteniendo sus principales acreedores, que le permite ser la mayor fuente generadora de ingresos no petroleros del país. Este sector ha logrado mantenerse a lo largo del tiempo dinamizando la economía, representando gran parte del comercio exterior agropecuario y aporta alrededor del 9% al Producto Interno Bruto total.

En la elaboración de la investigación se efectuó una búsqueda de base de datos que permitió identificar la mayor incidencia de la exportación de banano a través de los años. Además, con información de Ministerio de Comercio Exterior, Banco Central del Ecuador y Ministerio de Agricultura y Ganadería, se pudo recolectar datos estadísticos e información en revisiones bibliográficas. Con todas estas fuentes provenientes de los organismos receptores de la economía se aplicó el método cuantitativo de los datos y las variaciones a través de las series de tiempo, la misma que permitió contrastar información con otras investigaciones para poder determinar las respectivas pruebas de hipótesis y verificar si hay una relación directa entre la exportación de banano y desarrollo económico y cuál sería el impacto basado en la estadística dentro de la economía.

El proyecto es importante para dar a conocer los diferentes mercados y excelentes oportunidades de expandir y negociar el banano de los pequeños comercializadores, así logramos dinamizar la economía del país con el ingreso de divisas.

El capítulo I abarca el objetivo del proyecto es establecer las actividades administrativas, operativas y aduaneras que se lleva a cabo para la exportación de banano convencional de la Empresa BLUELAKE S. A. hacia Mersin Turquía. El marco teórico, marco jurídico, marco conceptual son necesario para la investigación ya que cada marco tiene su importancia en la elaboración del este proyecto ya que engloba un todo desde su historia del banano hasta la legalidad y certificación para la cosecha de dicho producto, además abarca análisis estadístico de empresas, países competidores en la exportación del banano ecuatoriano con esto tenemos

una idea clara de dicho producto puede tener mayor acogida al lugar designado para la exportación.

Debido a su demanda local que presenta Turquía la producción de banano no abastecen su propio consumo, por lo que ve en la obligación de importar este producto aun así asumiendo las obligaciones aduaneras en destino.

Capítulo II: se emplea las metodologías a realizar en este proyecto Se realizará un enfoque mixto debido a la obtención de datos cualitativos y cuantitativos lo ayudaron a mejorar la comprensión de la problemática al poder incorporar datos estadísticos lo cual ayudaran en proceso de investigación.

La misma que verificara la demanda actual del banano hacia Turquía. La investigación se realizará en la empresa Exportadora BLULAKE SA, la cual se incursiona en el negocio de las exportaciones de banano, además esto permitirá verificar el conocimiento en los procesos de exportación del producto de los colaboradores de la empresa.

La exportadora tendrá que caracterizarse en su propio lema en mayor peso de caja menor precio de la misma sin menospreciar cualquier anomalía de la misma La realidad es que siendo nueva en negocio tendrá que agilizar los procesos de producción, logística, verificación y exportación del producto.

Formulación del problema

¿Cómo ayudar a la empresa Bluelake SA a comercialización internacional de banano hacia Mersin Turquía en periodo 2021 2022?

Formulación del Objetivo General

Establecer las actividades administrativas, operativas y aduaneras llevada a cabo por la exportadora BLUELAKE S. A., para la exportación de banano convencional de la hacía Mersin Turquía.

CAPÍTULO I

Fundamentación

1.1 Marco histórico

1.1.1 Historia del Banano

1.1.1.1 El Banano

Debemos tener muy presente que el banano tiene un importante aporte a la economía fundamental del Ecuador. Dándole la debida importancia siendo el banano la segunda fuente de ingresos al estado. Constituyéndose este en un elemento clave de la economía ecuatoriana. El origen de la platanera es el sudeste de Asia, aunque el cultivo comercial se inicia en las Islas Canarias.

La platanera tiene su origen en el Sudeste de Asia. Desde su área de origen inicia un largo camino hacia todas las regiones tropicales y subtropicales del mundo. Las primeras noticias sobre esta especie se remontan a los dibujos existentes en las antiguas ruinas del monumento javanés a Buda levantado en Bordodur en el año 850 a. C. Se conoce en el Mediterráneo desde el año 650 d. C. La especie llegó a Canarias en el siglo XV y desde allí fue llevado a América en 1516. Los cultivares selectos sólo se introdujeron en las islas a comienzos del siglo XIX. El cultivo comercial comienza en Canarias a fines del siglo XIX y durante parte del siglo XX.

La actividad del banano ha seguido a través de los años una escala cronológica, manteniéndose en un plano de expectativa desde el año 1516, cuando se introdujo procedente del Archipiélago de las Canarias a las Islas de las Antillas Mayores y muchos lugares del continente incluyendo Centroamérica y las costas de Colombia.

Hay muchísimos tipos de plátano, pequeños, medianos y muy grandes. Cada variedad tiene su sabor y sus diferentes formas de comerlo: por ejemplo, el macho generalmente se prepara como un platillo salado, mientras que el tabasco se come crudo y es considerado dulce. En otros países se hacen puré y tostadas de plátano. En México se cultivan principalmente ocho variedades. Si quieres conocerlas y saber en qué lugares de la República se cultiva cada tipo, explora la siguiente imagen haciendo clic en las pestañas. Las importaciones brutas de la Unión

Europea (UE) aumentaron en 3 por ciento, impulsadas por la fuerte demanda de los consumidores en los principales países importadores. También en las economías orientales de la UE se registró un fuerte crecimiento de las importaciones. Por ejemplo, el volumen bruto de importación de Eslovaquia creció en 13 por ciento, el de Polonia en 10 por ciento y el de Estonia en 19 por ciento, apoyados por el aumento de los ingresos, la disminución de los precios de las importaciones y el cambio de las preferencias de los consumidores.

En Polonia, por ejemplo, el precio medio de importación en euros se redujo en un 19 por ciento entre 2005 y 2015. En Croacia, la adhesión a la Unión Europea en julio de 2013 dio un impulso adicional a la demanda de importaciones. En general, las importaciones de la Unión Europea alcanzaron el nivel sin precedentes de 5,2 millones de toneladas, con el 70% de los envíos procedentes de tres grandes productores (Ecuador, Colombia y Costa Rica).

Las exportaciones del Ecuador a la UE se redujeron en un 8 por ciento en 2015, debido a las condiciones climáticas adversas que afectaron a la producción y a la falta de acceso preferencial a la Unión Europea, lo que dificultó su situación en relación con sus principales competidores. Las importaciones de Colombia registraron un crecimiento del 21 por ciento debido a la competitividad de sus precios de exportación f.o.b. y a su actual acuerdo por los proveedores de banano competidores. Las importaciones del Ecuador y Honduras registraron un crecimiento del 8 y 10 por ciento, respectivamente. El consumo per cápita en Estados Unidos se mantuvo elevado en 12,6 kilogramos en 2015, ya que el aumento de los suministros estuvo más o menos en línea con el crecimiento de la población.

Los principales tipos de fruto se diferencian por su uso, tamaño, forma y color. Normalmente se conoce como banano al fruto que se consume en fresco y como plátano al que se cocina.

Existen de diferentes clases .De acuerdo con (Ecología verde, s.f.)

1.1.2 Historia de la Empresa

El Ecuador inició la producción de banana en grandes cantidades entre los años 1944 y 1948. Al mismo periodo, la producción de países centroamericanos, controlados principalmente por la United Fruit y la Standard Fruit Company, fue severamente afectada por los huracanes y

además por la conocida enfermedad del mal de Panamá.

Los mayores productores de banano empezaron sus operaciones en la presidencia de Galo Plaza (1948-1952) quien decretó a la producción de banano como prioridad nacional. En el año 1948, Ecuador exportaba cerca de 3,8 millones de racimos de bananas. Durante la década de los 50's el Ecuador incrementó su producción en un 400% y llegó a ocupar el primer puesto entre los exportadores de banano a partir del año 1952. El auge bananero fue un período de gran crecimiento de las exportaciones que dio lugar a un prolongado crecimiento sostenido en el Ecuador, de este modo el PIB evaluado a precios constantes entre 1948 y 1954 ascendió en 5.6% acumulativo anual, entre 1954 y 1965 en 4.8%, y entre 1965 y 1970 en 5.2%.

El crecimiento vertiginoso de la producción y exportación bananera se explica por las altas ventajas competitivas que ofreció el país frente a Centroamérica cuando se presenciaba el mal de Panamá y de huracanes causaron estragos en las plantaciones de estas zonas. En el Ecuador la incidencia de las plagas y enfermedades sea incipiente por el bajo desarrollo de la producción, y el clima es mucho más benigno. Las ventajas naturales que ofreció el Ecuador se fortalecieron con la intervención del Estado con medidas que apoyaban la actividad privada. El impulso más importante fue seguramente la construcción vial y portuaria necesaria para transportar un producto rápidamente perecedero.

Las importaciones brutas de la Unión Europea (UE) aumentaron en 3 por ciento, impulsadas por la fuerte demanda de los consumidores en los principales países importadores. También en las economías orientales de la UE se registró un fuerte crecimiento de las importaciones. Por ejemplo, el volumen bruto de importación de Eslovaquia creció en 13 por ciento, el de Polonia en 10 por ciento y el de Estonia en 19 por ciento, apoyados por el aumento de los ingresos, la disminución de los precios de las importaciones y el cambio de las preferencias de los consumidores. En Polonia, por ejemplo, el precio medio de importación en euros se redujo en un 19 por ciento entre 2005 y 2015. En Croacia, la adhesión a la Unión Europea en julio de 2013 dio un impulso adicional a la demanda de importaciones. En general, las importaciones de la Unión Europea alcanzaron el nivel sin precedentes de 5,2 millones de toneladas, con el 70% de los envíos procedentes de tres grandes productores (Ecuador, Colombia y Costa Rica). Las

exportaciones del Ecuador a la UE se redujeron en un 8 por ciento en 2015, debido a las condiciones climáticas adversas que afectaron a la producción y a la falta de acceso preferencial a la Unión Europea, lo que dificultó su situación en relación con sus principales competidores.

1.1.3 Exportadora Bluelake

Es una nueva empresa ecuatoriana que se incursiona en mundo de las exportaciones de banano tiene 6 meses en funcionamiento se esfuerza por mantener una mejora continua y siendo responsables con el medio ambiente y la sociedad. Además, posee marca propia que es WALKIR, la cual se está posicionando en mercado del medio oriente, se exporta 10 contenedores semanales la poca participación en mercado hace que su nombre no sea muy conocido.

La oportunidad de exportar a Turquía se da gracias a clientes que incursionan a nuevas empresas que tiene un mejor producto diferenciado a las demás. El banano convencional sigue siendo unos de los productos con mayor participación en mercado europeo.

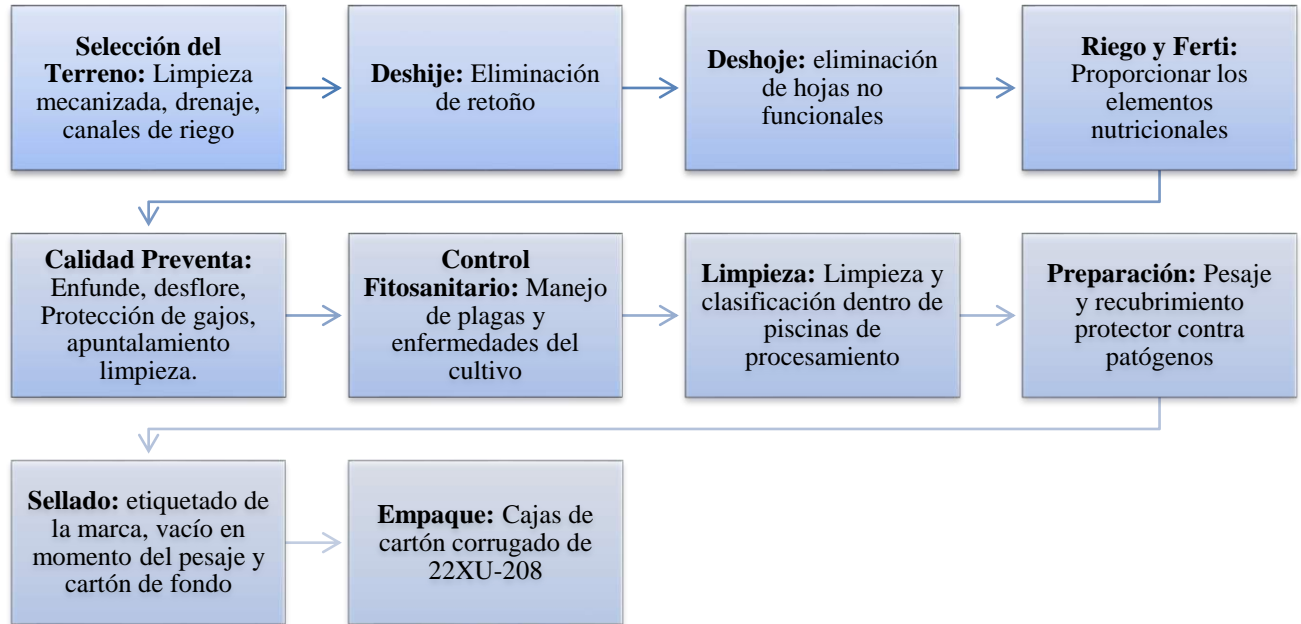
1.1.4 Plan Estratégico

La planeación estratégica es el esfuerzo sistemático y más o menos formal de una compañía para establecer sus propósitos, objetivos, políticas y estrategias básicas, para desarrollar planes detallados con el fin de poner en práctica las políticas y estrategias, y así lograr los objetivos y propósitos básicos de la compañía.

El planeamiento estratégico es un proceso en la medida que reúne una serie de actividades cuyo fin es la generación de estrategias alternativas hacia el logro de la visión de la organización; y es un instrumento, porque además sirve como guía y orientador de la gestión hacia el logro de la visión.

1.1.5 Proceso de Producción del Banano

Figura 1 Proceso de producción del banano



Realizado por: Leonardo Ronquillo

1.1.6 Variedades del Banano

Desde hace 25 años, Ecuador es líder en la exportación de banano, actualmente representa el 26% de las exportaciones mundiales. El país oferta estos tipos de banano: Cavendish, orito o baby banana y banano rojo

1.1.6.1 Plátano Rojo

Especialidad rara de ver de la parte sudoriental de Asia; se consume preferentemente caliente, porque el calor acentúa las cualidades gustativas de la pulpa roja. Presenta una piel roja, rosa o con mezcla de verde.

1.1.6.2 Gran Enano o Giant Cavendish

Frutos más grandes, de mayor peso y cilíndricos, aunque más cortos y curvos que los del clon 'Robusta'. Planta de porte bajo, pseudotallo grueso y amplio sistema foliar.

La variedad Cavendish convirtió al país en el principal productor mundial de banano y hoy

está amenazada por la peligrosa plaga Fusarium raza 4. Pero no es la única, el orito (baby banana), el morado (red banana) y el plátano también están en riesgo. En Ecuador hay más de 100 000 hectáreas sembradas de los tres productos.

En zonas altas como Bucay, en Guayas, el clima es propicio para el orito y el morado. La primera es una pequeña fruta que mide 7 centímetros en promedio. Tiene una cáscara delgada y su sabor es más dulce que la banana convencional. El morado, en cambio, tiene un tono rojizo y por dentro su pulpa tiene un ligero color rosado.

1.1.7 Empresas del sector Bananero

1.1.7.1 Cultivo de Bananos y Plátanos

En el año 2020 existieron 515 empresas que se dedicaron al cultivo de bananos y plátanos, de las cuales el 80% estuvo situado en la provincia de Guayas (49%) y El Oro (31%).

Tabla 1 Cultivo de bananos y plátanos

Tamaño Empresa	# Empresas 2020	# Empleados 2020
Grande	64	25,026
Mediana	132	10,200
Pequeña	110	2,483
Microempresa	207	1,021
No Definido	2	0
Total	515	38,730

Realizado por: Leonardo Ronquillo

1.1.7.2 Venta al por Mayor de Banano y Plátano

Durante el año 2020 existieron 277 empresas que se dedicaron a la venta al por mayor de banano y plátano, estando el 63% radicado en la provincia de Guayas.

Tabla 2 Venta al por mayor de banano y plátano

Tamaño Empresa	# Empresas 2020	# Empleados 2020
Grande	42	3,373
Mediana	38	1,493
Pequeña	52	847
Microempresa	143	656
No Definido	2	0
Total	277	6,369

Realizado por: Leonardo Ronquillo

1.1.7.3 Superficie, Producción y Rendimiento del Banano, por Provincia Año 2020

Tabla 3 Superficie, producción y rendimiento del banano, por provincia Año 2020

Año	Provincia	Superficie Cosechada (ha)	Producción (Tm.)	Rendimiento (Tm/ha)	%Nacional
2020	Los Ríos	53,220.17	2,495,731.37	46.9	41%
	Guayas	41,631.32	1,568,744.40	37.7	26%
	El Oro	43,344.34	1,481,451.53	34.2	25%
	Cañar	3,558.78	84,165.87	23.7	1%
	Cotopaxi	5,181.65	177,541.00	34.3	3%
	Resto de provincias	13,694	215,756	15.8	4%
	Total	160,630	6,023,390	37.5	100%

Realizado por: Leonardo Ronquillo

El 92% de la producción de banano en el año 2020 estuvo concentrado en las provincias de Los Ríos (41%), Guayas (26%) y El Oro (25%).

1.1.7.4 PIB del Sector.

El sector de cultivo de banano, café y cacao en el 2019 registró \$1,424.45 MM de VAB con una participación de 1.98% sobre el PIB total. Para el año 2020 se estima un crecimiento del 3.62% respecto al año inmediatamente anterior.

Tabla 4 PIB del Sector

Año	Cultivo de banano, café y cacao (MM \$ de 2007)	PIB Total (MM \$ de 2007)	Participación PIB
2016 sd	1,284.34	69,314.07	1.85%
2017 p	1,407.30	70,955.69	1.98%
2018 p	1,420.35	71,870.52	1.98%
2019 p	1,424.45	71,879.22	1.98%
2020 prev	1,475.97	66,308.49	2.23%

Realizado por: Leonardo Ronquillo

1.2 Marco teórico

1.2.1 Mercantilismos

De acuerdo con (Camara de Exportadores de la Republica de Argentina, Enero 2019)

En la Antigüedad y Edad Media hubo diversas reflexiones sobre el comercio, pero tenían carácter fragmentado y estaban vinculadas a consideraciones éticas o filosóficas.

El centro del pensamiento mercantilista fue la preocupación por el Estado, sujeto y objeto de la política económica. El mercantilismo considera que la prosperidad de un Estado depende de su capital y que el volumen global de comercio mundial es inalterable. El capital, representado por los metales preciosos (principalmente oro) que el Estado posee, se incrementa mediante una balanza comercial positiva con otras naciones.

El principio del superávit de la balanza comercial implica que un país se beneficiaría del comercio internacional siempre y cuando el valor de sus exportaciones superase el valor de sus importaciones; ello daría origen a la entrada neta de metales preciosos por el valor equivalente a dicho saldo, signo de riqueza y poder nacional. (págs. 4-5)

En esta primera teoría el oro y la plata se caracterizaban como el objeto de cambio más valorado en si se trataba de que quien más oro tenía en su arca fiscal su balanza comercial era

siempre positiva.

1.2.2 Smith y las Ventajas Absolutas

Smith plantea que la clave de la riqueza y el poderío de una nación es el crecimiento económico. Este es una función de la división del trabajo, fuente del crecimiento de la productividad de los trabajadores y de la generación de riqueza. Esta división del trabajo logra un abaratamiento de los costos productivos y economías de escala. Sin embargo, los beneficios de la especialización quedan limitados por la dimensión del mercado. Por ello, propone la liberalización del comercio internacional que permite la colocación en el exterior de los excedentes productivos nacionales, infiriéndoles así un nuevo valor.

Para Smith el beneficio principal del comercio exterior no radica en la importación de oro y plata, sino en la traslación del producto excedente para el cual no existe demanda doméstica, intercambiándolo por artículos para los cuales esa demanda existe en el propio país. Los beneficios están dados, no ya por una mejora en los términos de intercambio, ni por una más eficiente asignación de los recursos, sino por la posibilidad de exportar sin sacrificar nada, rompiendo con el juego de suma cero.

Sin embargo, el criterio de ventaja absoluta conduce a dificultades en los casos en que un país tiene ventajas absolutas en todos los bienes. Esta situación, llevada al absurdo, imposibilitaría la existencia de comercio internacional dado que sólo un país produciría todos los bienes y no encontraría cómo intercambiarlos con los otros países que tienen desventaja absoluta en todos los bienes. (págs. 6-7-8).

El País durante la década de los 80-90 practicaron esta teoría durante el auge de exportaciones de cacao y banano hacia mundo, en su debido a su crecimiento económico. De acuerdo con (Camara de Exportadores de la Republica de Argentina, Enero 2019)

1.2.3 Ricardo y las Ventajas Comparativas

De acuerdo con (Camara de Exportadores de la Republica de Argentina, Enero 2019)

Como demostró Ricardo 40 años después de la publicación de “La Riqueza de las Naciones”,

para que exista comercio internacional y aumente el bienestar de los países no es necesario que existan diferencias absolutas entre los países, sino que es suficiente que dichas diferencias sean relativas. El país que posea un menor costo de oportunidad, o ventajas comparativas, en la producción de un bien se especializará en su producción y exportación, produciéndose ganancias del comercio.

Al igual que Smith, Ricardo parte de una teoría del valor-trabajo, es decir, el valor de los bienes depende de la cantidad de trabajo que incorporan. Asimismo, considera al trabajo móvil dentro de un país, pero inmóvil entre países. La productividad o coeficientes técnicos son constantes dentro de cada país, pero puede variar internacionalmente debido a la utilización de distintas técnicas productivas.

Es aquí donde Ricardo desarrolla su principio de ventajas comparativas: un país exportará (importará) el bien que produce con el menor (mayor) costo de oportunidad, medido en términos de otro bien. Por lo tanto, con este nuevo concepto, existe un patrón de comercio incluso cuando un país es más productivo en todos los bienes que otro, dado que lo que importa son las ventajas relativas, y no las absolutas, como planteaba Smith. (págs. 7-8)

Ricardo en esta teoría hace hincapié en costo de producción del producto en este caso. Se supone que existen dos países, A y B, que producen dos bienes, X e Y. Dado que el trabajo es el único factor de la producción, la tecnología puede resumirse a los requerimientos unitarios para la producción de una unidad de cada bien. Para el caso, se asume que A requiere 1 hs hombre para producir una unidad de X y necesita 2 para la producción de Y. Por su parte, B requiere 6 hs hombre para producir X y 3 para producir Y.

1.2.4 Modelo Heckscher-Ohlin (H-O) y la Abundancia de Factores

A finales del siglo XIX, comenzó a tener relevancia lo que posteriormente se conocería como la escuela neoclásica, de la cual surgieron aportes fundamentales a la teoría del comercio internacional. Hasta los análisis neoclásicos, la teoría del valor trabajo estaba basada en supuestos restrictivos, por lo cual era criticada. En particular, el modelo ricardiano supone que el trabajo es el único factor productivo empleado¹¹, por lo que la única fuente posible de ventaja

comparativa es la diferencia de la productividad de la mano de obra entre los países. Evidentemente, esta no es la única fuente de ventaja comparativa: las diferencias en la dotación de recursos también juegan un papel en el comercio internacional.

Al igual que el modelo ricardiano, los beneficios del comercio están dados por la especialización que surge debido a las diferencias entre países. Pero el modelo de Heckscher-Ohlin se centra en otra fuente de ventaja comparativa: la abundancia relativa de los factores de producción de cada país. (pág. 10)

En este caso se considera el comercio entre dos países, A y B, que producen dos bienes, X e Y, utilizando dos factores de producción, trabajo (L) y capital (K). Se asume que las cantidades disponibles de los factores de producción vienen dadas para cada país, designando así sus respectivas dotaciones factoriales. Por razones geográficas e históricas, cada país, en comparación con el otro, será más abundante en un factor que en el otro. Por ejemplo, B estará dotado, en relación con A, de más unidades de K por unidad de L.

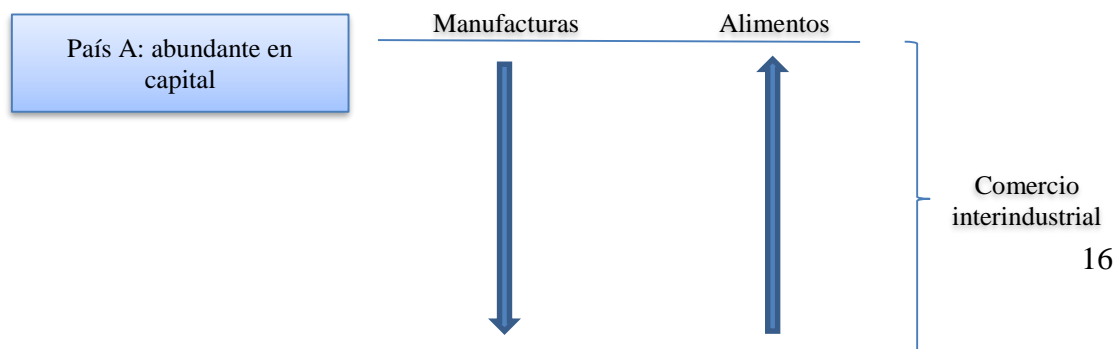
(mayor K/L); inversamente, A estará dotado de más unidades de L por unidad de K (menor K/L). En este caso, se afirma que B será abundante relativamente en K (o escaso en L) y A será abundante en L (escaso en K). De acuerdo con (Camara de Exportadores de la Republica de Argentina, Enero 2019)

1.2.5 Comercio Intraindustrial:

Primeros intentos:

1.2.5.1 Comercio interindustrial

Figura 2 Comercio interindustrial



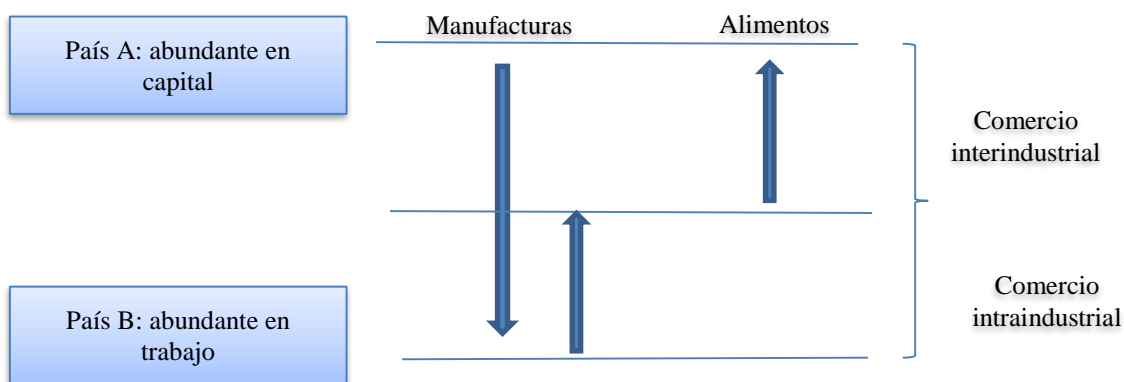


Fuente: (Camara de Exportadores de la Republica de Argentina, Enero 2019)

Realizado por: Leonardo Ronquillo

1.2.5.2 Comercio intraindustrial

Figura 3 Comercio intraindustrial



Fuente: (Camara de Exportadores de la Republica de Argentina, Enero 2019)

Realizado por: Leonardo Ronquillo

1.2.6 Competencia Imperfecta y Economías de Escala

Como se dijo, los modelos clásicos y neoclásicos de ventajas comparativas estaban basados en el supuesto de competencia perfecta y rendimientos constantes a escala, es decir, si los insumos de una industria se duplicaban, el producto de la industria también se duplicaba. Sin embargo, en la práctica, no existe tal competencia perfecta y muchas industrias se caracterizan por tener economías de escala (reducción del costo medio a medida que se aumenta la producción), con lo cual su producción es más eficiente cuanto mayor es la escala a la que se lleva a cabo.

A fin de introducir estos conceptos, se exponen a continuación tres modelos de comercio internacional en los que las economías de escala y la competencia imperfecta juegan un papel

fundamental: modelos de competencia monopolística, de dumping recíproco y de economías de escala (externas y dinámicas). (pág. 18)

1.2.7 Importancia del Consumo de Banano

De acuerdo con (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura, 2021). El banano Cavendish contiene unos 400 miligramos de potasio cada 100 g de fruta fresca, una cantidad similar a muchas legumbres cocinadas, a la carne o al pescado., además si se lo consumen de forma habitual, los bananos pueden ayudar a regular la presión arterial y a controlar la actividad del corazón. Aquellas personas que consumen gran cantidad de potasio tienen hasta un 27% menos de riesgo de padecer enfermedades cardíacas.

Algunas variedades de banano son ricas en vitamina A, como la Utin Lap, una variedad que se cultiva en Micronesia. Ingerir uno de estos pequeños bananos (de aproximadamente 100 g de peso) satisface las necesidades de vitamina A durante 2 días. La variedad Cavendish, por el contrario, apenas contiene vitamina A. Cultivar variedades de bananos ricos en vitamina A en más países podrían contribuir a reducir la carencia mundial de vitamina A. Los bananos pueden ayudar a los atletas a mejorar su rendimiento. Además de su alto contenido en potasio, proporcionan rápidamente un estímulo energético y son una fuente de vitaminas C y B6.

Habitualmente utilizados como remedio natural, la cáscara del banano puede aliviar la picazón de una picadura de mosquito. Frotar la zona afectada con el interior de una cáscara de banano puede aliviar inmediatamente el picor, ya que sus azúcares ayudan a eliminar el líquido de la picadura.

Los bananos se cultivan y se cosechan durante todo el año y se pueden recolectar 8-10 meses después de la siembra. Son más propensos a dar frutos en un clima cálido. Resulta muy eficiente cultivar bananos para satisfacer las necesidades humanas de una amplia variedad de nutrientes. Los bananos y las patatas producen nueve nutrientes importantes (energía, proteínas, fibra dietética, hierro, zinc, calcio, vitamina A, vitamina C y ácido fólico) por hectárea cada año, más que los cereales o cualquier otro alimento. Los bananos se cultivan en más de 135 países y

territorios en las zonas tropicales y subtropicales.

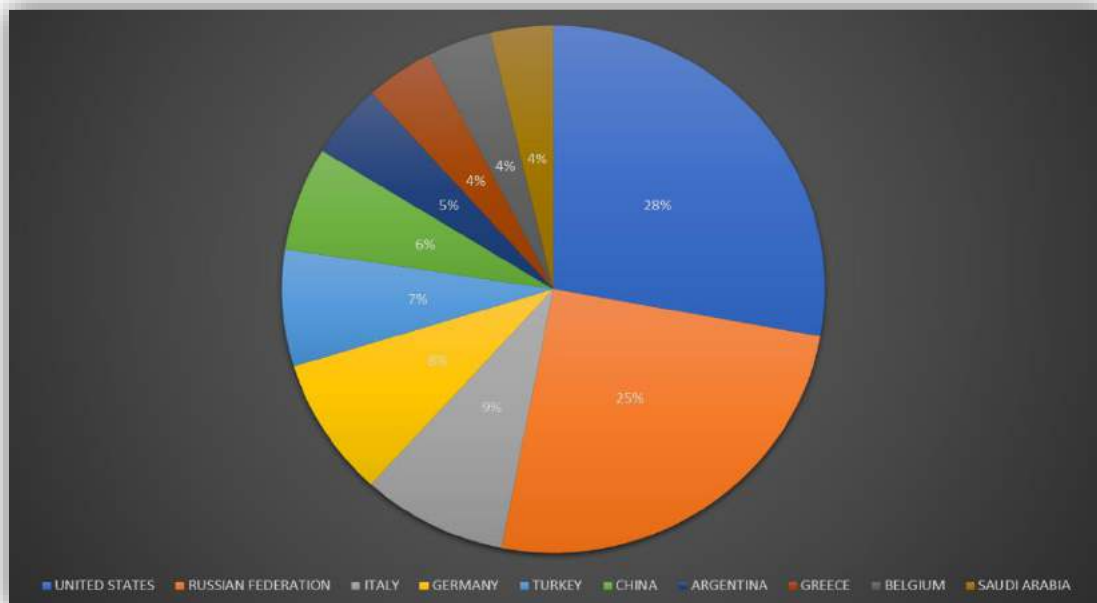
1.2.8 Cantidad Exportada de hacia los 10 principales compradores de Banano

Tabla 5 TOP 10 Países de destino exportación de banano

PAIS DE DESTINO	Suma de FOB US\$
UNITED STATES	\$3.812.326.078,95
RUSSIAN FEDERATION	\$3.448.017.616,00
ITALY	\$1.185.341.318,51
GERMANY	\$1.169.462.727,37
TURKEY	\$978.544.987,60
CHINA	\$870.578.104,15
ARGENTINA	\$625.683.074,78
GREECE	\$555.210.129,05
BELGIUM	\$526.653.110,90
SAUDI ARABIA	\$511.167.345,26

Realizado por: Leonardo Ronquillo

Grafico 1 TOP 10 Países de destino exportación de banano



Realizado por: Leonardo Ronquillo

Ecuador se ubica en quinto lugar del ‘ranking’ de productores de banano en el mundo, pero es el número uno en exportaciones. En el 2018 vendió 6,5 millones de toneladas métricas. Eso significó que el 30% de toda la fruta que se consumió en el mundo salió de las plantaciones ecuatorianas. Filipinas se ubica segundo, con casi la mitad del volumen. En el ‘top ten’ de los mayores exportadores están ocho países latinoamericanos.

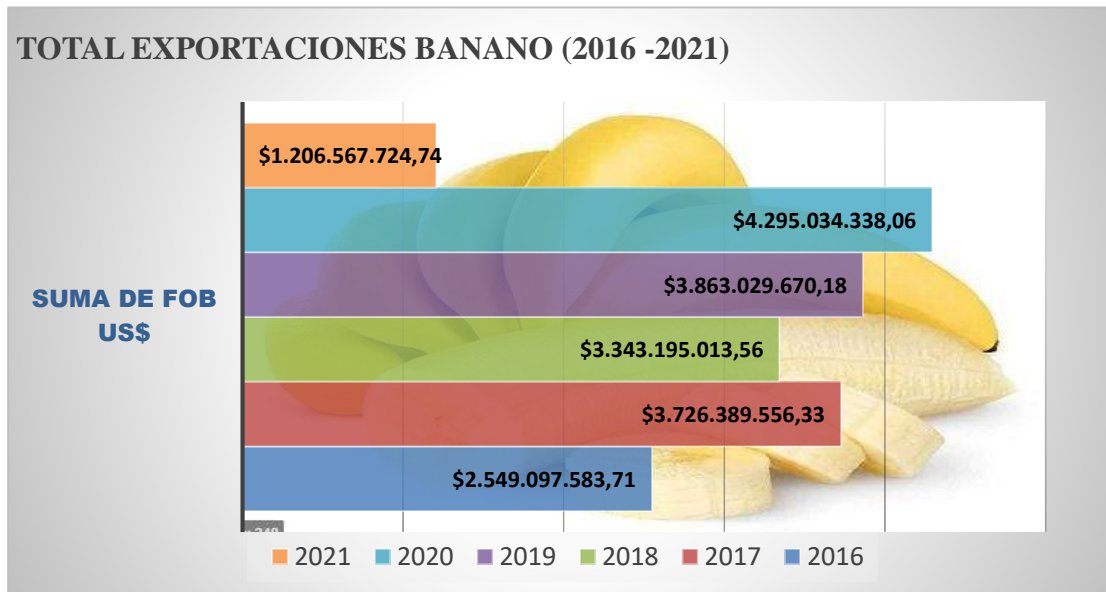
1.2.9 Promedio Total, de exportaciones de Banano durante los últimos 5 años

Tabla 6 Total de exportaciones durante los últimos 5 años

AÑO	Suma de FOB US\$
2016	\$2.549.097.583,71
2017	\$3.726.389.556,33
2018	\$3.343.195.013,56
2019	\$3.863.029.670,18
2020	\$4.295.034.338,06
2021	\$1.206.567.724,74
Total General	\$18.983.313.886,58

Realizado por: Leonardo Ronquillo

Grafico 2 Total exportaciones de banano (2016-2021)



Ecuador durante los últimos 5 años ha incrementado las exportaciones de banano. En 2019 la Unión Europea disminuyó su consumo de banano ecuatoriano.

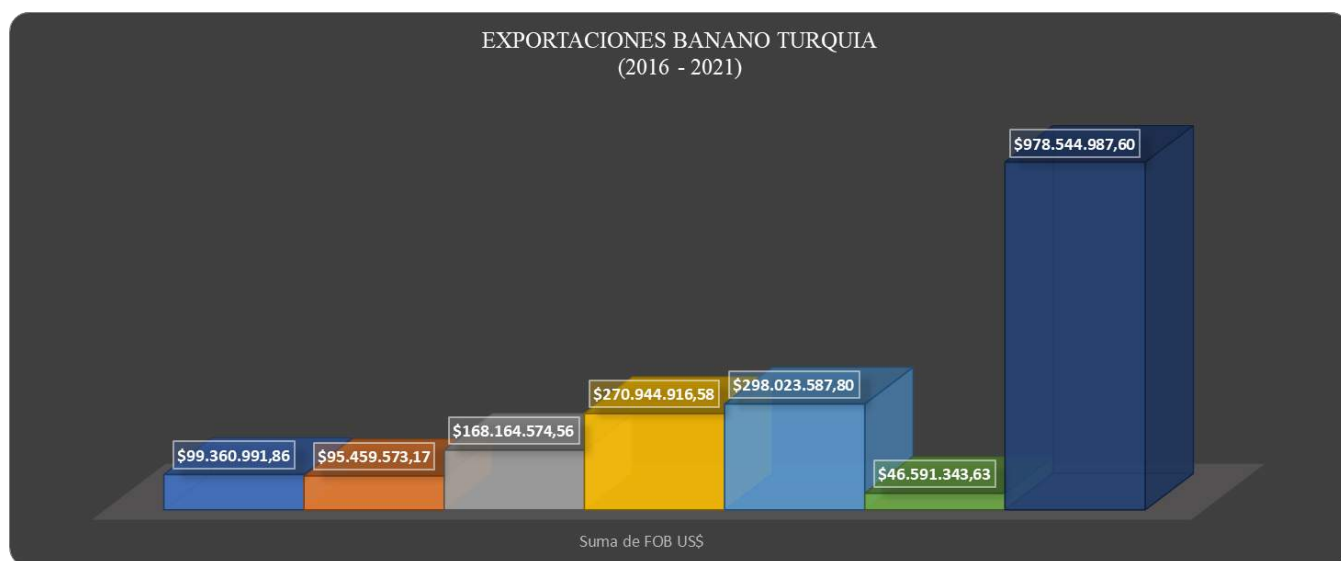
1.2.10 Reporte del Total de las Exportaciones de Banano hacia Turquía

Tabla 7 Exportaciones de banano hacia Turquía 2016-2020

AÑO	Suma de FOB US\$
2016	\$99.360.991,86
2017	\$95.459.573,17
2018	\$168.164.574,56
2019	\$270.944.916,58
2020	\$298.023.587,80
2021	\$46.591.343,63
Total General	\$978.544.987,60

Realizado por: Leonardo Ronquillo

Grafico 3 Exportaciones de banano hacia Turquía 2016-2020



Realizado por: Leonardo Ronquillo

El banano ecuatoriano tiene presencia en nuevos mercados. En los seis primeros meses de este año 2019, las frutas se exportaron a países de Medio Oriente como Turquía, Irak, Arabia Saudita y Emiratos Árabes.

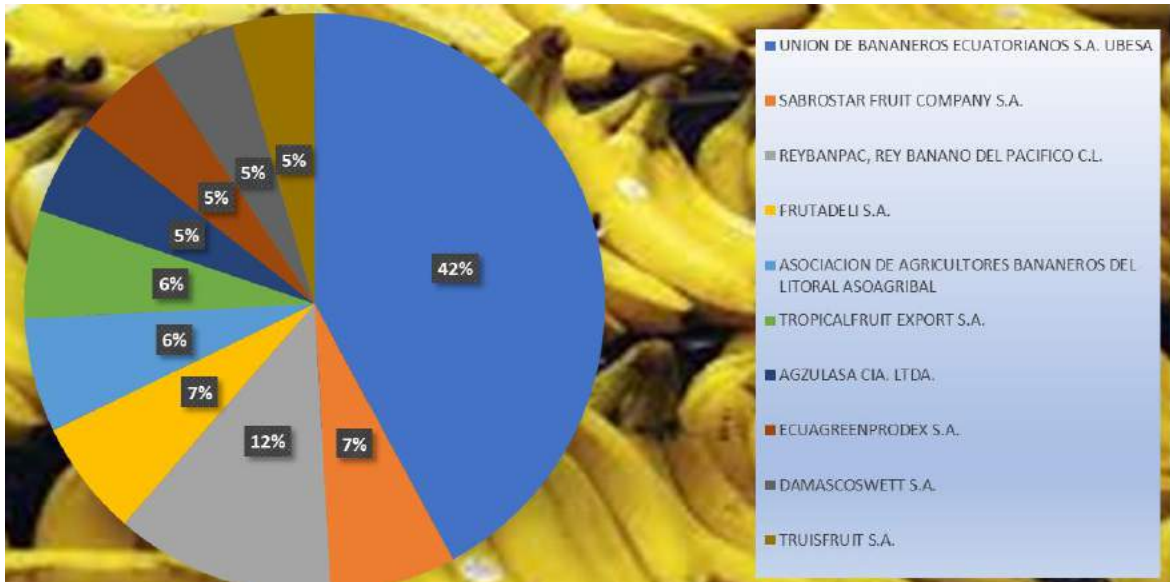
1.2.11 Empresas con Mayor Participación en la Exportación de Banano en Ecuador

Tabla 8 Las 10 empresas ecuatorianas con mayor participación en la exportación del banano

EXPORTADOR	Suma de FOB US\$
UNION DE BANANEROS ECUATORIANOS S.A. UBESA	\$3.445.723.240,34
SABROSTAR FRUIT COMPANY S.A.	\$574.405.501,77
REYBANPAC, REY BANANO DEL PACIFICO C.L.	\$1.003.474.579,00
FRUTADELI S.A.	\$529.465.513,38
ASOCIACION DE AGRICULTORES BANANEROS DEL LITORAL ASOAGRIBAL	\$521.448.861,94
TROPICALFRUIT EXPORT S.A.	\$491.511.966,10
AGZULASA CIA. LTDA.	\$436.114.725,00
ECUAGREENPRODEX S.A.	\$416.104.686,92
DAMASCOSWETT S.A.	\$391.882.649,32
TRUISFRUIT S.A.	\$376.123.110,04
TOTAL GENERAL DE EXPORTACIONES	\$8.186.254.833,81

Realizado por: Leonardo Ronquillo

Grafico 4 Las 10 empresas ecuatorianas con mayor participación en la exportación del banano



Realizado por: Leonardo Ronquillo

- ✓ Ubesa posee una participación del 42% con un total de \$3.445.723.240,34., en exportación de banano.
- ✓ Reybampac posee una participación del 12% con un total de \$1.003.474.579,00., en la exportación de banano.
- ✓ Sabrostar posee una participación del 7% con un total de \$574.405.501,77., en la exportación de banano.
- ✓ Fruta Deli posee una participación del 7% con un total de \$529.465.513,38.
- ✓ Asociación de agricultores bananeros del litoral asoagribal posee una participación del 6% con un total de \$521.448.861,94., en la exportación de banano.
- ✓ Tropicalfruit export s.a. posee una participación del 6% con un total de \$491.511.966,10., en la exportación de banano.
- ✓ Agzulasa CIA. LTDA. posee una participación del 5% con un total de \$436.114.725,00., en la exportación de banano.
- ✓ Ecuagreenprodex S.A. posee una participación del 5% con un total de \$416.104.686,92 en la exportación de banano.

- ✓ DAMASCOSWETT S.A. posee una participación del 5% con un total de \$391.882.649,32., en la exportación de banano.
- ✓ TRUISFRUIT S.A. posee una participación del 5% con un total de \$376.123.110,04., en la exportación de banano.

Las exportaciones de banano han presentado un mayor crecimiento de las exportaciones de banano fue Medio Oriente, con un incremento del 30,04%. Históricamente, la mayor parte del fruto que se envía a esa zona ha sido destinado a Irán, Irak y Siria. Turquía.

1.3 Marco conceptual

El marco conceptual ayuda a orientar las búsquedas del investigador e identificar la metodología necesaria. Además, permite establecer un consenso mínimo entre el investigador y el lector al respecto del lenguaje y los conceptos manejados.

Acuerdos Comercial. - Es un entendimiento bilateral o multilateral entre Estados, cuyo objeto es armonizar los intereses respectivos de los nacionales de las partes contratantes y aumentar los intercambios comerciales. Estos son de Cooperación internacional y De Integración internacional.

Barreras no Arancelarias. – Son las leyes, regulaciones, políticas o prácticas de un país que restringen el acceso de productos importados a su mercado, esto incluye normas legales de directivas informales de instituciones y gobiernos.

Clúster. - es un término inglés encontrado en varios tecnicismos. La traducción literal al castellano es “racimo”, conjunto, “grupo” o “cúmulo”.

Comercio Internacional. - Es el intercambio de bienes, productos y servicios entre dos o más países o regiones económicas.

Comercio Internacional. - Es el intercambio de bienes, productos y servicios entre dos o más países o regiones económicas.

Dumping. – Es práctica desleal en donde una empresa establece un precio inferior para los bienes exportados que para los costos de producción que tiene la empresa del país adonde se importan esos bienes, sacando competitividad a la empresa local.

Exportación. - Transacción u operación mediante la cual se venden mercancías o servicios

de origen y procedencia local-nacional para consumirlo en el interior de un territorio el de origen extranjero.

Embarque. - Es el contrato de transporte entre el transportista y el cargador. Consta como el recibido por parte del transportista de que la mercancía recibida para su transporte está en aparente buen estado.

Incoterms. – Son los Términos Comerciales Internacionales son una serie de términos comerciales predefinidos publicados por la Cámara de Comercio Internacional (ICC) relacionados con el derecho comercial internacional.

Nación más favorecida (NMF). – Es una ventaja especial (por ejemplo, la reducción del tipo arancelario aplicable a uno de sus productos), se tiene que hacer lo mismo con todos los demás Miembros de la OMC.

Preferencias Arancelarias. - Consiste en una reducción porcentual de los gravámenes aplicados a las importaciones desde terceros países. Además, las preferencias arancelarias pueden estar referidas a un grupo de productos o a la totalidad del universo arancelario y se expresan como un porcentaje de deducción de arancel general aplicable, siempre que concurren las condiciones previstas (origen, naturaleza, volumen, etc.) para que surta efecto la preferencia.

Política Arancelaria. - Es el instrumento de política económica mediante el cual se define la estructura arancelaria que regirá el comercio exterior de mercancías. Sobre las mismas que intervienen otros aspectos como son: La fijación de las tarifas arancelarias y que tienen especial incidencia en el comportamiento comercial de cada país (intercambio internacional de mercancías).

Post – embarque. - Es el que se otorga cuando el Cliente exportador ya embarcó el producto. En esta etapa ya debe contar con la factura final y el documento de transporte correspondiente. Este financiamiento se cancela una vez se reciban los fondos del exterior provenientes de la exportación.

Régimen aduanero. - El régimen aduanero es el destino que tendrán las mercancías objeto de comercio exterior que se encuentran sujetas a control aduanero. El régimen aduanero determina los pasos legales necesarios a cumplir por el exportador o importador en la comercialización internacional de bienes.

Sistema de preferencias arancelarias generalizadas Se entiende como una reducción de los derechos de aduana en el acceso de algunos de sus productos al mercado cuyo objetivo es ayudar

a los países beneficiarios a integrarse mejor en el comercio mundial y contribuir de este modo a su desarrollo económico.

1.4 Marco Jurídico

Se lo pueden entender como las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política. En tal caso el marco legal permite una elección, y especialmente los temas relacionados con la integridad de la misma, regularmente se encuentran en un buen número de provisiones regulatorias y leyes interrelacionadas entre sí.

1.4.1 Constitución de la República del Ecuador

TITULO I

ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL ESTADO

Capítulo primero

Principios fundamentales

De acuerdo a lo indicado en

Art. 3.- Son deberes primordiales del Estado: (Registro oficial del Ecuador, 2008)

1. Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, en particular la educación, la salud, la alimentación, la seguridad social y el agua para sus habitantes.

2. Garantizar y defender la soberanía nacional.

3. Fortalecer la unidad nacional en la diversidad.

[...]5. Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir.

6. Promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización. (pág. 17). (Constitucional de la republica, 2008)

TÍTULO II

DERECHOS

Capítulo segundo

De acuerdo con (Registro oficial del Ecuador, 2008)

Art. 13.- “Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales”.

El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria (pág. 24).

Entre los derechos del Buen Vivir constitucionalmente tenemos: agua y alimentación, ambiente sano, comunicación e información, cultura y ciencia, educación, vivienda, salud y trabajo y seguridad social

Todo ecuatoriano nacido o nacionalizado tiene derecho a una vida digna, el estado debe de garantizar dicha soberanía equitativa.

Sección segunda

Ambiente sano

De acuerdo con (Registro oficial del Ecuador, 2008)

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados. (pág. 24).

Sección séptima

Salud

De acuerdo al (Registro oficial del Ecuador, 2008)

Art. 32.- La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir.

El Estado garantizará este derecho mediante políticas económicas, sociales, culturales,

educativas y ambientales; y el acceso permanente, oportuno y sin exclusión a programas, acciones y servicios de promoción y atención integral de salud, salud sexual y salud reproductiva. (pág. 28)

El estado ecuatoriano empleara sistema de salud óptimo para la salud para cada ecuatoriano las cuales llegaría a sectores de escaso recurso.

La construcción de nuevos hospitales y centros de salud ayudaría a solventar la ayuda a sectores olvidados como son las zonas rurales.

Capítulo cuarto

Soberanía económica

Sección séptima

Política comercial

De acuerdo con (Registro oficial del Ecuador, 2008)

Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.

2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.

3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.

[...]5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.

6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados. (pág. 146)

Los acuerdos internaciones son importante para favorecer la balanza de pagos de ambas naciones y ayuda al crecimiento económico del país. Atraves de ingreso de la inversión extrajera generaría empleo se emplearía un sistema de ayudaría al intercambio tecnológico.

De acuerdo (Registro oficial del Ecuador, 2008)

Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las

exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. (pág. 147).

El estado ecuatoriano debe fomentar las exportaciones para incrementar la balanza fiscal.

Nos solo ser un país productor de productos tradicionales sino implementar industrias y exportar productos semi-elaborados

Capítulo sexto

Trabajo y producción

Sección primera

Formas de organización de la producción y su gestión

De acuerdo con (Registro oficial del Ecuador, 2008)

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional. (pág. 151).

Sección quinta

Intercambios económicos y comercio justo

De acuerdo con (Registro oficial del Ecuador, 2008)

Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley. (pág. 157).

Art. 337.- El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica (pág. 157).

La globalización ayuda al proceso de expansión de mercado a nivel mundial por lo consecuente es necesario comercializar producto con los bloques económicos potenciales para su crecimiento económico.

1.4.2 Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021

Objetivo nacional de desarrollo

De acuerdo con (Plan Toda una Vida, 2017, págs. 48-49).

Eje 1: Derechos para Todos Durante Toda la Vida

Objetivo 1: Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas.

Múltiples espacios de diálogo destacan la importancia del uso del espacio público y el fortalecimiento de la interculturalidad; así como los servicios sociales tales como la salud y la educación. Uno de los servicios sociales más importantes y prioritarios es el agua, el acceso y la calidad de este recurso para el consumo humano, los servicios de saneamiento y, por supuesto, para la producción y sistemas de riego[.] Asimismo, en las diferentes mesas de diálogo se señalan los temas de seguridad social con énfasis en los grupos de atención prioritaria y grupos vulnerables. La seguridad ciudadana aborda de manera integral la atención a los tipos de muertes prevenibles; la protección especial para los casos de violencia sexual, explotación sexual y laboral, trata de personas, trabajo infantil y mendicidad, abandono y negligencia, accidentes de tránsito, suicidios; y la prevención del uso de drogas, tomando en cuenta el control, tratamiento, rehabilitación y seguridad del consumo problemático de las mismas, bajo un enfoque de derechos y con base en evidencia científica.

Finalmente, otro gran grupo de propuestas priorizadas en los diálogos nacionales se centra en temas relativos a la formación en valores, la promoción de la cultura y el arte, la producción nacional audiovisual; el acceso, uso y aprovechamiento de medios y frecuencias, la información, la comunicación y sus tecnologías. (págs. 48-49).

El Plan Toda una Vida apuesta por el fortalecimiento y la institucionalización de políticas

públicas y servicios que respondan a derechos fundamentales de las personas, en particular de los grupos de atención prioritaria y en situación de vulnerabilidad, con miras a la eliminación gradual de las desigualdades sociales innecesarias, injustas y evitables, enfrentando las causas estructurales para alcanzar una sociedad más igualitaria. El cumplimiento de este objetivo se conseguirá mediante las acciones coordinadas entre los diferentes niveles de gobierno, y mediante la corresponsabilidad de la familia, la sociedad y la comunidad en general.

De acuerdo con (Plan Toda una Vida, 2017)

Eje 2: Economía al Servicio de la Sociedad

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.

Ecuador cuenta con una importante base de recursos naturales, renovables y no renovables, que han determinado que su crecimiento económico se sustente en la extracción, producción y comercialización de materias primas. Estos recursos impulsaron un modesto proceso de desarrollo productivo, que generó una estructura productiva de escasa especialización, con una industria de bajo contenido tecnológico y un sector de servicios dependiente de importaciones. Esta situación se recrudeció por la captura del poder por parte de las élites que gobernaron el país en beneficio de grupos económicos aventajados, en detrimento de las grandes mayorías[..]

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.

Para cambiar el patrón productivo utilizado en la economía ecuatoriana a lo largo de su historia, se requiere fortalecer y potenciar la integración de las cadenas productivas locales, al incrementar la relación espontánea entre actores implicados en la provisión de bienes y servicios –desde la producción primaria hasta la llegada al consumidor–, lo cual incluye el circuito de comercialización y de incentivos afinados, bien concebidos y oportunos.

En este sentido, el reto más significativo se encuentra en el cambio de la matriz productiva del país, acompañada de un cambio cultural que incentive la confianza propia. (pág. 81).

Objetivo 6: Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir Rural

Este desarrollo económico debe ser consecuente con los grandes retos que enfrenta el planeta debido a la crisis ambiental. La noción de generar valor no solo se explica por el nivel de transformación económica, sino por el uso eficiente de recursos para preservar y regenerar el capital natural. Por estas razones, se vuelve indispensable identificar espacios de inserción en las cadenas de valor, que permitan intercambios justos y equitativos al cotejar elementos diferentes en la relación precio-volumen; y gestionar responsablemente los recursos, estableciendo prácticas productivas de menor impacto, que permitan mitigar los impactos del cambio climático[.]En este sentido, el reto más significativo se encuentra en el cambio de la matriz productiva del país, acompañada de un cambio cultural que incentive la confianza propia. Además, este cambio debe estar guiado por la responsabilidad ambiental e inclusión social, lo que permitirá que el desarrollo industrial se convierta en un poderoso impulsor de crecimiento económico para la satisfacción de derechos. El involucrar preferentemente a mujeres, jóvenes y personas en situación de pobreza junto con grupos de atención prioritaria en las actividades productivas.

El Plan Toda Una Vida busca transformar las condiciones de vida de la población a través de un trabajo sostenido en la reducción de factores de riesgo, el fortalecimiento de capacidades y la generación de oportunidades mediante una intervención integral. (Plan toda una vida, 2018, págs. 48- 49)

1.4.3 Acuerdo Marco de Cooperación

Entre el gobierno de la república del Ecuador y el gobierno de la república de Turquía

Acuerdan lo siguiente:

ARTÍCULO 1

Las Partes se comprometen a promover y fortalecer la cooperación entre los dos países basándose en el principio de igualdad, respeto mutuo de las soberanías nacionales, reciprocidad en las ventajas, de acuerdo con su legislación interna, las regulaciones internacionales relevantes y las provisiones de este Acuerdo.

ARTÍCULO 2

La cooperación que provee este Acuerdo podrá ser desarrollada en los siguientes campos:

- Planificación y Desarrollo
- Medio Ambiente y Recursos Naturales
- Tecnología e Innovación Productiva
- Energía – Minería
- Pesca
- Agricultura y Agro Industria Puertos
- Transporte y Comunicaciones
- Vivienda y Desarrollo Urbano
- Turismo
- Salud y Bienestar Social.

[...]ARTÍCULO 5

Las partes pueden promover la cooperación entre instituciones públicas o privadas de ambos países, de acuerdo a su legislación interna.

ARTÍCULO 7

Cualquier divergencia en la interpretación o aplicación de este Acuerdo deberá ser resuelto de manera amistosa, mediante negociaciones y consultas entre las Partes.

ARTÍCULO 8

Este Acuerdo puede ser enmendado por las Partes en cualquier momento mediante consentimiento mutuo expresado por escrito Este Acuerdo puede ser enmendado por cualquiera de las Partes mediante consentimiento mutuo por escrito en cualquier momento por cualquiera de las Partes en cualquier momento. Las enmiendas entrarán en vigor de acuerdo con el mismo procedimiento legal prescrito en el Artículo 9 de este Acuerdo.

ARTÍCULO 9

Este Acuerdo entrará en vigencia a partir de la fecha de la última notificación escrita, a través de los canales diplomáticos, en la cual las Partes informan el cumplimiento de sus requerimientos legales internos.

[...] Parte por escrito su intención de terminar el Acuerdo, mediante los canales diplomáticos, seis meses antes de la fecha de expiración, de lo contrario este Acuerdo automáticamente se extenderá por periodos sucesivos por un año.

Cualquier parte puede denunciar este acuerdo, mediante notificación escrita por canales diplomáticos, las denuncias deben entrar en vigencia 6 meses después de la recepción de la notificación.

Hecho en Ankara, a los 15 días del mes de Marzo del 2012, en dos ejemplares originales, cada uno, en idioma español, turco e inglés siendo todos los textos igualmente autentico. En caso de divergencia en la interpretación este acuerdo ,prevalecerá en texto inglés. (Corte Constitucional del Ecuador, 2013)

Con este Acuerdo de Marco Cooperación Comercial con la República de Turquía que se dio en Ankara el 1 de diciembre del 2010. El acuerdo tiene como objetivo promover el comercio, la inversión y la cooperación económica entre Ecuador y Turquía causando el fortalecimiento de las relaciones comerciales a largo plazo.

1.4.4 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI).

De acuerdo con (COPCI, 2018).

Art. 4.- Fines. - La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:

a. Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y eco eficiente;

b. Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria;

c. Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas;

d. Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales;

e. Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de

una sociedad de propietarios, productores y emprendedores;

[...]g. Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables;

[...]l. Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico;

[...] o. Fomentar y diversificar las exportaciones;

p. Facilitar las operaciones de comercio exterior;

q. Promover las actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria, así como la inserción y promoción de su oferta productiva estratégicamente en el mundo, de conformidad con la

Constitución y la ley;

[...] s. Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente; y,

t. Fomentar y apoyar la investigación industrial y científica, así como la innovación y transferencia tecnológica.

El modelo actual de matriz productiva ha caracterizado la economía del Ecuador al convertirlo en un país proveedor de materia prima en el mercado internacional y a su vez un ente importador de bienes y servicios, pero los significantes cambios en precios internacionales han desequilibrado la balanza comercial en el país.

Las exportaciones, balanza Comercial, matriz productiva, factores que se requieren para modificarla será la construcción de esto lo impulsa a proponer un modelo donde la revolución productiva.

TITULO I

Del Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Capítulo I

Del Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES)

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES. - La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y

valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

[...], el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento. (pág. 23).

Las Pymes (Pequeñas y Medianas Empresas) son importantes para la economía del país por su capacidad para captar capital externo, generar empleo y ofrecer productos en diferentes zonas geográficas dentro y fuera del país.

La presencia de las Pymes en relación al crecimiento económico es fundamental por la creciente demanda de empleo y la innovación; la inversión es clave para mantener la competitividad de las empresas.

Capítulo II

Medidas no Arancelarias del Comercio Exterior

De acuerdo con (COPCI, 2018).

Art. 80.- Tasas. - Las tasas que se exijan para el otorgamiento de permisos, registros, autorizaciones, licencias, análisis, inspecciones y otros trámites aplicables a la importación y exportación de mercancías, o en conexión con ellas, distintos a los procedimientos y servicios aduaneros regulares, se fijarán en proporción al costo de los servicios efectivamente prestados, sea a nivel local o nacional. (pág. 31)

De acuerdo con (COPCI, 2018).

Art. 84.- Normas de Origen. - Se entenderá por normas de origen los parámetros técnicos establecidos con el objeto de determinar el territorio aduanero o región de origen de un producto. El origen de la mercancía podrá ser nacional, si se considera un solo país, o regional, si se considera a más de un país. Las mercancías podrán estar sujetas al cumplimiento de normas de origen para efectos de beneficiarse de preferencias arancelarias, contingentes, regímenes especiales aduaneros, y para otras medidas comerciales específicas donde se requiera determinar el origen de un producto. (pág. 32).

Son derechos y las restricciones aplicados a la importación pueden variar según el origen de

los productos importados. Las prácticas de los gobiernos en materia de normas de origen pueden variar considerablemente.

De acuerdo con (COPCI, 2018).

Art. 85.- Certificación de Origen. - Corresponderá a la unidad gubernamental que se designe en el reglamento a este Código, regular y administrar la certificación de origen de las mercancías nacionales. La administración de la certificación podrá efectuarse de manera directa o a través de entidades habilitadas para el efecto, públicas o privadas; y la autoridad competente podrá actuar de oficio o a petición de parte interesada, nacional o extranjera, en la investigación de dudas sobre el origen de un producto exportado desde Ecuador. La entidad habilitada para el efecto certificará también el origen de las mercancías sujetas a operaciones de perfeccionamiento activo, que se produzcan en una Zona Especial de Desarrollo Económico, que cumplan las normas que se establezcan para el reconocimiento del origen del producto procesado, o de conformidad con los acuerdos internacionales aplicables, tanto para su exportación como para su introducción al territorio aduanero nacional. (pág. 32).

El certificado de ayuda a el importador o exportador acreditar el país o región de donde se considera originaria una mercancía y sirve para recibir preferencias arancelarias.

De acuerdo con (COPCI, 2018).

Art. 108.- Tributos al Comercio Exterior. - Los tributos al comercio exterior son:

- a. Los derechos arancelarios;
- b. Los impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias, cuyos hechos generadores guarden relación con el ingreso o salida de mercancías; y,
- c. Las tasas por servicios aduaneros. El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador mediante resolución creará o suprimirá las tasas por servicios aduaneros, establecerá exenciones, fijará sus tarifas y regulará su cobro.

Los recargos arancelarios y demás gravámenes económicos que se apliquen por concepto de medidas de defensa comercial o de similar naturaleza, no podrán ser considerados como tributos en los términos que establece el presente Código, y por lo tanto no se regirán por los principios del Derecho Tributario. (pág. 38)

Los tributos al comercio exterior son recargos económicos que se aplica a los bienes que son

objeto de importación o exportación, que realiza actividades de comercio internacional la debe satisfacer el respectivo tributo en calidad de contribuyente o responsable.

TITULO II

De la Facilitación Aduanera para el Comercio

De lo Sustantivo Aduanero

Capítulo II

De la Obligación Tributaria Aduanera

Art. 116.- Plazos para el pago. - Los tributos al comercio exterior se pagarán en los siguientes plazos:

a) En la declaración aduanera de importación o exportación, dentro de los dos (2) días hábiles siguientes a la autorización del pago.

b) En las tasas dentro de los dos (2) días hábiles siguientes a la fecha en que se autoriza el pago en la liquidación.

c. En los demás casos, dentro de los veinte días hábiles posteriores al de la notificación del respectivo acto de determinación tributaria aduanera o del acto administrativo correspondiente.

En caso de no pagarse los tributos dentro de los plazos previstos se generarán intereses, calculados desde la fecha de exigibilidad de la obligación aduanera (pág. 40)

Es el tiempo que otorga la aduana para la cancelación de los haberes de la exportación o importación de un producto.

Sección II

De acuerdo con (COPCI, 2018).

Regímenes de Exportación

Art. 154.- Exportación definitiva. - Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás normas aplicables. (pág. 50).

También se lo conoce como el proceso de enviar bienes y servicios de un país a otro. Al término de una exportación se recibe dinero.

De acuerdo con (COPCI, 2018).

Art. 194.- Sanciones por faltas reglamentarias. - Las faltas reglamentarias se sancionarán con una multa equivalente al cincuenta por ciento del salario básico unificado. Excepto en el caso de la letra

c) del artículo precedente cuando se trate de declaraciones de exportación, reexportación, o de

importaciones cuyo valor en aduana sea inferior a diez salarios básicos unificados, en las que la sanción será del diez por ciento de la remuneración básica unificada.

8. Responsabilidad entra e intergeneracional. (pág. 69).

El error por parte del Agente de Aduana, del importador o del exportador en su caso, en la transmisión electrónica de los datos que constan en la declaración aduanera que no sean de aquellos que se pueden corregir conforme las disposiciones del reglamento del (COPCI, 2018).

1.4.5 Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP)

De acuerdo con (Ministerio de Agricultura y Ganadería, Acuerdos Ministeriales y Resoluciones Administrativas, 2020)

Art. 10.- Requisitos para registro y renovación como Productor de Banano para exportación.- Los productores bananeros sean éstos, personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeros, poseedores a cualquier título de tierra agrícolas aptas para la producción y que en ella cultiven banano destinado a la exportación, constituyendo por lo menos una unidad agrícola productora de banano, estarán obligados a registrarse en el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca cada CINCO (5) años. Su acreditación se demostrará con el oficio signado por la autoridad competente en el MAGAP.

Para Persona Natural:

Solicitud dirigida al Ministerio de Agricultura, Ganadería Acuacultura y Pesca, en la dependencia más cercana al domicilio del solicitante. mediante el formulario que se agrega como anexo 1 a este Instructivo por cada uno de los predios, conteniendo la petición de registro y declaración de que los datos constantes en los documentos adjuntos son verdaderos; además

de consignar el número de RUC.

Si los datos consignados fueren falsos o adulterados se concederá el registro; o, de estar inscrito será motivo de la exclusión del registre o existente.

Adjunto a la solicitud se deberá presentar:

a) Certificado de gravámenes e historia de dominio actualiza o mínimo de 15 años por cada predio otorgado por el Registro de la Propiedad del, cantón en el que se ubica el mismo;

b) Copia simple del comprobante de pago del impuesto predio 1° del año

[...] d) En caso de no contar con ningún documento especificado, el productor deberá presentar una declaración juramentada en la que manifieste que se encuentra usufructuando del predio, para recibir un registro provisional de un año calendario, hasta que regularice la situación de propiedad del predio, en arreglo a las disposiciones transitorias de este instructivo; si no se regula en el tiempo estipulado se excluirá del registro.

Para Persona Jurídica:

[...], además de señalar el número de RUC. Si los datos consignados fueren falsos o adulterados no se concederá el registro; o, de estar inscrito será motivo de la exclusión del registro existente

. Adjunto a la solicitud del registro se deberá presentar:

a) Copia simple de la Escritura de Constitución de la persona jurídica, cuyo objeto social sea la explotación de cultivos agrícolas.

b) Certificado de gravámenes e historia de dominio actualizado mínimo de 15 años por cada predio otorgado por el Registro de la Propiedad del cantón en el que se ubica el mismo;

c) Copia simple del comprobante de pago del impuesto predial del año correspondiente a la solicitud por cada predio;

d) Contrato de arrendamiento y/o comodato del predio en el que conste el código de inscripción en el Sistema de Control Bananero.

Título V

DEL REGISTRO DE MARCAS

De acuerdo con (Ministerio de Agricultura y Ganadería, Acuerdos Ministeriales y

Resoluciones Administrativas, 2020)

Art. 26.- Registro de Marcas. - Para poder exportar banano los exportadores deberán registrar su Marca en el MAGAP, para ello deberán presentar el título de propiedad emitido por la Dirección Nacional de Propiedad Industrial del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI). Si la marca es de propiedad de un tercero deberá adjuntar el título de propiedad y la carta de autorización de uso de la marca, con reconocimiento de firma ante notario público. En caso de registro de marcas nacionales, se cumplirán los siguientes requisitos:

a) Solicitud dirigida al MAGAP

b) Copia certificada del Título de Propiedad de la Marca emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual en el que proteja la Clase Internacional 31;

c) En caso de marcas de terceros, carta original de autorización del uso de la marca suscrita por el titular de la misma con reconocimiento de firma ante notario público, adjuntando la copia del título de la marca emitida por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual en el que proteja la Clase Internacional 31, el nombre del titular, la vigencia de la marca; y, los certificados de renovación o de transferencia, de haberlos.

Para el caso de registro de Marcas Extranjeras, se deben cumplir los siguientes requisitos:

a) Solicitud dirigida al MAGAP;

b) Copia certificada del Título de Propiedad de la Marca emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual en el que proteja la Clase Internacional [...].

c) En caso de marcas de terceros, carta original de autorización del uso de la marca suscrita por el titular de la misma con reconocimiento de firma ante notario público, adjuntando la copia del título de la marca emitida por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual en el que proteja la Clase Internacional 31, el nombre del titular, la vigencia de la marca; y, los certificados de renovación o de transferencia, de haberlos.

Cuando el exportador haya solicitado el derecho exclusivo de uso de una marca se procederá conforme lo dispone el inciso tercero del Art. 1 O del Reglamento a la Ley para Estimular y Controlar la Producción y Comercialización del Banano, Plátano (Barraganete) y Otras Musáceas Afines destinadas a la Exportación.

Los documentos deben ser presentados con la debida legitimación y apostillados por el Organismo competente del país de origen, e incluida, de ser necesario, la traducción hecha por un traductor autorizado, conocedor del idioma y certificado ante Notario Público. El Ministerio

de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, siempre y cuando reciba toda la documentación anterior, registrará la (s) marca (s) a los exportadores, sean personas naturales o jurídicas, en QUINCE (15) días hábiles. En el caso de las marcas que no han sido utilizadas por cuatro semanas consecutivas, se excluirán del sistema de UNIBANANO. Para la renovación de la inscripción de la marca, se deberá presentar los documentos anteriormente detallados.

Se acuerdo con Magap para exportaciones de producto hacia el mercado internacional es necesario cumplir con todas especificaciones técnicas del producto tanto en marca como en calidad.

Las mayorías de empresa necesitan cumplir con el requisito para implementación de marca es protección de propiedad intelectual del producto a exportar. (Ministerio de Agricultura y Ganadería, Acuerdos Ministeriales y Resoluciones Administrativas, 2020)

1.4.6 Reglamento a la ley de Propiedad Intelectual

Capítulo VII

DE LAS MARCAS

De acuerdo con (Reglamento ley propiedad intelectual)

Art. 58.- La solicitud para registrar una marca deberá presentarse en la Dirección Nacional de Propiedad Industrial, en el formulario preparado para el efecto por la Dirección Nacional de Propiedad Industrial y deberá contener:

- a) Identificación del solicitante, con la determinación de su domicilio y nacionalidad;
- b) Identificación del representante o apoderado, con la determinación de su domicilio y la casilla judicial para efecto de notificaciones;
- c) Descripción clara y completa de la marca que se pretende registrar;
- d) Indicación precisa del tipo o la naturaleza de la marca que se solicita, en función de su forma de percepción.

[...]f) Identificación de la prioridad reivindicada, si fuere del caso. Para efectos del cómputo de los plazos de prioridad y preferencia contenidos en la Ley e instrumentos internacionales, dicho plazo comenzará correr desde la fecha de presentación de la primera solicitud.

Art. 59.- A la solicitud de registro de marca se acompañará:

- a) La reproducción de la marca y cinco etiquetas, cuando contenga elementos gráficos, o cualquier otro medio que permita la adecuada percepción y representación de la marca, si fuere

del caso;

- b) El comprobante de pago de la tasa correspondiente;
- c) Copia de la solicitud de marca presentada en el exterior, en el caso de que se reivindique prioridad;
- d) El documento que acredite la representación del solicitante, si fuere del caso; y,
- e) En el caso de marcas colectivas, se acompañará, además, los documentos previstos en el artículo 203 de la Ley de Propiedad Intelectual.

Art. 61.- El título de registro contendrá:

- a) Número de registro;
- b) Fecha y número de presentación de la solicitud;
- c) Indicación de la marca;
- d) Naturaleza o tipo de marca que se solicita, en función de su forma de percepción;
- e) Nombre del titular y su domicilio;
- f) Identificación del solicitante, representante legal o apoderado, según el caso;
- g) Fecha de otorgamiento;
- h) Fecha de vencimiento;
- i) Descripción de la marca y sus reservas;
- j) Reproducción gráfica o indicación de la forma de percepción;
- k) Indicación de los productos o servicios que protege y clase internacional a la que corresponden; y,
- l) Firma del Director Nacional de Propiedad Industrial.

Esta protección se hace de manera efectiva a través del Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual -IEPI-, que, a nivel administrativo, es la institución competente para proteger y defender los derechos de propiedad intelectual. (Republica del Ecuador, 2017)

CAPÍTULO II

Metodología Empleada

La metodología que se empleó en la siguiente investigación es acorde a las necesidades del investigador de lo que se necesita conocer, a medida que se vaya progresado en el estudio se van utilizado los enfoques, técnicas, métodos y herramientas que facilitarían recopilar la

información veraz y concisa que sustenten la investigación. (Secretaría de Educación Pública, 2015) Afirmando lo siguiente:

La metodología de la investigación se define como una disciplina encargada de elaborar, definir y sistematizar el conjunto de técnicas, métodos y procedimientos que se deben seguir durante el desarrollo de un proceso de investigación para la producción de conocimiento. En este sentido, y para efectos del presente libro, parte de un proyecto de investigación como el que tú desarrollas, donde se exponen y describen de manera fundamentada los criterios que seguirás en tu investigación. (págs. 18-20)

2.1 Tipo de Enfoque de la Investigación

El enfoque de la investigación se sustenta en dos enfoques principales: cualitativo y cuantitativos, los mismos que al agruparse crean un tercer enfoque que sería el mixto que es el estudio de los datos numéricos y cualidades del tema de estudio, “el enfoque de la metodología es un proceso sistemático, disciplinado y controlado, relacionado directamente con las técnicas de investigación y el diseño de estudio” (Gómez, 2019, pág. 256).

2.1.1 Enfoque Cuantitativo

Se identificará la situación actual de la demanda de banano de la empresa Bluekele S.A de Ecuador estudiando datos estadísticos del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Pro Ecuador, Banco Central con el objetivo de recolectar datos actuales, además podemos determinar tanto la actividad de producción, como la exportación de banano son destinadas para el cuarto mayor comprador de banano del mundo como lo es Turquía. Sin embargo según (Rivera, 2016) “el enfoque cuantitativo obviamente hace referencia al estudio a partir del análisis de cantidades, es decir que involucra un proceso de estudio numérico que tiene que ver con fundamentos estadísticos”.

La exportadora BLULAKE SA posee fincas propias con una producción semanal de 6000 cajas de banano. Con esto se podrá constatar a través de mediciones numéricas de producción de cada exportadora, el comportamiento del sector bananero en general y su aporte al país.

2.1.2 Enfoque Cualitativo

En este enfoque se efectuará un proceso inductivo que se desarrolla en el entorno de la unidad de análisis (de exportación banano convencional). La misma que verificara la demanda actual del banano hacia Turquía. La investigación se realizará en la empresa Exportadora Blulake SA, la cual se incursiona en el negocio de las exportaciones de banano, además esto permitirá verificar el conocimiento en los procesos de exportación del producto de los colaboradores de la empresa como lo determina (Rivera, 2016) “la investigación cualitativa tiende más hacia la expansión y la generalización del conocimiento y la recolección de los datos al ser documental es mucho más abierta, pues el investigador puede utilizar escritos”.

La exportadora tendrá que caracterizarse en su propio lema en mayor peso de caja menor precio de la misma sin menospreciar cualquier anomalía de la misma La realidad es que siendo nueva en negocio tendrá que agilizar los procesos de producción, logística, verificación y exportación del producto.

El enfoque identificado en la investigación es mixto ya que se analizará de las dos formas cualitativa y cuantitativa ya que se tratarán y estudiarán datos numéricos que se presentarán mediante estadísticas considerando que es información cuantitativa e información cualitativa que son las características, proceso interno y externo revisando documentación de la empresa ya que es parte del desarrolló logístico desde el cultivo hasta la recepción del producto al consumidor final.

2.2 Tipo de Investigación

Los tipos de investigación son importantes en un estudio ya que se escoge o se selecciona los más idóneos en función del propósito del estudio y conocer hasta donde se quiere conocer en relación al problema de estudio. Según (Arias E. R., 2018). “Los tipos de investigación pueden agruparse según el objetivo que persiguen, el nivel de profundización, la forma de hacer inferencia estadística, la forma de manipular variables, el tipo de datos o el período de tiempo de estudio”.

Para la elaboración del proyecto, se utilizaron los métodos, exploratorio y el método descriptivo.

2.2.1 Investigación Exploratoria

Para (Arias E. R., 2018) “se utiliza cuando el objetivo de hacer una primera aproximación a un asunto desconocido o sobre el que no se ha investigado lo suficiente. Esto permitirá decidir si efectivamente se pueden realizar investigaciones posteriores y con mayor profundidad”.

El método exploratorio forma parte de investigación ya que ayuda a identificar el problema y encontrar estrategias o metodologías para llegar a cabo una el “Plan estratégico para la exportación de banano de la empresa BLULAKE SA hacia Turquía periodo 2021-2022”. Ya que permitirá recopilar información actual para guiar de mejor manera a la formulación de soluciones estratégicas. Además, servirá como base para nuevos estudios, y para el que se ejecuta actualmente ya que se iniciará dado a conocer los problemas suscitados durante la exportación del banano investigando las soluciones más factibles para mejorar la importación en el mercado internacional, tomado información de entidades públicas del país y de Turquía.

2.2.2 Investigación Descriptiva

Para (Arias E. R., 2018) “se encarga de describir las características de la realidad a estudiar con el fin de comprenderla de manera exacta. En este tipo de investigación, los resultados no tienen valoración cualitativa, solo se utilizan para entender la naturaleza del fenómeno”. Por medio de la investigación descriptiva se dará a conocer todo el proceso que se realiza para la exportación del banano hacia Turquía de la manera más ordenada, dado a conocer las leyes que se debe cumplir para que la empresa BLULAKE S.A. se posicione como una de las mejor en el mercado de destino.

El objetivo de esta investigación no solo se limita a la recopilación de información sino también a la indagación de soluciones ya que al tener a información se procede a analizarla, ordenarla y exponerla identificado las causas del problema en el proceso de producción por las que no se da una adecuada exportación de banano hacia Turquía.

2.2.3 Investigación Histórica

Como su palabra lo dice es la historia del tema de estudio ya que se identificarán fuentes anteriores que ayude al lector a tener antecedentes, así dar a conocer la información mediante la fundamentación, demostración y verificación de la información revisada, de manera general "Las investigaciones históricas permiten conocer y reflexionar sobre un fenómeno, considerando resaltar los conceptos e hipótesis y la comprensión de las relaciones de la Historia con el Tiempo, con la memoria o con el Espacio" (De Almeida, 2016, pág. 383).

El banano no fue una de las primeras frutas en ser domesticada, hace 10000 años y vienen de la planta herbácea más grande, de hecho se cree que fue domesticada por sus hojas y las fibras de su tallo las bananas se encontraban en su mayoría en Asia Alejandro Magno las introdujo a Europa después los españoles llevaron los bananos de las Islas Canarias hacia América en ese entonces de los bananos usualmente verdes o rojos tenían muchas semillas de gran tamaño y la fruta era dura, se tenía que cocinar para poder suavizar y sacar el sabor dulce, se realizaba el proceso de selección de los bananos que tengan menor cantidad de semillas y eso causó que los seres humanos modificaron genéticamente esta fruta hasta el punto de que tuviera semillas muy pequeñas y que no sirven para reproducirse, así que los bananos hoy en día tienen que reproducirse de manera sexual.

2.3 Métodos de la Investigación

2.3.1 Analítico- Sintético

Según (Taramuel, 2016) "Este método implica el análisis y la síntesis, es decir la separación de un todo en sus partes o en sus elementos constitutivos, y la segunda implicando la unión de elementos para formar un todo. En la presente tesis de grado se opta por descomponer y distinguir los elementos de un todo y revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado para descubrir los distintos elementos que lo componen como las causas y los efectos" (págs. 16-17).

Por medio del método a método analítico sintético se identificarán los problemas en el cual esta actuado el plan de exportación para el envío de banano desde Ecuador hacia el mercado de

Turquía ya que de esta forma se logrará diferenciar dichas etapas que conforman la cadena logística de exportación, luego se procede a estudiar cada una de las etapas individualmente y posteriormente y conocerán las ventajas y desventajas con el objetivo de efectuar un plan estratégico de exportación.

Con estos métodos primero se analizará la información obtenida a partir de las encuestas realizadas a los consumidores del mercado de Turquía sobre la demanda del banano en su país, de la encuesta que será dirigida a los productores sobre la producción y distribución del banano de la empresa Bluelake S.A. Con el método sintético por otra parte se investigará sobre los diferentes procesos de producción, comercialización y distribución del banano para la optimización del plan estratégico de exportación.

2.3.2 Inductivo- Deductivo

Para (Abreu, 2014) los métodos inductivos y deductivos se les distingue por tener fines diferentes que generalmente son categorizados como desarrollo de la teoría y análisis de la teoría respectivamente. Los métodos inductivos se han percibido generalmente como asociados con la investigación cualitativa mientras que por otro lado el método deductivo se ha asociado tradicionalmente con la investigación cuantitativa (pág. 196)

El método deductivo en la investigación tendrá el propósito de identificar la información relacionada a las exportaciones de banano y los acuerdos que se dieron para la exportación con Turquía, tomado en cuenta que se estudiara de lo macro a lo micro para experimentar posteriormente la propuesta planteada.

El método inductivo ayudara a obtener la información más importante de la situación presente que se suscita en la empresa del tema que se va investigar y de la actividad productiva, mercantil y social que están presentes por medio de la observación de datos determinados para poder concluir de carácter general.

El método inductivo-deductivo tiene como propósito de buscar las soluciones adecuadas

mediante estrategias para el problema identificado ya que, mediante el estudio y recolección de información se determinará las conclusiones pertinentes que servirá de apoyo para posibles estudios, la investigación presente tiene como punto de partida es el problema de no tener un plan estratégico realizar la exportación de banano de la empresa BLULAKE SA hacia Turquía periodo 2021-2022”.

2.3.3 Histórico- Lógico

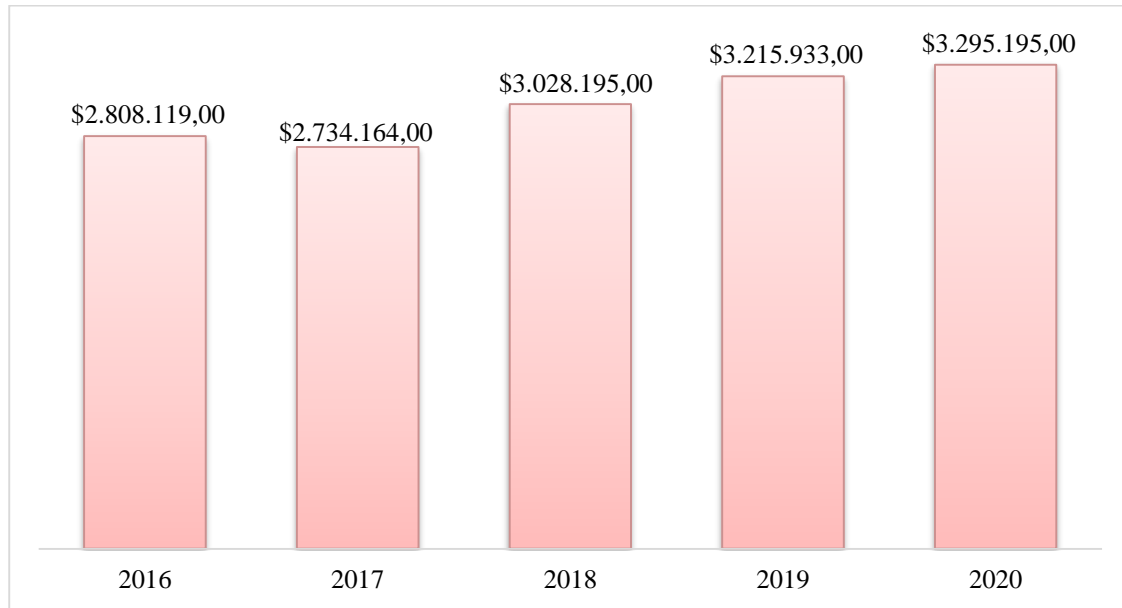
(Abreu, 2014) “Explica que el método histórico lógico de investigación se aplica a la disciplina denominada historia, y, además, se emplea para asegurar el significado y confiabilidad de hechos pasados en las ciencias en forma general y en cualquier disciplina científica. El método histórico ayuda a establecer las relaciones presentes en los hechos acontecidos en el desarrollo de las ciencias” (pág. 201).

El uso del método histórico lógico en esta investigación es necesario ya que se estudiará la información encontrada en documentos estadísticos que registran las entidades nacionales, como el Banco Central del Ecuador y Trademap que provean información de la demanda y la oferta en el mercado de Turquía, de Ecuador y la competencia, ya que se evaluará y resumirá con la meta de obtener solo los acontecimientos importantes y aspectos verdaderos para presentar la correlación que hay entre desde los inicios, para que de este modo se puede expresar conclusiones sobre los acontecimientos anteriores para que de este modo se puede expresar, comprender las evidencias que amparen el comportamiento presente de la empresa y el proceso de exportación al mercado de Turquía.

Atraves de este método se podrá saber con exactitud la demanda del producto a nivel global de las exportaciones de banano durante los ultimo 5 años de acuerdo de los estudios realizados por (Banco Central del Ecuador, 2020) Esta información ayudara a un mejor análisis de proyecto.

Grafico 5 Total de exportaciones de banano en los últimos 5 años

Periodo 2016 – 2020. Miles de USD



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2020)

Realizado por: Leonardo Ronquillo

2.4 Técnicas de la Investigación y Fuentes

Es importante conocer cuáles serán las técnicas que ayudarán a obtener la información primaria, que facilitara el estudio y encontrar las soluciones y estrategias más adecuadas. En el estudio se implementará instrumentos como: entrevistas a los consumidores del producto en Turquía, la entrevista será dirigida a los empresarios exportadores y la observación directa donde se identificará todo el proceso productivo del banano por parte del investigador.

2.4.1 Encuesta

(Maria L. Rodríguez, 2017) “La encuesta es una de las técnicas o estrategias más utilizadas en el área de investigación, dado que favorece la obtención de datos fundamentales para el análisis de diversas temáticas, permitiendo una mayor eficacia y rapidez en el procedimiento”.

Por medio de técnica de la encuesta se podrá obtener información directa ya que se realizará a los consumidores de banano del mercado de Turquía durante el periodo 2021-2022, ya que de esta manera se obtendrá información de interés productivo sobre los procesos de planificación

y su intervención en las exportaciones. La utilización del cuestionario como instrumento fundamental el mismo que será hecho para su mejor entendimiento para los encuestados.

2.4.2 Entrevista

La entrevista es otra de las técnicas más habituales en las investigaciones aplicada a la empresa Bluelake S.A. que es una de las exportadoras más grandes en el mercado del Ecuador Provincia de Guayas, Cantón Milagro, Recinto Carrizal con el objetivo de obtener información verdadera para lograr profundizar, relacionar y demostrar el objetivo de estudio ya que “La entrevista es una técnica muy utilizada para la recolección de datos cualitativos. Entre sus principales bondades se encuentra que permite la obtención de información amplia, profunda y de carácter sustancial” (Solís, 2020).

2.4.3 Observación Directa

Para (González, 2017) “Investigación directa, es aquella en que el investigador observa directamente los casos o individuos en los cuales se produce el fenómeno, entrando en contacto con ellos; sus resultados se consideran datos estadísticos originales, por esto se llama también a esta investigación primaria” (pág. 23).

Por medio de la técnica de la observación directa se conocerá el proceso y área de producción en la Provincia de Guayas, Cantón Milagro, Recinto Carrizal y cuenta con 300 hectáreas de una gran variedad de productos de banano y sus derivados.

2.5 Universo y Muestra

2.5.1 Universo

El universo “Es el conjunto de elementos (finito o infinito) definido por una o más características, de las que gozan todos los elementos que lo componen” (Espinoza, 2016). Como la investigación se realizó al mercado consumidor de Turquía se considerara la población total que es de 84.339.067 habitantes (Banco Mundial, 2021)

2.5.2 Muestra

La muestra es “una parte representativa y adecuada de la población. Se selecciona de la

población de estudio. Una muestra representativa indica que reúne aproximadamente las características de la población que son importantes para la investigación” (Espinoza, 2016). La muestra es un grupo reducido de habitantes que represente las características de la población de Turquía mediante la siguiente formula:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

En el cual:

N: 84.339.067 total de la población de Turquía

Z: 95% del nivel de confianza

p: 0.5 probabilidad de éxito

q: 0.5 probabilidad de fracaso

d: 95% de precisión

$$n = \frac{(84.339.067) * (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}{0,05^2 * (2.264.900 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{(84.339.067) * (3,8416) * (0,25)}{(0,0025) * (84.339.066) + (3,8416) * (0,25)}$$

$$n = \frac{80.999.239}{(21.084.766) + (0,9604)}$$

$$n = \frac{80.999.239}{21.084.862}$$

$$\mathbf{n= 384}$$

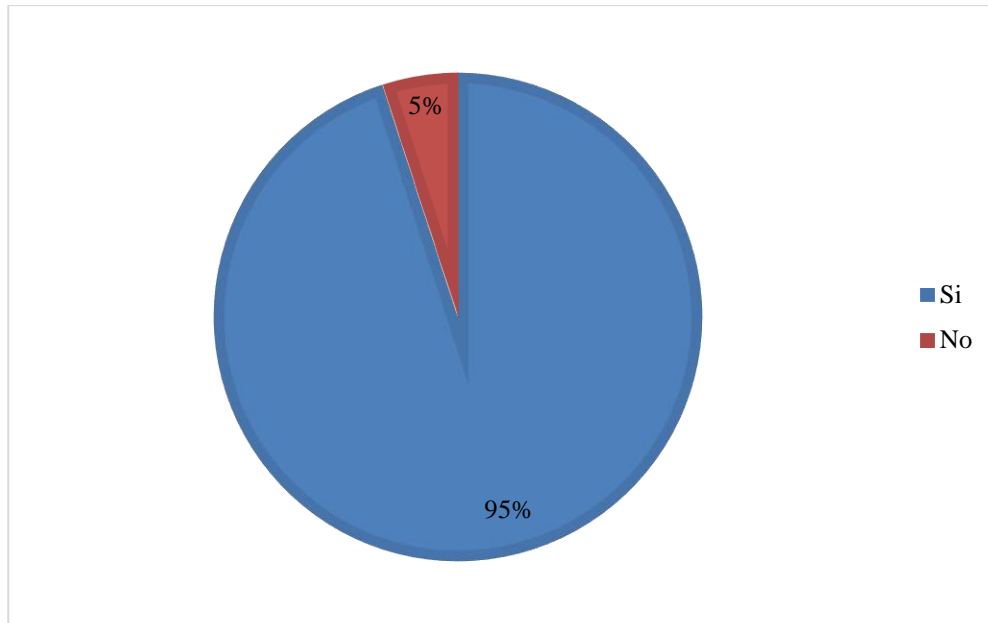
2.6 Análisis de los Resultados

2.6.1 Análisis de Encuesta

La opinión de los consumidores finales es importante por ello se realizó la encuesta que es de opción múltiple conformada de 13 preguntas para que no se torne importuna para el encuestado a continuación se interpretara mediante una gráfica y un análisis sistemático para un fácil entendimiento.

1. ¿Ha consumido Ud. banano?

Grafico 6 Pregunta 1



Fuente: Encuesta

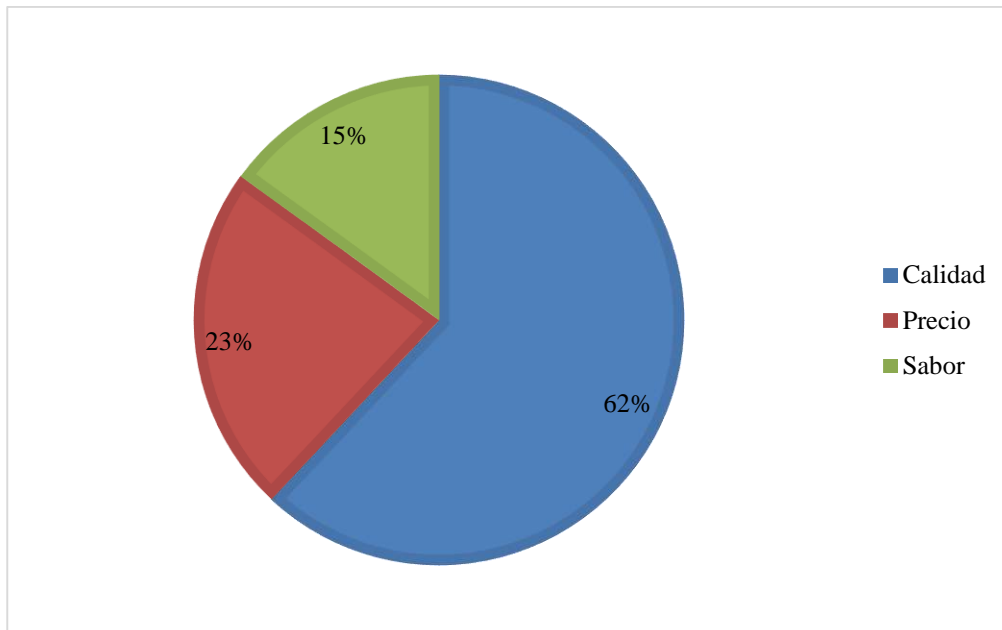
Realizado por: Leonardo Ronquillo

Análisis:

Mediante la encuesta realizada hemos podido constatar que la mayor parte de los encuestados consumen Banano, acompañando sus comidas preferidas porque consideran que es una fruta muy deliciosa, por lo tanto, nuestro análisis es que nuestro producto va a tener una buena aceptación en Turquía.

2. ¿Por qué usted prefiere el banano ecuatoriano?

Grafico 7 Pregunta 2



Fuente: Encuesta

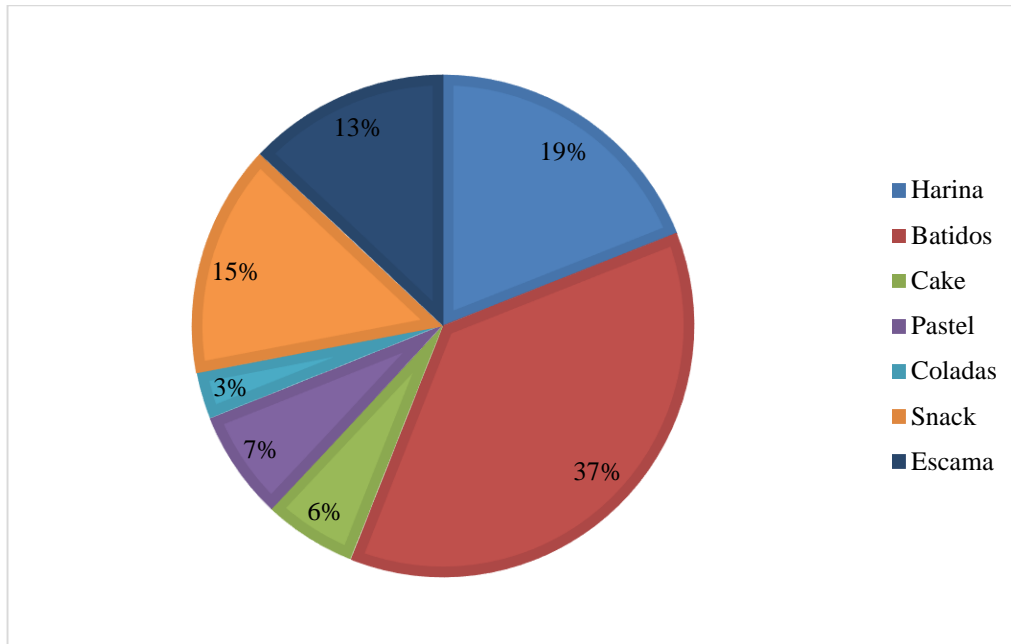
Realizado por: Leonardo Ronquillo

Análisis:

Las personas de las encuestas dijeron que la característica más importante para adquirir el producto es la calidad ya que durante el proceso de producción lo realizan de manera orgánica que beneficia la salud, seguida del precio que no es tan elevado por los subsidios por parte del país exportador y su sabor inigualable a otra fruta ya que este es aprovechado hasta su cascara para otro tipo de recetas culinarias.

3. ¿Cuál de las siguientes opciones prefiere para consumir el producto?

Grafico 8 Pregunta 3



Fuente: Encuesta

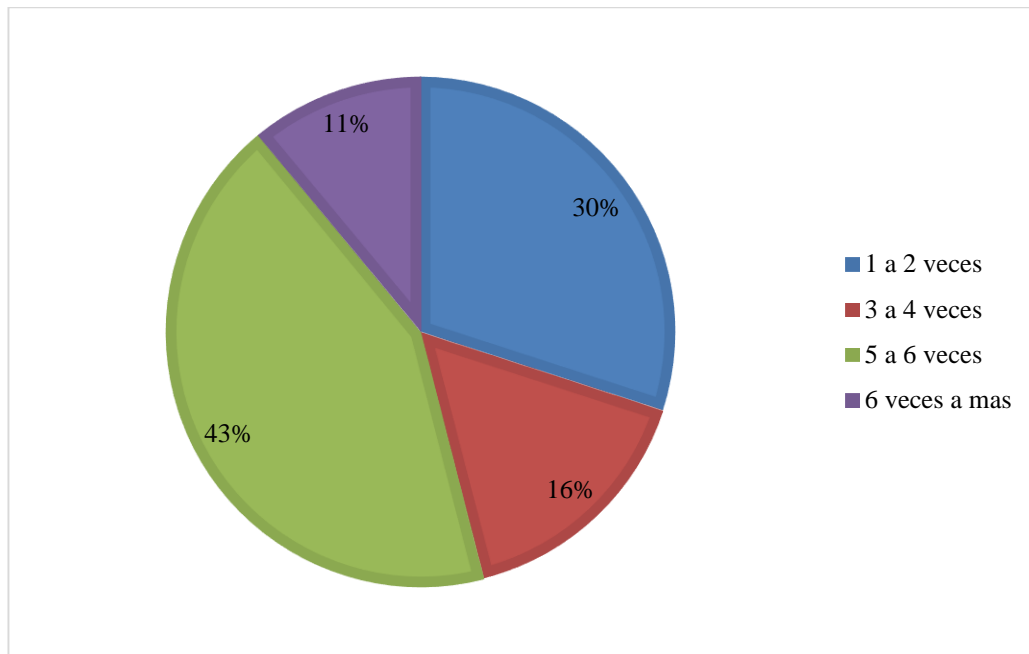
Realizado por: Leonardo Ronquillo

Análisis:

De un total de 384 personas encuestadas aplicada en Turquía se determinó como resultado que, en su mayoría, los ciudadanos tienen el hábito de consumir banano en batidos al momento de las comidas ya que aportan nutrientes vitamínicos para el rendimiento, también consumen en harinas, snack y en escama ya que se puede llevar como lunch para las medias comidas, pero las diferentes formas en que se presenta el producto no tienen alta demanda por falta de conocimiento de este producto.

4. ¿Con que frecuencia usted compra el banano al mes?

Grafico 9 Pregunta 4



Fuente: Encuesta

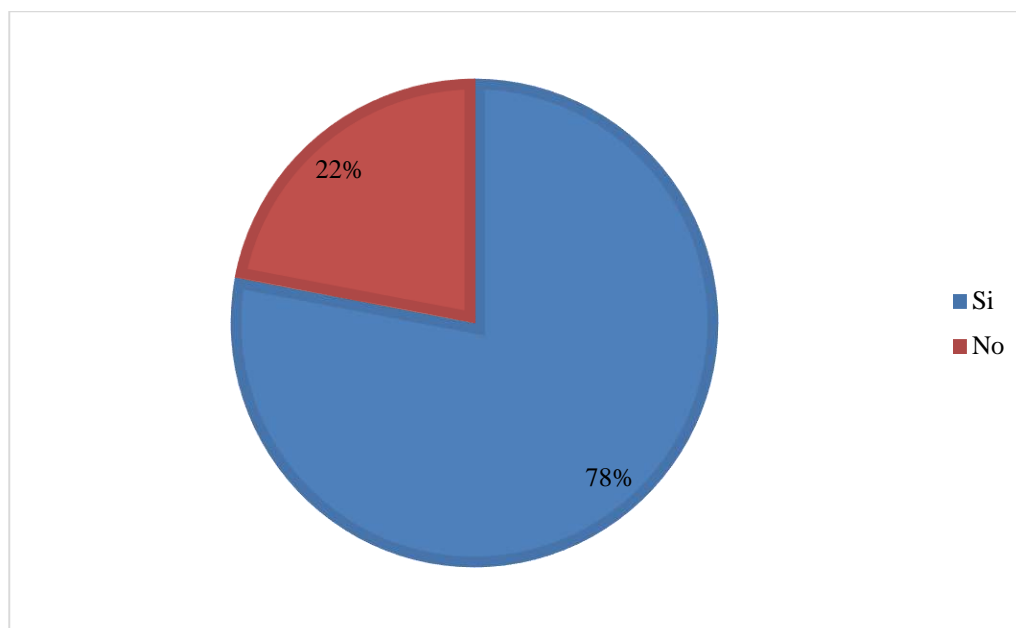
Realizado por: Leonardo Ronquillo

Análisis:

Por medio de la encuesta ejecutada se logró comprobar que el 43% consume de 5 a 6 veces al mes este valor tiene mayor trascendencia para nosotros debido a que prueba que las personas tienen una gran preferencia por esta fruta, y además a un precio muy accesible, el 30% consumen 1 o 2 veces banano al mes, mientras que el 16 % consumen de 3 a 4 veces, un 11 % dice comer banano en un rango de 6 veces a más al mes, y por último uno % no consume.

5. ¿Conoce cuáles son los beneficios que aporta a la salud el banano?

Grafico 10 Pregunta 5



Fuente: Encuesta

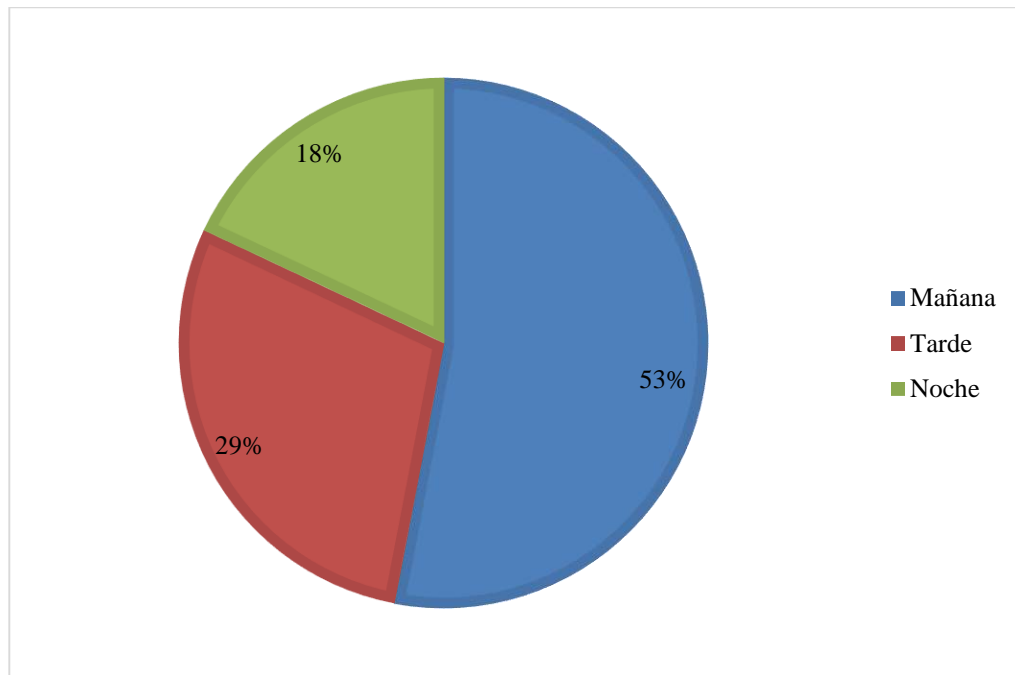
Realizado por: Leonardo Ronquillo

Análisis:

Se ha obtenido como resultado que la mayor parte el 71% conocen los valores nutritivos básicos del banano como el potasio sin embargo el 29 % desconocen absolutamente los beneficios vitamínicos que este ofrece por lo que es importante realizar estrategias que resalten el conocimiento de todos los valores nutritivos que posee el banano. Características y beneficios y cuáles serían sus usos.

6. ¿En qué horarios Ud. consume el producto?

Grafico 11 Pregunta 6



Fuente: Encuesta

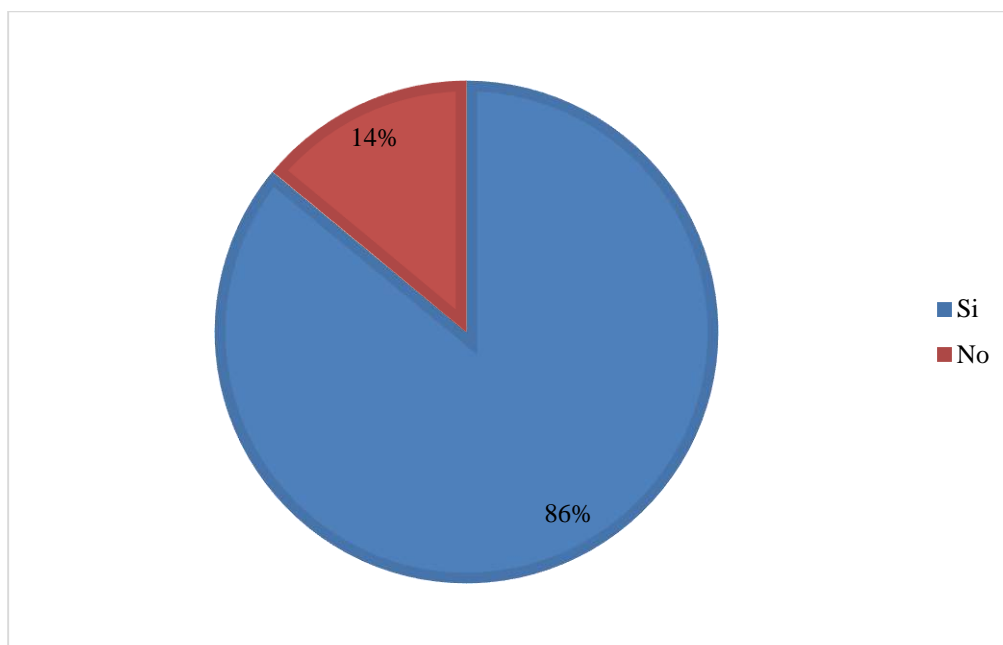
Realizado por: Leonardo Ronquillo

Análisis:

Para las personas que realizan las actividades deportivas con el 53 % tiene como preferencia en la mañana ya que aporta energía para hacer deporte y mantener el cuerpo con nutriente, el 29 % en la tarde ya que es un alimento duradero que no se metaboliza pronto y finalmente un 18 % en la noche que un bajo porcentaje, pero algunos les gusta consumir para ir a dormir con el estómago lleno.

7. ¿Recibe algún tipo de publicidad por parte de su proveedor para promover la venta del banano ecuatoriano?

Grafico 12 Pregunta 7



Fuente: Encuesta

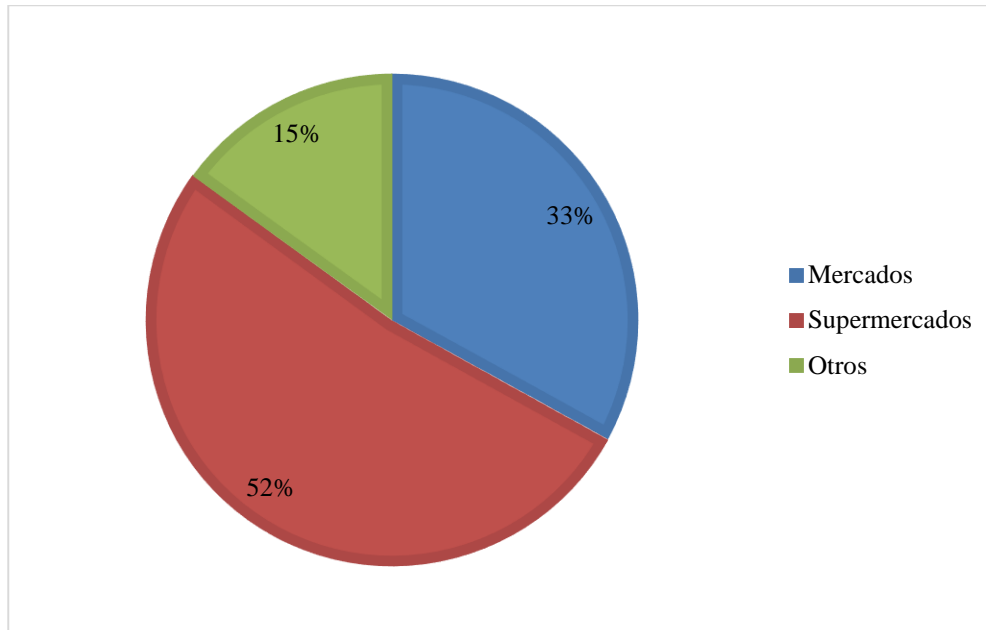
Realizado por: Leonardo Ronquillo

Análisis:

Las personas que les importa mucho obtener información del producto trata de buscar páginas o canales donde se publique información sobre el producto ya que en su país no existe publicidad el mismo por ello el 86% dijeron que si y el 14% dijeron que o que les es difícil estar pendientes de publicidad y que por ello solo cuando acuden al centro comercial y observan que hay el producto lo compran.

8. ¿Al momento de realizar su compra, que lugar es el que Ud. elige para efectuarla?

Grafico 13 Pregunta 8



Fuente: Encuesta

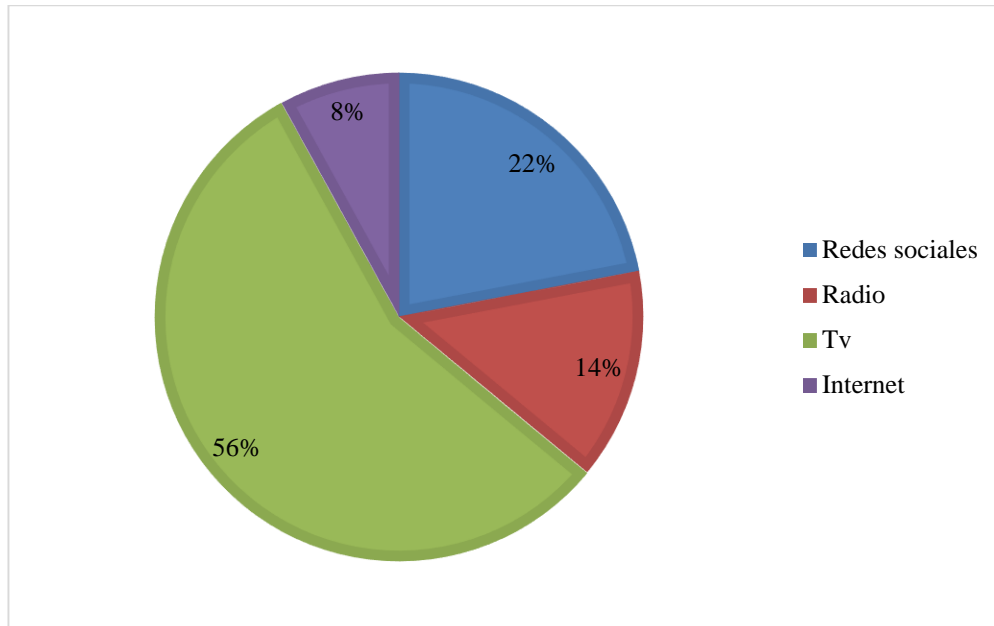
Realizado por: Leonardo Ronquillo

Análisis:

Las personas supieron decir que el banano de Ecuador por lo general lo pueden adquirir en supermercados ya que es una empresa con variedad de producto el 33% dijeron que en mercados pero que el producto ya no llega en buenas condiciones por lo que incluso es más barato y el 15% en otros lugares como tiendas o plazas pero que ahí venden diferentes tipos de banano de todas partes y que es muy difícil conseguir producto 100% que se de Ecuador.

9. ¿Al momento de Ud. establecer la compra del banano que lo impulsa a realizarla?

Grafico 14 Pregunta 9



Fuente: Encuesta

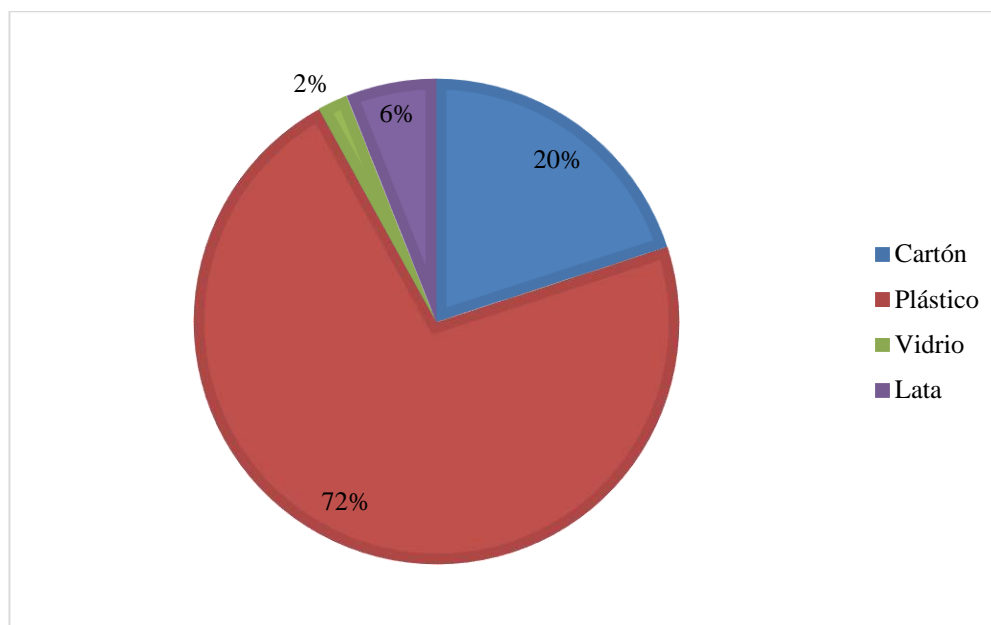
Realizado por: Leonardo Ronquillo

Análisis:

Por lo general hoy en día se tiene diferentes medios de comunicación muy accesibles y el 56% que la publicidad es de tv ya que por lo general las personas observan canales latinos seguido de las redes sociales con el 22% que por la publicidad de las mismas pueden ver la propaganda del mismo, además otras personas dijeron que por lo general ya conocen las temporadas y días que llega el producto y están al pendiente de adquirirlos.

10. ¿Qué colores le gustaría a usted que tenga el embalaje del producto?

Grafico 15 Pregunta 10



Fuente: Encuesta

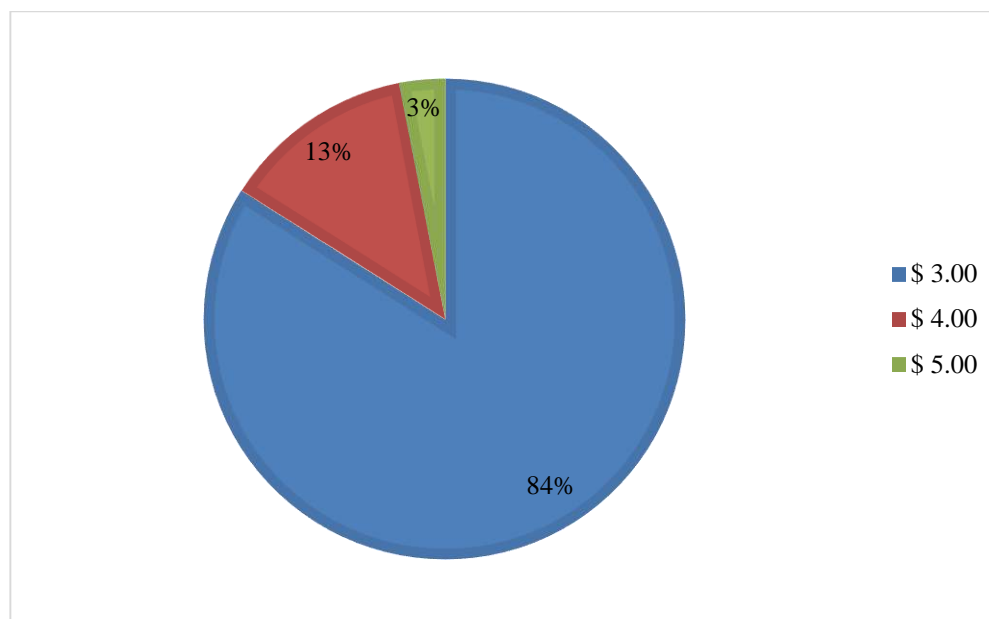
Realizado por: Leonardo Ronquillo

Análisis:

En Turquía es un país avanzado en innovación en todo sentido ya que cuidan y respetan la naturaleza y que para ellos lo más recomendable sería en plástico ya que es más seguro y fácil de abrir además que ellos realizan el reciclaje, el 20 % en cartón pero que muchas de las veces el producto puede llegar malo ya que las temperaturas varían y pueden echar a perder el sabor y perder los nutrientes.

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un kilo de banano?

Grafico 16 Pregunta 11



Fuente: Encuesta

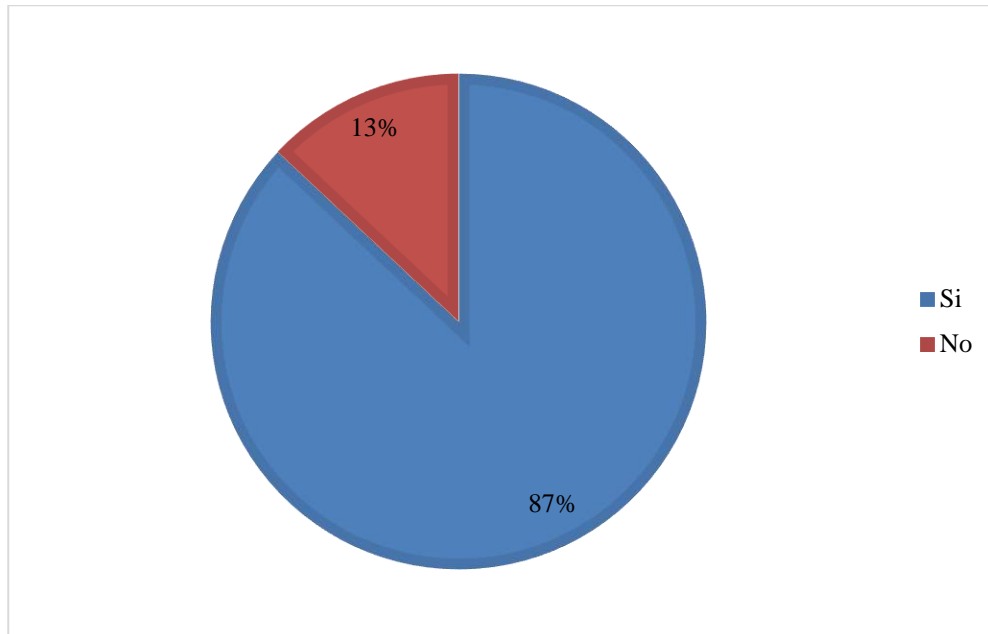
Realizado por: Leonardo Ronquillo

Análisis:

Las opiniones del mercado consumidor de Turquía demostraron que las personas están dispuestos a pagar un valor medio de \$3.00 hasta \$ 4,00 por el contenido de 1 kilo de escama de banano ya que allá no existe un producto igual y con las características positivas que posee el de Ecuador, además que el producto que se produce allá tiene un sabor diferente y que no es muy apetecible.

12. ¿Considera que el banano de Ecuador es mejor que de otros países que son la competencia?

Grafico 17 Pregunta 12



Fuente: Encuesta

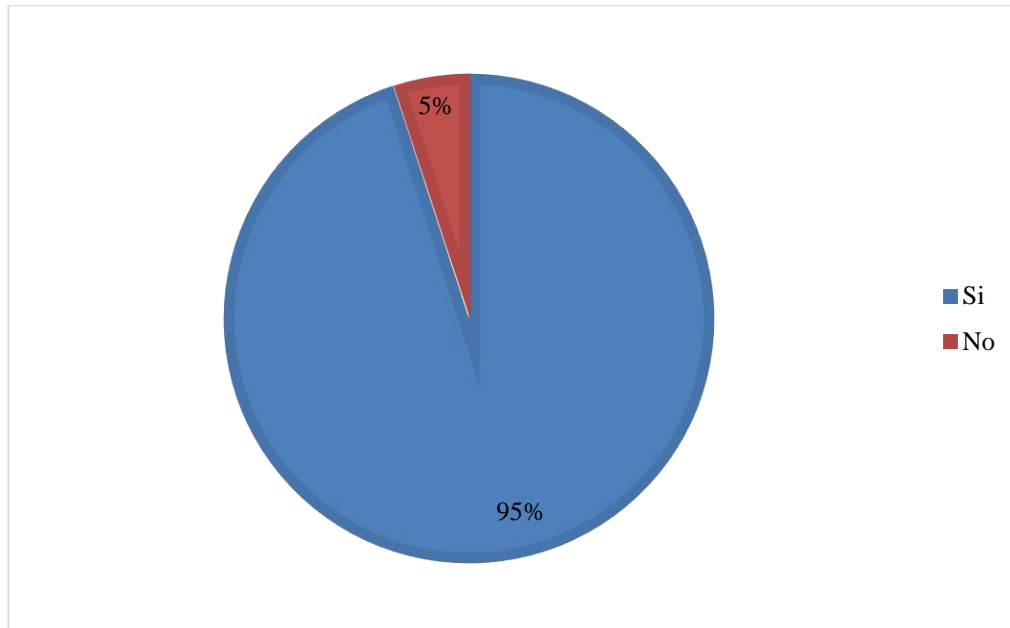
Realizado por: Leonardo Ronquillo

Análisis:

Para los encuestados con el 87% dijeron que sí que Ecuador es un país rico en diversidad de especies y producto ya que los climas son únicos para la producción de varios productos pero que no tiene apoyo para posicionarse como uno de los mejores por falta de tecnología ya que la mayoría de las producciones se las realiza manualmente lo cual tarda el proceso de envío.

13. ¿Cree Ud. que es impórtate y adecuado plan de exportación para que banano llegue hasta sus manos en buen estado?

Grafico 18 Pregunta 13



Fuente: Encuesta

Realizado por: Leonardo Ronquillo

Análisis:

Para los consumidores finales dieron a conocer que es importante para las empresas que exportan banano hacia Turquía ya que el plan estratégico de exportación se encarga de la publicada, promociones, precio del producto que sea estrictamente de calidad ya que cumplirá con todas las leyes fitosanitarias y que o que ellos consuman va hacer de una calidad óptima.

2.6.2 Análisis de la Entrevista

De igual manera la entrevista es de gran utilidad ya que se consigue información directa por parte del gerente de le empresa ya que es la persona que se encuentra al tanto de todas las situaciones diarias de como sucede el proceso logístico de cada una de las etapas de la exportadora BLUELAKE S.A. La entrevista está compuesta por cinco preguntas puntuales ya que el objetivo primordial es conocer cuáles son las estrategias que manejan en la actualidad para su posible mejora.

El gerente nos supo informas que durante la pandemia no se vieron tan afectados las vacantes de empleo ya que no tuvieron despidos y que como empresa tienen planes de medidas de

bioseguridad y que sólo tuvieron que acoplar y optimizar las medidas que ya tenías también dijeron que lo positivo de esta pandemia fue que muchas de las empresas productoras lograron relacionarse un poco más ya que de esta manera pondrán alcanzar los objetivos de manera grupal en el mercado internacional.

Con relación a las estrategias se puntualizó mucho en la calidad acorde las exigencias esto quiere decir que las reglas las pone los países importadores y es ahí donde se debe aprovechar las ventajas competitivas de la empresa para lograr abrirse en el mercado internacional para el óptimo desarrollo económico y conquistar a más países ya que la empresa realiza envíos a pocos países entre ellos Turquía la idea principal es poder crear relaciones comerciales con clientes y proveedores para el fortalecimiento de la empresa ya que además cuenta por diferentes certificaciones una de ellas GLOBALGAP que califica y garantiza la calidad en el proceso de producción del banano.

2.6.3 Análisis de la Observación

Esta técnica de la observación directa ayuda a identificar cada una de las áreas y los procesos que se efectúa en cada una de ellos para realizar la exportación del banano hacia Turquía para ello se describirá el proceso de exportación:

Cultivo. - en Ecuador se cultiva el clon Cavendish del cual se desprenden varios tipos como el Gran Hermano y la cata o filipino entre los más importantes

Cuidado. – desoje fitosanitario ayuda a controlar problemas para cuidar la calidad de la pulpa de la fruta de exportación.

Enfunde y manejo de racimo. - se tiene la protección de la fruta contra plagas y enfermedades.

Limpieza. - se realiza a las matas normalmente se elimina la chanta seca o que está muerta Qué es fuente de inóculo de plagas y enfermedades.

Deshije. - consiste en la eliminación de los hijos de agua y eliminación de hijos que no van a dar producción y diferentes labores agrícolas también como por ejemplo la fertilización adecuada, el control de malezas.

Cosecha. – el banano es delicado, por lo tanto, su cosecha se realiza evitando el exceso de manipuleo de la fruta con ayuda de herramientas y sistemas tecnológicos. También se sigue procesos clave para que el producto esté en óptimas condiciones para ser exportado para tener

en cuenta la cosecha se inicia desde la parte del enfunde se maneja un calendario agrícola con 52 semanas y diferentes colores de cinta, cada semana el que cosecha la mata lo primero que hace es calibrar la fruta, qué significa medir el grosor que de estar de 39 a 40 grados.

Planta procesadora. – el banano reciclado entra al patio de racimos **estos** son colocados en una gran tina, dónde se realiza el desmane y la selección de fruta, la estructura es notablemente diferente entre una planta de pequeño productor con otra de superficie mediana.

Desleche. - el banano pasa a otra tina donde se cumple el proceso de limpiar una mucosidad lechosa.

Pesado. – es pesado de acuerdo a las normas establecidas de la empresa de la cantidad a enviar luego es etiquetado y su fumigación.

Embalaje. - se efectúa de forma cuidadosa y el producto pasa a ser pesado nuevamente dentro de las normas de calidad se resalta la aspirada del empaque al vacío con lo que se protege la delicada fruta, se coloca la tapa la caja de exportación y pasa el contenedor, la ruta será el puerto de embarque.

Transporte a puerto. – la empresa envía sus cajas de banano en camiones que se dirigen el puerto allí la carga pasa por una inspección fitosanitaria por último las cajas son consolidadas en contenedores que se enviarán a su destino.

Según los requerimientos del mercado, los productores empacan fruta en cajas de 20XU, 22XU con destino a Europa y cajas 208 para China en ambos casos UNA EP pague el precio mínimo referencial para el productor fijado por el régimen y los agricultores destacan sus beneficios.

2.7 Instrumentos para Justificar la Propuesta

2.7.1 Análisis PEST

El análisis PEST (Mueñte, 2019) “sirve para identificar los factores externos del negocio que pueden influir en su desarrollo” este procedimiento está compuesto por .componentes externos donde se identificaran las situaciones políticas, económicas, sociales y tecnológicas que alcanzan perturbar a la empresa.

Tabla 9 Análisis PEST

Político	Económico
<ul style="list-style-type: none"> ➤ En Bluelake cumplimos con las leyes laborales y los pactos o convenciones, nos regimos por el reglamento de trabajo de la empresa. ➤ La seguridad de nuestros colaboradores es lo más importante dentro de nuestra cadena de operación para lo cual cumplimos con las Normas de Higiene y Seguridad Industrial que dicta la ley. ➤ Contamos con una Política para la conservación del medio ambiente y los recursos naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Innovadores en el desarrollo económico y comercial a nivel mundial, fortaleciendo las relaciones comerciales con clientes y proveedores mediante una gestión tecnológica, medio ambiental y de responsabilidad social ➤ Inversión económica para adopción de prácticas agrícolas certificadas que protegen los recursos naturales, la estabilidad del suelo, las fuentes de suministro hídrico y el manejo adecuado de desechos no biodegradables que genera el proceso.
Social	Tecnológico
<ul style="list-style-type: none"> ➤ En Bluelake nos preocupamos por el ecosistema, para ello hemos desarrollado una Política de Calidad para evitar la contaminación del ecosistema. ➤ Cumplimos con los requisitos legales ambientales nacionales y estándares internacionales aplicables prescritos en la ley. ➤ Mitigamos los impactos ambientales asociados a nuestras operaciones y buscamos día a día disminuir este impacto, para un mejor uso del agua reutilizamos el agua de las piscinas para el riego. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Con el fin de reducir el consumo energético una vez finalizada la jornada de trabajo se apaga las luces, impresoras, computadoras y demás aparatos eléctricos, además sustituimos progresivamente las antiguas bombillas incandescentes y tubos fluorescentes, que usan tecnología ineficiente que desprende más calor que luz.

Fuente: (BLUELAKE S.A., 2020)

Realizado por: Leonardo Ronquillo

2.7.2 Análisis DAFO (FODA)

FODA “es el estudio de la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, tal como indican las siglas de la palabra y, de esta manera planificar una estrategia del futuro” (León & Alarcón, 2016).

El análisis FODA es un instrumento donde se forma una matriz para el estudio de varios

aspectos externos e internos que pueden ser puede ser estudiada en un contexto objeto de la tesina para la identificar y seleccionar las medidas estratégicas conociendo las fortalezas y debilidades para afrontar las amenazas y oportunidades dela empresa BLUELAKE S.A. para realizar una óptima exportación hacia el mercado de Turquía.

Tabla 10 Análisis interno

Fortalezas	Debilidades
➤ Mejora continua y responsables con el medio ambiente y la sociedad.	➤ Falta de posicionamiento en el mercado internacional
➤ Alta demanda internacional de banano a lo largo del año.	➤ No se cuenta con una oficina para los contactos comerciales en el exterior, para una comunicación de manera directa.
➤ Tierra y clima aptos para el cultivo	➤ Competencia por precios.
➤ Ofrecer un producto de alto valor nutricional y energético	➤ Relaciones comerciales de Ecuador y Turquía
➤ Climas adecuados para la producción	➤ Barreras de entrada en el mercado
➤ Monitoreo de la fruta y calidad desde la producción hasta el momento de la venta FOB	
➤ Productos sustitutos derivados del banano	

Realizado por: Leonardo Ronquillo

Tabla 11 Análisis externo

Oportunidades	Amenazas
➤ Generación de plazas de trabajo	➤ Competencia nacional: Cámara de Comercio de Guayaquil y Pro-Ecuador
➤ Aumento en la participación de banano en otros mercados.	➤ Actual situación económica en el país
➤ Incentivos gubernamentales para los exportadores	➤ Competencia en el mercado bananero
➤ Innovación termológica	➤ Costo elevado del traslado marítimo por la elevación del precio del combustible.
➤ Incremento de consumo de productos orgánicos a nivel mundial.	

Realizado por: Leonardo Ronquillo

2.7.3 Modelo CAPA

El modelo CAPA “es una herramienta que les permite a las empresas planificar y ejecutar investigaciones exhaustivas sobre fallas en los procesos, encontrar las causas fundamentales e implementar las mejoras correspondientes” (Pérez, 2021). Este modelo facilita una plantear la información de manera ordenada para iniciar, valorar, determinar monitorear, inspeccionar y comprobar cada una de las etapas para mejorar la calidad del producto y el cumplimiento al corregir inconvenientes

Tabla 12 Modelo CAPA

Potenciar fortalezas	Corregir debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Desarrollo de una política de Calidad para evitar la contaminación del ecosistema. ➤ Permanente producción internacional de banano a lo largo del año. ➤ Tierra y clima aptos para el cultivo ➤ Semaforización de la composición nutricional y energética ➤ Mantener la calidad del producto hasta su consumidor final ➤ Innovar más sustitutos derivados del banano 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Identificar convenios en el mercado internacional ➤ Abrir sucursales en el exterior, sin terceras personas ➤ Estrategia diferenciadora de la competencia será más PESO por menos PRECIO ➤ Fomentar más acuerdos comerciales de Ecuador y Turquía ➤ Buscar ventajas competitivas para abrir paso en más mercados internacionales
Aprovechar oportunidades	Afrontar amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacitar al personal de trabajo ➤ Cumplir con las especificaciones de cada cliente ➤ Apoyar la máxima producción en las fincas, a través de la adopción de prácticas agrícolas certificadas ➤ Acceso a termología de punta Cultivar de manera natural al 100% libre de preservantes. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Buscar la un equilibrio entre Cámara de Comercio de Guayaquil y Pro-Ecuador ➤ Esforzarse por mantener una mejora continua económica ➤ Potenciar las estrategias competitivas de la empresa ➤ Convenios para el subsidio del combustible.

Realizado por: Leonardo Ronquillo

CAPÍTULO III

Desarrollo de la Propuesta

3.1 Título de la Propuesta

Identificar estrategias para la realización de un plan de exportación de banano de la empresa BLULAKE S.A. hacia el mercado de Turquía en el periodo 2021-2022.

3.2 Objetivo de la Propuesta

3.2.1 Objetivo General

Diseñar un plan estratégico de exportación que optimice la exportación de banana de la empresa BLUELAKE S.A. y que a su vez permita la rentabilidad y competitividad en el mercado de Turquía.

3.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar los instrumentos adecuados que permitan diagnosticar las debilidades y falencias existentes en la empresa BLUELAKE S.A.
- Diseñar un plan estratégico de la exportación para determinar visión, misión, objetivos estratégicos, planes operativos y organización administrativa.
- Formular estrategias a partir de los resultados de la matriz PEST, FODA Y CAPA para la mejora de la competitividad de la empresa BLUELAKE S.A.

3.3 Describir la Propuesta

Ecuador principal exportador de banano del mundo está ubicado en Sudamérica, reconocido por la alta calidad de su fruta en textura y sabor destaca porque la mayoría de sus productores posee pequeñas parcelas de cultivos, el 73% tiene hasta 20 hectáreas de acuerdo con cifras del MAGAP, el sector bananero ecuatoriano constituye el primer rubro de exportación no petrolera del país y es uno de los principales contribuyentes al fisco ya que representa el 32% del Comercio Mundial del Banano el 3.84 % del PIB total y el 50% del PIB agrícola.

Las inversiones en el área de producción alcanzan, un estimado de \$ 4.000 mil millones de dólares. En Ecuador rige políticas de fomento para el buen vivir a través de la productividad, el cumplimiento de precios referenciales justos para el agricultor, la seguridad alimentaria y para la diversificación de la oferta exportable, la empresa pública unidad nacional de almacenamiento UNA EP a través de su unidad de negocios de musáceas, compra banano y otras, musáceas de forma directa al pequeño y mediano productor con el objetivo de regular el pago del precio mínimo de sustentación de la caja vigente en el mercado interno.

El plan de exportación es una herramienta imprescindible para la empresa exportadora BLUELAKE S.A. ya que se ambiciona consolidar su posicionamiento en el mercado exterior con objetivo de que la puesta en práctica la estrategia comercial internacional, para ello se plantean varias etapas donde se identifican las posibles estrategias.

Etapas 1. - diagnóstico de exportación como eso quiere decir que se va a realizar un análisis interno de las capacidades competitivas de la empresa en relación a los mercados internacionales lo cual se denomina análisis externo.

Etapas 2. – selección de mercado se debe decidir si será una estrategia de concentración o diversificación, la estrategia de concentración se enfoca es un mercado en específico, por ejemplo, las exportaciones de yuca a Estados Unidos, estrategia de diversificación se vende a dos o más mercados, por ejemplo, las exportaciones de banano que están destinadas a los mercados de Estados Unidos (California, Costa Este y Oeste), Europa, Irán, Turquía y China.

Etapas 3. - formas de entrada identificar las alternativas para comercializar productos en el exterior adicionalmente se tendrá que identificar las empresas que deseen comprar el producto en el país objetivo, se analizará el perfil del cliente, el agente y los demás actores en la cadena de distribución, también se determinará las condiciones de negociación.

Etapas 4. - la oferta internacional en esta etapa se va a seleccionar los productos más demandados en el mercado marcando la diferencia de la competencia y se deberá adecuar el producto a las exigencias del mercado de Turquía. Considerando la estandarización, implantado una estrategia de costos en el mercado mencionado.

Etapas 5. - política de comunicación donde se utilizar instrumentos de comunicación que son publicidad y promoción, la publicidad se debe generar anuncios a través de Internet y a través de la página web y otros medios, la promoción es elaboración de documentos a ferias internacionales etc.

Etapa 6. – plan económico se requiere establecer cuáles serán los objetivos de las ventas y también se necesita hacer una estructura económica reflejando la diferencia entre el margen bruto de estructura de gastos y estructura de ventas.

3.4 Beneficio de la Propuesta

Un plan de exportación contribuiría al desarrollo de la empresa BLUELAKE S.A. ya que se planifica el crecimiento de la demanda del producto como lo es el banano, permitiendo mayor disposición al querer comprender nuevos mercados internacionales.

- Posicionamiento internacional si las estrategias empleadas son las apropiadas, la estrategia de exportación puede consolidar la marca a nivel mundial.
- Reproduce la presencia de los productos al ampliar su radio de acción, los productos comercializados tienen mayor visibilidad y presencia en los mercados.
- Promoción de las economías de escala porque promueve el aprovechamiento de recursos y materiales a la hora de la producción. A nivel internacional, este proceso suele llevarse a cabo con decisiones mucho más eficaces.
- Mejora el prestigio de las empresas ya que la exportación de productos potencia la imagen que proveedores, bancos, instituciones y clientes tienen de las empresas.
- Analiza los aspectos formales del proceso de exportación, así como los aspectos financieros.
- Detecta sus principales debilidades y fortalezas de la empresa tanto de manera interna como externa.

3.5 Descripción del Producto

El banano es una fruta deliciosa que se destaca generalmente porque cuenta con una importante serie de beneficios y propiedades siendo ideal como alimento en cualquier edad, el banano es un alimento altamente nutritivo dado, que es una de las frutas más calóricas existen después del aguacate ya que 100 g de banano aportan 90 calorías aproximadamente, es rico en

azúcares y diferentes minerales tales como el potasio, magnesio, hierro y betacaroteno ciertamente por el sodio referente a las vitaminas se encuentra del grupo B, ácido fólico, vitamina C, algo de vitamina E y fibra por lo que se trata de una fruta sumamente beneficiosa, es una de las frutas que aporta en total 3 vitaminas antioxidantes como son la vitamina A, la vitamina E y la B siendo un suave laxante energética remineralizante y un poco diurética además es muy rico en hidratos de carbono constituyendo una de las mejores formas de nutrir nuestro cuerpo con energía vegetal. Es muy rico en potasio lo que significa que ayuda a equilibrar el agua del cuerpo, ayudado a favorecer a la eliminación de líquidos y es ideal en caso de hipertensión o gota como dato importante el potasio en donde se ha descubierto un antígeno resistente al virus del COVID-19 y que lo elimina del sistema humano., son múltiples los beneficios de este producto además que se pueden obtener variedades de recetas para poder consumir como en batidos, cake, snack, etc. ya que no perderán ninguno de sus nutrientes y puede ser aprovechada hasta su cascara.

Tabla 13 Composición nutricional del banano

Carbohidratos 79%	Minerales 85%	Multi Vitamínico 100%	Energía 89%
Rico en Carbohidratos 22.84 g	Potasio 358 mg	B4, B3, B5, B6 10.8 mg	Ideal para deportistas
Contiene poca grasa 0.33 g	Magnesio 27 mg	Vitamina C 8.7 mg	89 kcal por cada 100 gr
Proteínas 1.09 g	Fosforo 22 mg	Vitamina E 0.1 mg	Poseen luteína, ayuda a la vista

Fuente: (BLUELAKE S.A., 2020)

Realizado por: Leonardo Ronquillo

Ecuador es el primer exportador de banana en el mundo debido a sus características especiales de suelo y climatológicas; es por esto que el banano ecuatoriano es reconocido por su calidad y sabor en los mercados internacionales de Europa, Asia y América del Norte que son los países a donde la empresa exporta.

3.5.1 Caja Tipo 22XU (Europa y USA)

- **Variedad:** Banano Cavendish.

- **Clase:** "A" Premium. First Class
- **Tamaño de los dedos:** 18 cm Mínimo.
- **Calibre:** Min. 39 mm Max. 46 mm.
- **Número de dedos por mano:** Min. 5 hasta 12 dedos.
- **Edad de la fruta:** Min: 10 semanas Max. 13 semanas.
- **Cajas:** Cajas 22XU (18,14 KG Netos o 19,45 KG Netos) 960 o 1080 cajas en contenedor paletizado
- **Empaque:** Tapa, Fondo, Cartulina y Funda al Vacío o Polipack
- **Alto:** 31 cm
- **Ancho:** 20 cm
- **Largo:** 51 cm

Imagen 1 Caja Tipo 22XU (Europa y USA)



Fuente: (BLUELAKE S.A., 2020)
Realizado por: Leonardo Ronquillo

3.5.2 Caja Tipo 208 (ASIA)

- **Variedad:** Banano Cavendish.
- **Clase:** "A" Premium. First Class
- **Tamaño de los dedos:** 18 cm Mínimo.
- **Calibre:** Min. 39 mm Max. 47 mm.
- **Número de dedos por mano:** 15 Mínimo
- **Edad de la fruta:** Min: 10 semanas Max. 13 semanas.
- **Cajas:** Cajas tipo 208 (13,6 KG Netos), Caja en manos 1500 cajas en contenedor al granel
- **Empaque:** Tapa, Fondo, Cartulina exterior, Cartulina Interior, Protector entre manos y Funda al vacío o Politubo.
- **Alto:** 31 cm
- **Ancho:** 20 cm
- **Largo:** 51 cm

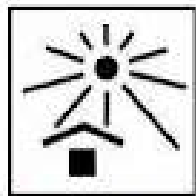
Imagen 2 Caja tipo 208 (ASIA)



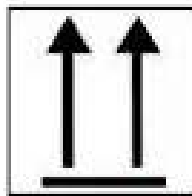
Fuente: (BLUELAKE S.A., 2020)
Realizado por: Leonardo Ronquillo

3.5.3 Pictogramas Utilizados en las Cajas

Imagen 3 Pictogramas utilizados



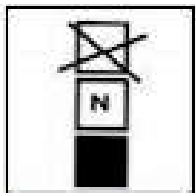
Proteger del calor



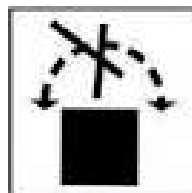
Hacia arriba



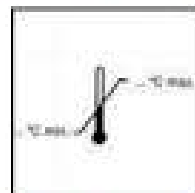
Proteger de la humedad



Límite de embalajes a apilar



No rodar



Límite de temperatura

Fuente: (BLUELAKE S.A., 2020)
Realizado por: Leonardo Ronquillo

3.5.4 Tipo de Carga y Envase

Tipo de carga: Carga perecible. Se va a ser unitarizada, Paletizada. Esto debido a que a los paquetes de plátanos luego de ponerlas en sus envases que luego se explicará, se colocan en cajas de cartón (fondo + tapa + cartulina). Las cajas de cartón poseen orificios para que circule el aire frío.

Envase: Se colocan en fundas plásticas, el más usado es al vacío con el propósito de disminuir la respiración de la fruta durante el transporte.

Imagen 4 Limpieza final del producto



Fuente: (BLUELAKE S.A., 2020)

Realizado por: Leonardo Ronquillo

3.5.5 Mercado

Imagen 5 Mercado del producto exportado



Fuente: (BLUELAKE S.A., 2020)

Realizado por: Leonardo Ronquillo

3.5.6 Unitarización

En esta oportunidad se han utilizado pallets (cuatro entradas) para transporte marítimo con dimensiones de 100 cm x 120 cm. En cada nivel del pallet se han colocado 10 cajas de 20 cm * 51 cm * 31 cm. Se han colocado en posiciones intercaladas como se muestra en el diagrama.

Se procedió a asegurar el pallet con flejes de PVC.

- **Dimensiones:**

Volumen Total: 25,296 cm³.

Peso bruto de bulto: 25 kg (*800)

Peso Bruto Total: 20,000. Debido al volumen se ha escogido el contenedor reefer de 40 pies.

Se colocan 2 pallets en el contenedor reefer de 40 pies.

Total de cajas: 800 cajas por contenedor

Cada Pallet contiene 400 cajas que hacen un peso bruto de 10,000.

Total de bultos por contenedor: 2 bultos

Imagen 6 Diagrama de ubicación de las cajas.



Fuente: (BLUELAKE S.A., 2020)

Realizado por: Leonardo Ronquillo

3.6 Partida Arancelaria

Según él (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2020) “, la Subpartida Arancelaria es un código numérico del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías que se asigna a una o varias mercancías luego del proceso de clasificación arancelaria” es sumamente importante al momento de realizar el proceso de exportación de mercadería tato de productos, bienes o servicios a nivel mundial, la Organización Mundial de Aduanas para igualar y facilitar el procedimiento de categorización de productos objeto de comercio internacional.

Tabla 14 Subpartida arancelaria del banano

Subpartida	Descripción arancelaria	País destino	Distrito
0803901190	Solamente para exportación de bananas frescas, caja 22xu (40.5 LB)	Turquia	Guayaquil - marítimo

Fuente: (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2020)

Realizado por: Leonardo Ronquillo

3.7 Desarrollo del Estudio Técnico

3.7.1 Localización

La intención de esta investigación es indagar si existe factibilidad reduciendo costos en su inversión y los gastos que originan el proceso de producción, para la ejecución de este proyecto de manera participativa con las plantaciones de bananos tomando en cuenta las ventajas para cubrir las exigencias del proyecto e inclusión de las personas del sector en el proyecto, generando fuentes de ingresos para que puedan desarrollar sus capacidades y se pueda tener mejores oportunidades de un crecimiento comercial, económico, social en el sector y en el cantón.

3.7.2 Macro Localización

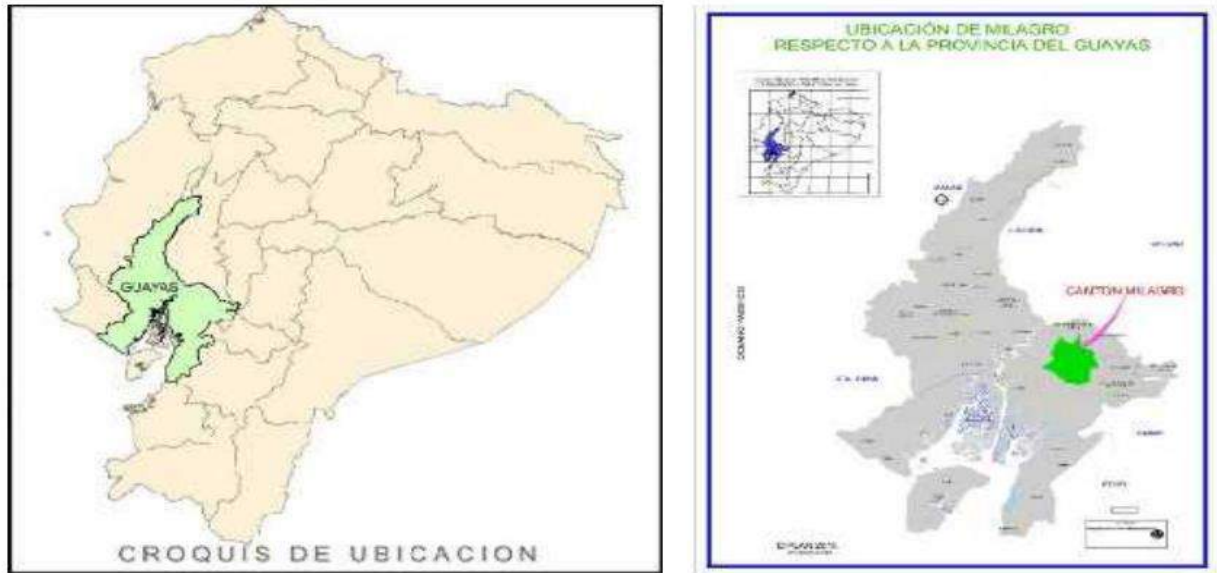
Proyecto se efectúa en el cantón Milagro que limita al norte con los cantones Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan) y Simón Bolívar; al sur con los cantones Yaguachi y Marcelino Maridueña; al este con los cantones Simón Bolívar y Naranjito; y al oeste con el cantón Yaguachi. Al sur tiene un límite natural que es el río Chimbo que lo separa de los cantones Yaguachi y Marcelino Maridueña (Alcaldía de Milagro, 2015).

Las actividades comerciales, de servicio e industrias se concentran en las áreas urbanas del cantón, siendo la comercial la actividad que más se ha desarrollado. En el cantón Milagro existe alrededor de 5.099 establecimientos productivos, de los cuales el 55.07% son establecimientos comerciales y apenas el 7.57% representa a la industria manufacturera.

El Cantón Milagro se encuentra en la zona de clima Tropical Megatérmico Húmedo, con

temperaturas medias diarias de 25 a 27°C y precipitaciones medias anuales de 1.100 a 1.800 mm.

Imagen 7 Localización del cantón Milagro en Ecuador



Fuente: (Alcaldía de Milagro, 2015)

3.7.3 Micro Localización

El recinto Carrizal está rodeado por los sectores de Carolina, La Aurora, Jején, La Victoria, 3 Esquinas, La Elisita, la Esperanza, Piñuelal, Maravilla 1, Maravilla 2, La Garganta, y cuenta con un área geográfica de 1.25Km² y una población aproximada de 1.400 personas. Sus límites son al Norte con el sector de Jején y la victoria, al Sur Chirijos, al Este con el sector de la Carolina y al Oeste con el Recinto Pajonal. (Garces, 2015)

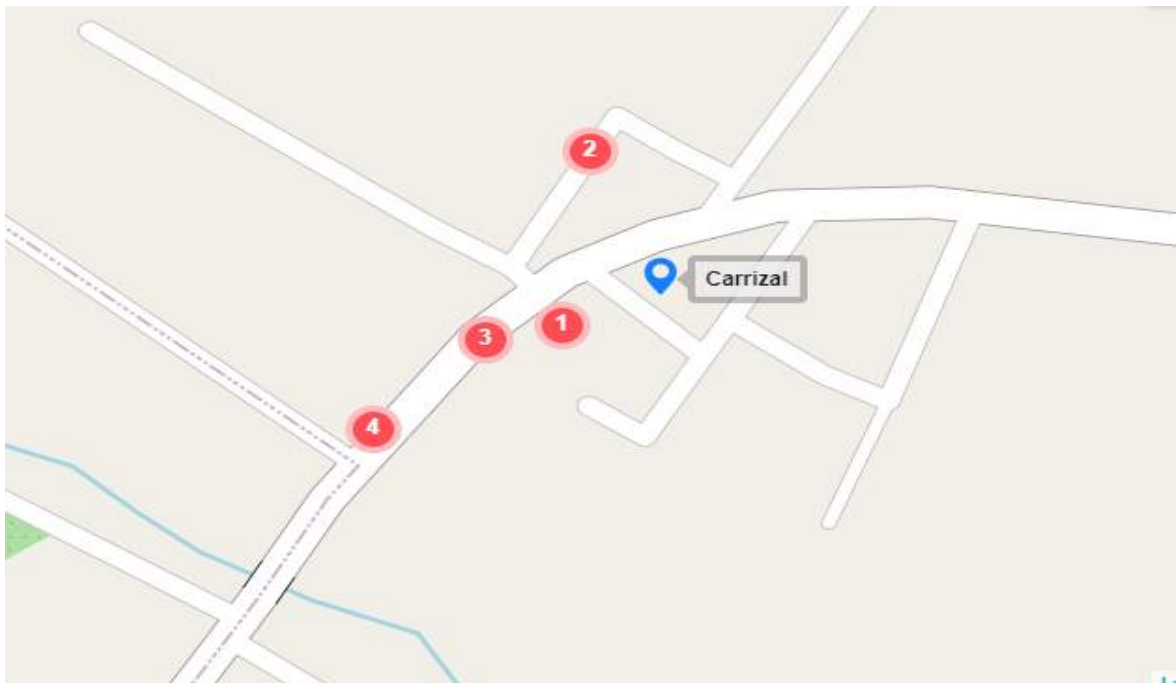
El Recinto Carrizal a 8.5 kms del Cantón Milagro, provincia del Guayas, este sector es privilegiado por su naturaleza y la empresa Bluelake S.A. cuenta con 8 haciendas de banano una de las zonas más productivas del Ecuador, por la luminosidad, fertilidad de los suelos no inundables y con abundantes aguas subterráneas, de ríos y de vías en buen estado. (BLUELAKE S.A., 2020)

Nuestras haciendas están entre 70 a 85 Km de distancia del principal puerto marítimo del

Ecuador.

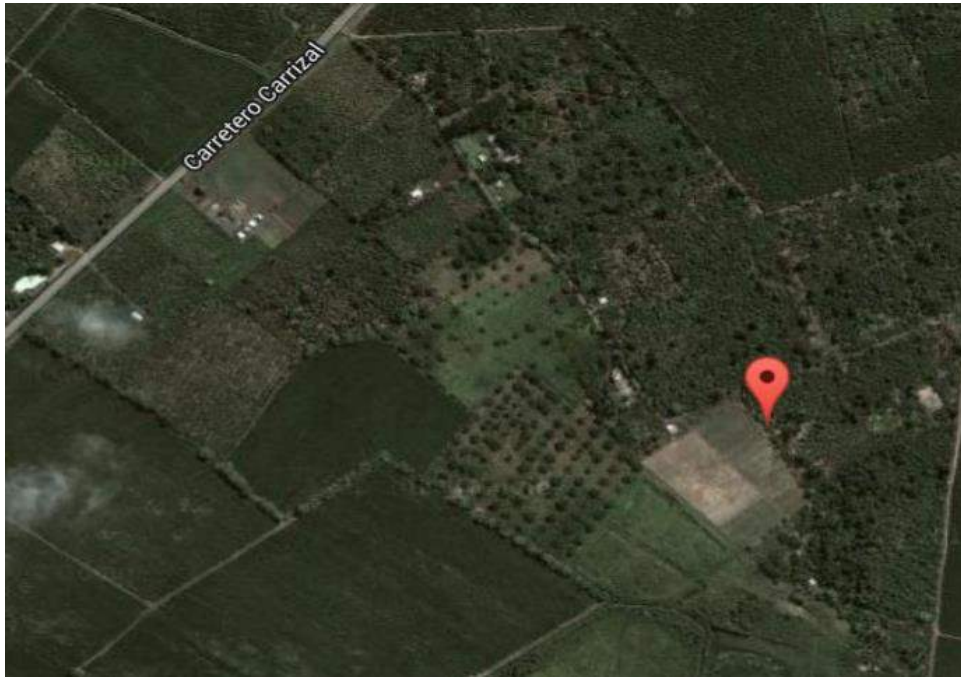
La población de este recinto es cada vez más grande y su principal fuente de ingresos es la producción agrícola como: cacao, plátano, piña, banano, tabaco, caña de azúcar, arroz, maíz, papaya, etc. Todos los habitantes de los recintos aledaños tienen que pasar necesariamente por el recinto Carrizal para poder llegar a la ciudad de Milagro, por ésta razón se convierte en un gran punto de unión con los demás recintos. (Garces, 2015).

Imagen 8 Localización del recinto Carrizal - Milagro



Fuente: Google Maps

Imagen 9 Plantaciones del recinto Carrizal



Fuente: Foto Tomada Por Vía GPS Del Rcto. Carrizal

Realizado por: (Garces, 2015).

3.8 Descripción de la Propiedad y Activos del Proyecto

3.8.1 Infraestructura y Obra Civil

La infraestructura e instalaciones de la planta exportadora de banano que pertenecen a la empresa Bluelake S.A., la cual cuenta actualmente con 8 haciendas, donde se realizan procesos para la exportación hacia el mercado como Irán además de Ucrania se está empleando un nuevo proyecto el cual se estima exportar a Turquía

Área Administrativa. – en esta área se lleva a cabo el proceso administrativo y sus componentes, planeación, organización, dirección y control, resultan de la mayor importancia para la empresa dentro del sistema de toma de decisiones.

Área recepción. – es el acopio de la materia prima los racimos de banano con su respectiva identificación para identificar los racimos que se cosechan y los que se enfundan, además de verificar la calibración del banano.

Área de limpieza. – aquí se hace la limpieza y desinfección se retira la funda y se los lava de los racimos por 3 minutos se encuentran instalados lavaderos de tamaño grande e hidrolavadoras con presión de agua.

Área de desflore. - para el desflore es retirar todas las flores que viene en los dedos de los racimos y que no son retirados.

Área de desmane y selección. – aquí se utiliza una herramienta que se llama cuchareta para sacar mano a mano del racimo de arriba hacia abajo, y se realiza la selección calificando el grado y porte de la fruta.

Área de saneo. – se vuelve a lavar y con ayuda de una herramienta llamada curvo la cual sirve para hacer el saneo o picada realizado una segunda clasificación.

Área de embalaje. - luego que se ha hecho la limpieza se ha realizado el control de calidad se procede a la clasificación del tamaño de cada clúster y se lo coloca en gavetas para el embalaje.

Área de pesado. - se coge las manos puestas ya en los platos se llama ala gavetas y se las pesa para cumplir con las especificaciones del agente importador.

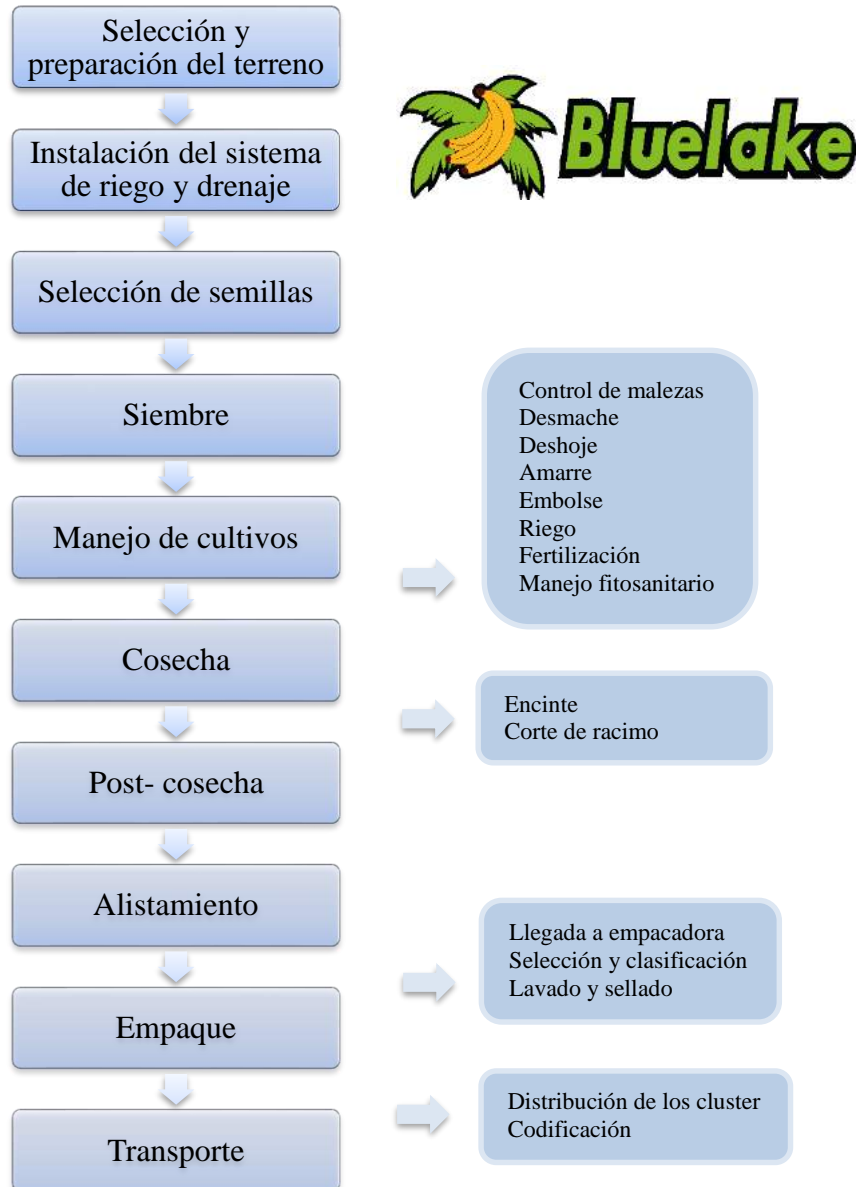
Área de fumigación. – como toda la fruta tiene echo cortes en el proceso de selección se le hace clúster y esta propenso al ataque de hongos, bacterias o virus.

Área de empaquetado. – aquí se ubica la fruta que está en las bandejas en 4 fijas y se la deposita en el cartón y se procede al embalaje.

Área de almacenamiento. - al terminar los procesos anteriores se procede a palletizar la caja y mantenerlas por un tiempo almacenada hasta que lleve el transporte.

3.8.2 Flujograma del Proceso Productivo

Figura 4 Flujograma del Proceso Productivo



Fuente: (BLUELAKE S.A., 2020)

Realizado por: Leonardo Ronquillo

3.8.3 Proceso de Exportación

El proceso que se realiza para la exportación del banano al mercado de Turquía La será por Vía Aérea en término CFR, la declaración Aduanera Única de Exportación será llenada y presentada en todas las exportaciones, adjuntado los diferentes documentos que se menciona e cada uno de los procesos detalladamente con la finalidad de optimizar el proceso y el cumplimiento de ser una empresa responsable.

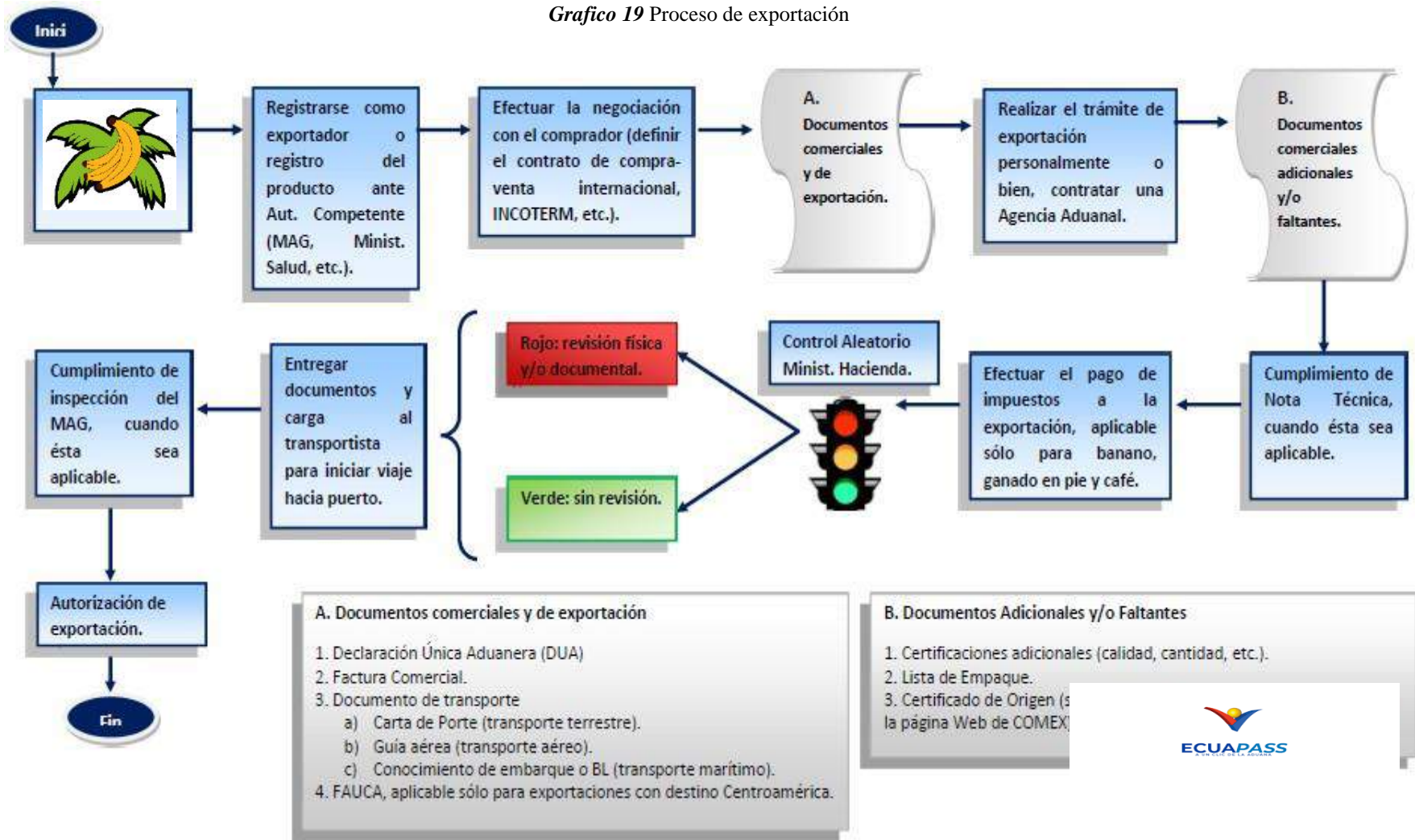
Imagen 10 Proceso de exportación



Fuente: (BLUELAKE S.A., 2020)

Realizado por: Leonardo Ronquillo

Grafico 19 Proceso de exportación



Fuente: (Centro de Asesoría para el Comercio Exterior, 2014)

Realizado por: (Centro de Asesoría para el Comercio Exterior, 2014)

3.9 Plan de Inversiones

3.9.1 Estudio Económico Financiero

3.9.1.1 Inversión Inicial

- **Activos Fijos**

Cabe indicar que se detalla toda la infraestructura y obra social con la que cuenta la empresa Bluelake S.A. en la actualidad donde produce banano hacia os países de Grecia e Irán y el propósito del estudio de este proyecto es llegar al mercado de Turquía.

Para dar inicio a este proyecto la empresa dispondrá de los recursos de las aportaciones de los accionistas ya que el nuevo objetivo es el país de Turquía. En la Tabla 7 se detalla todos los conceptos requeridos para ampliar con las actividades del negocio.

Tabla 15 Costos de Equipos y Maquinarias

ACTIVOS FIJOS

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Precio Acumulado
COSTO DE EQUIPOS Y MAQUINARIAS				
Bomba CP3	3	\$ 120,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Balanza Detecto	1	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 485,00
Bandejas	20	\$ 25,00	\$ 500,00	\$ 985,00
Curvos de saneo	10	\$ 3,25	\$ 32,50	\$ 1.017,50
Cunas	10	\$ 900,00	\$ 9.000,00	\$ 10.017,50
Curvos de desmane	10	\$ 9,50	\$ 95,00	\$ 10.112,50
Curvos de enfunde	10	\$ 7,50	\$ 75,00	\$ 10.187,50
Machete	10	\$ 9,50	\$ 95,00	\$ 10.282,50
Garruchas	80	\$ 18,00	\$ 1.440,00	\$ 11.722,50
Cucharetas	6	\$ 3,90	\$ 23,40	\$ 11.745,90
Podones	9	\$ 9,00	\$ 81,00	\$ 11.826,90
Filtros	1	\$ 11,00	\$ 11,00	\$ 11.837,90
Escalera de cosecha	4	\$ 140,00	\$ 560,00	\$ 12.397,90
Escalera de enfunde	5	\$ 110,00	\$ 550,00	\$ 12.947,90
Equipos de protección	10	\$ 9,80	\$ 98,00	\$ 13.045,90
Calibradores patrón	15	\$ 6,90	\$ 103,50	\$ 13.149,40

Fuente: (BLUELAKE S.A., 2020)

Realizado por: Leonardo Ronquillo

Tabla 16 Muebles de Oficina

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Precio Acumulado
MUEBLES DE OFICINAS				
Escritorio	4	\$ 120,00	\$ 480,00	\$ 480,00
Sillón de ejecutiva	4	\$ 30,00	\$ 120,00	\$ 600,00
Sillas de espera	6	\$ 12,00	\$ 72,00	\$ 672,00
Archivador	3	\$ 80,00	\$ 240,00	\$ 912,00
Perchas	2	\$ 110,00	\$ 220,00	\$ 1.132,00
Extintor de incendios 20 lb	4	\$ 120,00	\$ 480,00	\$ 1.612,00

Fuente: (BLUELAKE S.A., 2020)

Realizado por: Leonardo Ronquillo

Tabla 17 Equipos de Oficina

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Precio Acumulado
EQUIPOS DE OFICINAS				
Telefonos	2	\$ 25,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Calculadoras	2	\$ 50,00	\$ 15,00	\$ 65,00
Dispensador de agua	1	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 115,00
Grapadora	2	\$ 50,00	\$ 10,00	\$ 125,00
Boligrafos	6	\$ 50,00	\$ 0,50	\$ 125,50
Quitagrapas	2	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 135,50
Perforadora	2	\$ 50,00	\$ 4,50	\$ 140,00

Fuente: (BLUELAKE S.A., 2020)

Realizado por: Leonardo Ronquillo

Tabla 18 Equipos de Computación

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Precio Acumulado
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				
Laptop	3	\$ 750,00	\$ 2.250,00	\$ 2.250,00
Computadora	1	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 2.700,00
Impresora multifuncional	1	\$ 325,00	\$ 325,00	\$ 3.025,00
Sotware	1	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 3.925,00
Router Inalámbrico	1	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 4.075,00

Fuente: (BLUELAKE S.A., 2020)

Realizado por: Leonardo Ronquillo

Tabla 19 Infraestructura

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Precio Acumulado
INFRAESTRUCTURA				
Establecimiento de la empresa	1	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00

Fuente: (BLUELAKE S.A., 2020)

Realizado por: Leonardo Ronquillo

3.9.1.2 Activos Diferidos

Comprende con los bienes intangibles (servicios necesarios para la instalación del proyecto) susceptibles de amortizaciones a 5 años y son:

Tabla 20 Activos Diferidos

GASTOS DE ORGANIZACIÓN		
A) PATENTES Y LICENCIAS	MENSUAL	VALOR ACUMULADO
Certificado GLOBALGAP	\$1.400,00	\$1.400,00
Certificado de buenas practicas	\$1.480,00	\$ 2.880,00
Registro marca propiedad	\$ 208,00	\$ 3.088,00
Total	\$3.088,00	
B) CAPACITACIÓN		
Capacitación al personal	300,00	\$3,388.00
C) GASTOS DE EXPORTACIÓN		
Flete Internacional Marítimo MAERSK. \$ 6,100.00 MENSUAL	\$48,800,00	\$52,188.00
Agente de aduana \$ 400.00 Exportaciones	\$1,600,00	\$53,788.00
Certificado de origen \$ 10.00 y 8 contrs	\$80,00	\$53,868,00
Transporte local \$ 340.00 x 20contrs	\$2,720.00	\$56,588.00
Cartones de 22XU 45LB 1200x\$600.00x8	\$4,800.00	\$61,388.00
Material Chico(SUNCHO-FUNDAS-ETC) X1200x\$250.00 x 8	\$2,400.00	\$63,788.00
SUBTOTAL	\$60,400.00	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		

Fuente: (BLUELAKE S.A., 2020)

Realizado por: Leonardo Ronquillo

3.9.2 Financiamiento de la Inversión

Luego de haber detallado los activos fijos con los que cuenta la empresa, solo se requerirá para empezar con la exportación los gastos de exportación que los asumirá la empresa porque es uno de los objetivos llegar al mercado de Turquía, ya que en la actualidad realiza importaciones hacia los países de Grecia e Irán

3.9.2.1 Presupuesto de Operación

3.9.2.1.1 Presupuesto de Gastos

Se consideran los gastos administrativos y de ventas los cuales se calculan sin restricciones y tomando como referencia lo que se debe de considerar en este tipo de negocios;

Tabla 21 Costos de producción

	Costos	Mensual	Anual	División	
Contenedor 8/cajas 1.200	\$ 2.00	\$ 19,200.00	\$ 230,400.00	MPD	
Cajas	0.50	4,800.00	57,600.00	MPD	
QUÍMICOS PARA LAVAR EL BANANO	0.20	1,920.00	23,040.00	MPD	
Plástico	0.20	1,920.00	23,040.00	MPD	\$ 334,080.00
Energía	0.30	2,880.00	34,560.00	GGP	
Mantenimiento de Maquinas	0.50	4,800.00	57,600.00	GGP	
Agua	0.10	960.00	11,520.00	GGP	
Misceláneos	0.20	1,920.00	23,040.00	GGP	\$ 126,720.00
TOTAL		\$ 38,400.00	\$ 460,800.00		\$ 460,800.00

Fuente: (BLUELAKE S.A., 2020)

Realizado por: Leonardo Ronquillo

Tabla 22 División de costos y gastos de producción

DIVISIÓN DE COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCIÓN

	MENSUAL	ANUAL
COSTO DE PRODUCCIÓN		
Materia Prima Directa	\$ 27,840.00	\$ 334,080.00
Otros Gastos de Producción	10,560.00	126,720.00
Total de Gastos de Producción	38,400.00	460,800.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	0.00	0.00
Total de Gastos Administrativos	0.00	0.00
GASTOS DE VENTAS		
Agente Aduanero \$ 400.00 x4	1,600.00	19,200.00
Flete Internacional \$ 6,100.00 x 8 contrs	48,800.00	585,600.00
Certificado de Origen \$ 10,00 x 8 cotnrs	80	960.00
Transporte Terrestre \$ 340 x 8	2,720.00	32,640.00
Total de Gastos de Ventas	53,200.00	638,400.00
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 91,600.00	\$ 1'099,200.00

Fuente: (BLUELAKE S.A., 2020)

Realizado por: Leonardo Ronquillo

3.9.2.1.2 Presupuesto de Ingresos y Ventas

Para el primer año se estima exportar 8 contenedores mensuales de 1200 cajas de 22XU con un peso de 43 LBS cada caja al precio de \$ 14.55 que da un valor de \$ 139,680.00 y al año 1'676.160.00

El Precio oficial de caja de banano por contrato \$ 14.55 USD establecido por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) para el tipo de caja de 41,5-43 libras, que corresponde a la caja 22XU, lo que equivale a \$ 0,34 USD por libra.

Tabla 23 Estimación de cajas vendidas

Estimación de Cajas Vendidas

Meses	Cajas de 22XU de 43LBx
Febrero 2022	9600
Marzo 2022	9600
Abril 2022	9600
Mayo 2022	9600
Junio 2022	9600
Julio 2022	9600
Agosto 2022	9600
Septiembre 2022	9600
Octubre 2022	9600
Noviembre 2022	9600
Diciembre 2022	9600
Enero 2022	9600
Febrero 2023	115.200

Realizado por: Leonardo Ronquillo

Tabla 24 Presupuesto de ventas

Presupuesto de Ventas

Precio de caja = \$14,55 x 1200 x 8	
Meses	Valor
Octubre 2021	\$ 139,680.00
Noviembre 2022	139,680.00
Diciembre 2022	139,680.00
Enero 2022	139,680.00
Febrero 2022	139,680.00
Marzo 2022	139,680.00
Abril 2022	139,680.00
Mayo 2022	139,680.00
Junio 2022	139,680.00
Julio 2022	139,680.00
Agosto 2022	139,680.00
Septiembre 2022	139,680.00
Total	\$ 1'676.160.00

Realizado por: Leonardo Ronquillo

En el primer año se espera vender 9600 cajas mensuales, valorada en \$14.55 lo que da un total de \$ 139,680.00 y al año \$ 1'676,160.00 menos un costo de producción \$ 460,800.00 que representa el 27 % de las ventas, el mismo incluye materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación obteniendo una utilidad bruta de \$ 1'215,360.00

3.9.3 Análisis del TIR y del VAN

3.9.3.1 Valor Actual Neto (VAN)

Fórmula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

$$VAN = -460,800 + \frac{1'676,160}{1+0.167616} + \frac{1'676,160}{(1+0.167616)^2} + \frac{1'676,160}{(1+0.167616)^3} + \frac{1'676,160}{(1+0.167616)^4} + \frac{1'676,160}{(1+0.167616)^5}$$

- $VAN = -460,800 + \frac{1'676,160}{1.017} + \frac{1'676,160}{1.034} + \frac{1'676,160}{1.052} + \frac{1'676,160}{1.070} + \frac{1'676,160}{1.088}$
- $VAN = -460,800 + 1'648,141.59 + 1'621,044.49 + 1'593,307.99 + 1'566,504.67 + 1'540,588.24$
- $VAN = -460,800 + 7'969,586.98$

$$VAN = 7'508,786.98$$

El VAN es de \$ 7'508,786.98 por este resultado se concluye que el proyecto es muy rentable y puede ser ejecutado por la empresa BLUELAKE S.A debido a que el VAN es muy atractivo, considerando que el análisis de este proyecto es a 5 años.

9.3.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR es la tasa de descuento que iguala en el monto inicial, la corriente futura de cobros con la de pagos, generando un VAN igual a cero.

Fórmula

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n}$$

Tabla 25 Tasa Interna de Retorno (TIR)

AÑO	CANTIDAD
INVERSIÓN	\$-460,800.00
1	1'676.160.00
2	1'676.160.00
3	1'676.160.00
4	1'676.160.00
5	1'676.160.00
TOTAL	3,582 %

Realizado por: Leonardo Ronquillo

Para calcular la Tasa Interna de Retorno (TIR), hemos considerado la inversión inicial que es de \$ 460,800.00, se ha proyectado los ingresos anuales de los cinco años en función del precio, el cálculo TIR nos da 3,582 % es decir que el proyecto muy rentable.

Conclusiones

Mantener los mercados a los que actualmente a los cuales se exporta el banano es un reto al que se enfrenta el exportador en cada temporada, debido a la competencia internacional además del encarecimiento de los fletes internacionales. Turquía es un país reconocido por su posición geográfica estratégica, que constituye un puente entre Europa y Asia, el desarrollo de este mercado debe ir de la mano con la Seguridad Jurídica brindando verdadera justicia, para el

Gobierno como para los inversionistas extranjeros, sin abusos pues resulta beneficioso el ingreso de divisas al país.

Turquía cuentan con una serie de reglamentos especiales a la hora de importar el banano de Ecuador, tanto de forma documental como especificaciones técnicas que deben de tener, las etiquetas, envases y entre otros, los cuales además de los requisitos locales obstaculizan el ingreso al mercado extranjero a los exportadores, y retrasa el proceso de exportación.

La demanda de banano en el mercado internacional en todo lo que se ha investigado Ecuador puede satisfacer gracias a su ventaja competitiva su ventaja competitiva es ofrecer un banano de excelente sabor, calidad y más tiempo de vida útil, estas características se las ha obtenido de su privilegiado suelo que es apto para el cultivo y las excelentes condiciones climáticas.

La empresa Bluelake S.A. debe conocer todas las exigencias arancelarias, medidas sanitarias y fitosanitarias, gestión operativa y aduanera y otros aspectos de comercialización en el país de Turquía que le permitan ejecutar una negociación exitosa.

Recomendaciones

- Se recomienda incursionar en los mercados de los países de medio Oriente, debido a su aspecto geográfico, convirtiéndose en un enlace cultural entre Occidente y Oriente además de su hábito en el consumo de frutas, así también gestionar y realizar caja de banano óptimo para llegar ha dicho mercado conservando la marca del país y exportando un banano de excelente calidad.
- Los países Euro-asiáticos, existen una sobrepoblación; a pesar que no existe el hábito del consumo de la fruta en esta región se podría introducir la fruta hasta lograr su aceptación y preferencia. A su vez los exportadores deberían de afianzarse y hacer conciencia para que en el momento de enviar la fruta lo hagan dentro del límite de tiempo establecido, de manera que la fruta llegue en buen estado para que sea comercializada sin ningún tipo de inconvenientes.
- Realizar nuevas investigaciones donde se identifique la factibilidad del ingreso del banano al a otros mercados del exterior, esto le corresponde al Gobierno Nacional del Ecuador, a través de la asignación al organismo pertinente.
- Es importante que todas las empresas grandes, medianas y pequeñas interesadas en la exportación de banano que realizan un estudio con una cobertura país del sector bananero para posteriormente compararlo con lo expuesto en la presente investigación.

Referencias bibliográficas

- Abreu, J. L. (2014). *El Método de la Investigación*. Obtenido de [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Alcaldía de Milagro. (2015). ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL. págs. http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0960000730001_DI_AGN%C3%93STICO,%20PROPUESTA%20Y%20MODELO%20DE%20GESTION_16-03-2015_16-48-06.pdf.
- Ambit BST. (01 de Junio de 2021). *CAPA: Gestión de Acciones Correctiva y Preventivas en un sistema de Calidad Farmacéutico*. Obtenido de <https://www.ambitbst.com/blog/capa-gesti%C3%B3n-de-acciones-correctiva-y-preventivas-en-un-sistema-de-calidad-farmac%C3%A9utico>
- Andrade Arteaga, C. (2020). *AFECTACIÓN A LAS EXPORTACIONES DE BANANO ECUATORIANO A CAUSA DE LA PANDEMIA POR EL COVID19. CONGRESO INTERNACIONAL VIRTUAL SOBRE COVID-19*.
- Arias, E. R. (18 de Mayo de 2016). *La investigación exploratoria*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-exploratoria.html>
- Arias, E. R. (18 de Julio de 2018). *Tipos de investigación*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-investigacion.html>
- Arias, W. P. (2019). *La Apertura Comercial y su Incidencia en el Crecimiento Económico del Ecuador*.
- Asana, T. (01 de Julio de 2021). *Análisis FODA: Qué es y cómo usarlo (con ejemplos)*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
- Ayala, M. (02 de Abril de 2018). *Método histórico: características, pasos y ejemplos*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/metodo-historico/>
- Ayala, M. (26 de Agosto de 2020). *LIFEDER*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/marco-metodologico/>
- Banco Central del Ecuador. (2020). *UENTA CORRIENTE DE LA BALANZA DE PAGOS REGISTRA SUPERÁVIT DE USD 395,4 MILLONES EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2020*. doi:<https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1371-cuenta-corriente-de-la-balanza-de-pagos-registra-superavit-de-usd-395-4-millones-en-el-primer-trimestre-de-2020>
- Banco Mundial. (2021). *Población, total - Turkey*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/sp.pop.totl?locations=TR>
- Benacer, R. (22 de Febrero de 2018). *Tipos de yuca, beneficios y composición nutricional*. Obtenido de <https://www.webconsultas.com/dieta-y-nutricion/dieta-equilibrada/tipos-de-yuca-y-composicion-nutricional-12298>
- BLUELAKE S.A. (2020). *Empresa Bluelake S.A*. Obtenido de <https://www.exportadorabluelake.com/>
- Brenes, E. A. (2017). *La yuca como el cultivo Mesoamericano que nunca falla. Sector Agro*, 19-32. Obtenido de <http://www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/F01-10918.pdf>
- Camara de Exportadores de la Republica de Argentina. (Enero 2019). *Repensando las teorías del comercio*. Instituto de Estrategia Internacional.
- Centro de Asesoría para el Comercio Exterior, C. (Julio de 2014). *Guía informativa sobre temas de comercio exterior a Turquía*. págs. https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/guia_informativa2020-03-17_17-56-24.pdf.
- CEPAL. (16 de Diciembre de 2020). *América Latina y el Caribe tendrá crecimiento positivo en 2021, pero no alcanzará para recuperar los niveles de actividad económica pre-pandemia*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/comunicados/america-latina->

- caribe-tendra-crecimiento-positivo-2021-pero-alcanzara-recuperar-niveles
Constitucional de la republica. (19 de Febrero de 2008). *CONSTITUCION DE LA
REPUBLICA DEL ECUADOR 2008*. Obtenido de
[http://www.acuaculturaypesca.gob.ec/wp-
content/uploads/downloads/2016/12/Reglamento-a-la-Ley-de-Pesca-2016.pdf](http://www.acuaculturaypesca.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/12/Reglamento-a-la-Ley-de-Pesca-2016.pdf)
- COPCI. (21 de Agosto de 2018). *CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO
E INVERSIONES, COPCI*. Obtenido de [https://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-
content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf](https://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf)
- Corte Constitucional del Ecuador. (28 de Marzo de 2013). *Corte Constitucional del Ecuador*.
doi:<http://doc.corteconstitucional.gob.ec:8080/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/3ba0048-8421-4613-a509-79cd414da376/0010-12-ti-dic-dam.pdf?guest=true>
- Cristerna, D. E. (2013). El escenario de competencia de la Industria Gastronómica de
Cancún basado en las cinco fuerzas de Porter. *El Periplo Sustentable*, 24.
- Darío Ibarra, Z. (2016). *Crítica a la Teoría Clásica del Comercio Internacional, un enfoque de
equilibrio general entre país grande y país pequeño*. Mexico: Copyright.
- David Ricardo. (1999). *David Ricardo*. Colombia: unal.
- De Almeida, A. (2016). *Pesquisa histórica: teoria, metodologia e historiografia*. Obtenido de
<http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/303/3032344006/html/index.html>
- Ecología verde. (s.f.). *Tipos de plátanos*. Obtenido de [https://www.ecologiaverde.com/tipos-
de-platanos-2686.html](https://www.ecologiaverde.com/tipos-de-platanos-2686.html)
- Eli Heckscher y Bertil Ohlin. (1977). *El Modelo de Heckscher-Ohlin*. Obtenido de Teoría de la
dotación de los factores de producción: [https://www.ceupe.com/blog/modelo-
heckscher-ohlin.html](https://www.ceupe.com/blog/modelo-heckscher-ohlin.html)
- Espinoza, E. (2016). *Universo, muestra, muestreo*. Obtenido de
<http://www.bvs.hn/Honduras/UICFCM/SaludMental/UNIVERSO.MUESTRA.Y.MUESTREO.pdf>
- Export Entreprises SA. (2020). *Estadísticas de Canadá*. Obtenido de
<http://www.statcan.gc.ca/eng/start>
- FAO. (2018). *Guía técnica para producción y análisis de almidón de yuca*. Obtenido de
<https://www.fao.org/3/a1028s/a1028s.pdf>
- Flores, F. A. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa:
Consensos y disensos. *Scielo*, 56-58.
- Frete & Mendoza. (2010). *Mandioca una opción industrial*. Obtenido de Agencia Del
Gobierno de Los Estados Unidos Para El Desarrollo Internacional :
<https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/1862/mandioca.pdf>
- Garces, S. M. (2015). ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO
ECOTURÍSTICO RECREACIONAL QUE CONTRIBUIRÁ EN EL DESARROLLO DEL
ECOTURISMO DEL RECINTO CARRIZAL DEL CANTÓN MILAGRO, PROVINCIA
DEL GUAYAS, ECUADOR. pág.
<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/2579/1/ESTUDIO%20DE%20VIABILIDAD%20PARA%20LA%20CREACION%20DE%20UN%20CENTRO%20ECOTUR%20RECREACIONAL%20QUE%20CONTRIBUIR%20EN%20EL%20DESARROLLO%20DEL%20ECOTURISMO.pdf>.
- García, I. F. (Agosto de 2014). *CULTIVO DE YUCA EN EL ECUADOR*. Obtenido de
ESTACIÓN EXPERIMENTAL PORTOVIEJO:
[https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/6559/BVE30470020e.pdf;jsessionid
=0056E8BD46C95CEE0A9E99643431EE00?sequence=1](https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/6559/BVE30470020e.pdf;jsessionid=0056E8BD46C95CEE0A9E99643431EE00?sequence=1)
- Gómez, E. A. (2019). *Gobierno Abierto: Un análisis de su adopción en los Gobiernos Locales desde las Políticas Públicas*. Madrid: INAP.
- González, E. R. (07 de Febrero de 2017). *OBSERVACION: DIRECTA E INDIRECTA*.

- Obtenido de <https://nvega2015.wordpress.com/2017/02/07/observacion-directa-e-indirecta/>
- INEN. (2018). *Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN-ISO 1842 Productos vegetales y*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28027/1/AL%20678.pdf>
- INIAP. (2014). *Yuca: Manihot esculenta Crantz*. Obtenido de <http://tecnologia.iniap.gob.ec/index.php/explore-2/mraiz/ryuca>
- INSTITUTO GEOGRÁFICO MILITAR. (2020). <http://www.geograficomilitar.gob.ec/descarga-de-informacion-tecnica/>.
- Jervis, T. M. (Agosto de 2020). La investigación descriptiva. *LIFEDER*, 23. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- León, G. M., & Alarcón, K. A. (19 de Septiembre de 2016). *Estudio para la creación de una empresa de trading con enfoque en el sector bananero*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6651/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES-269.pdf>
- Maria L. Rodríguez. (17 de Marzo de 2017). *Las Encuestas - Qué son, Características, Cómo Hacerlas*. Obtenido de <https://tugimnasiacerebral.com/herramientas-de-estudio/que-es-una-encuesta-caracteristicas-y-como-hacerlas>
- Martín, P. J. (15 de Mayo de 2017). *ESTUDIA TU ENTORNO CON UN PEST-EL*. Obtenido de <https://www.cerem.ec/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el>
- Mendoza, D. L., Escobar, J. J., & Castelar, T. E. (2017). *PLAN DE NEGOCIOS EXPORTADOR DE DERIVADOS DE LA YUCA*. Obtenido de <https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/699/157-%20TTG%20-%20PLAN%20DE%20NEGOCIOS%20EXPORTADOR%20DE%20DERIVADOS%20DE%20LA%20YUCA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Michael . E.Porter. (1980). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia*. Bogotá: Harvard Business School.
- Michael E. Porter. (1985). *entaja competitiva: Creación y sostenibilidad de un rendimiento superior (Empresa y Gestión)*. España: Pirámide.
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2020). *Acuerdos Ministeriales y Resoluciones Administrativas*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/acuerdos-ministeriales/>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2021). *Productores de Sucúa realizan primer envío de yuca con miras a exportación*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/productores-de-sucua-realizan-primer-envio-de-yuca-con-miras-a-exportacion/>
- Montenegro, G. (2015). *Comercio Internacional y negociaciones. Una mirada desde el Ecuador*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12494/1/MarketingComercioInternacional-Y-TICs.pdf>
- Muente, G. (15 de Mayo de 2019). *Descubre qué es un Análisis PEST y los beneficios que aporta a las empresas*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/analisis-pest/>
- Muñoz., X., Hinojosa, F., & Mendoza, M. (2017). Muñoz. *Misioneros del Agro*, 4-18. Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/9671/1/15302.pdfhttps://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/9671/1/15302.pdf>
- Organizacion de las Naciones Unidas para la Alimentacion y Agricultura. (2021). *Todo sobre los bananos: lo que debería saber acerca de esta fruta tropical*. Obtenido de Organizacion de las Naciones Unidas para la Alimentacion y Agricultura: <http://www.fao.org/home/es/>

- Pérez, M. M. (23 de Abril de 2021). *¿Qué es CAPA y por qué es importante para su empresa?* Obtenido de https://blog.kawak.net/mejorando_sistemas_de_gestion_iso/que-es-capa-acciones-correctivas-y-preventivas
- Plan Toda una Vida. (2017). *Plan Toda una Vida*. Obtenido de <file:///C:/Users/L.Ronquillo/Downloads/PLAN%20TODA%20UNA%20VIDA.pdf>
- Plan toda una vida. (28 de Mayo de 2018). *Toda una Vida. Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021*. Obtenido de https://siteal.iiep.unesco.org/sites/default/files/sit_accion_files/siteal_ecuador_0244.pdf
- Porter, M. (2019). *Estrategia Competitiva*. España: Piramide.
- Porter, M. E. (2012). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores*. Mexico: Pirámide.
- PRO ECUADOR. (8 de Julio de 2015). *Análisis Sectorial de Flores de Verano*. Obtenido de <https://issuu.com/pro-ecuador/docs/floresdeverano#:~:text=Entre%20algunas%20de%20las%20especies,SunFlower%2C%20Godetia%2C%20Green%20Wicky%2C>
- Pro Ecuador. (21 de Julio de 2019). *Reporte especializado de Superalimentos*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/2021/07/>
- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la lengua española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/>
- Registro oficial del Ecuador. (15 de Febrero de 2008). *Registro oficial*. Obtenido de Registro oficial: <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf>
- Reglamento ley propiedad intelectual. (s.f.). doi:https://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/reglamento_ley_propiedad_intelectual.pdf
- Republica del Ecuador. (27 de Junio de 2017). *LEY ORGANICA DE SANIDAD AGROPECUARIA*. Obtenido de https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-09/Documento_Ley%20Org%C3%A1nica%20de%20Sanidad%20Agropecuaria.pdf
- Ricci, L. A. (2018). *CAPA: un sistema de calidad para eliminar o mitigar los riesgos*. Obtenido de <http://blog.cgmpdoc.com/2014/12/capa-un-sistema-de-calidad-para-eliminar-o-mitigar-los-riesgos/>
- Rivera, S. (18 de Octubre de 2016). *¿Cómo enfocar la tesis? Enfoque cuantitativo y cualitativo*. Obtenido de <https://normasapa.net/tesis-enfoque-cuantitativo-cualitativo/>
- Roldán & Fachell, i. L. (2015). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA*. Barcelona: Creative Commons.
- Ruiz, Borboa, & Rodríguez. (2013). El enfoque mixto de investigación en los estudios fiscales. *Académica de Investigación TLATEMOANI*, 1-25. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/13/estudios-fiscales.pdf>
- Sandoval, L. J., & Yesica Paola Ruiz. (2016). *ELABORACIÓN DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE LA EMPRESA BOMBOLANDIA LTDA*. Obtenido de https://www.intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/Emprendimiento/2018_1/Publicaciones/proyecto_bombolandia_admon_empresas.pdf
- Secretaría de Educación Pública. (2015). *Metodología de la investigación*. Mexico: AUTOMATTIC. Obtenido de <https://laedu.digital/2021/04/26/utilidad-y-las-caracteristicas-de-la-metodologia-de-la-investigacion/>
- Serna, P., Ponce, T., & Oña, X. (2019). <http://www.pucesi.edu.ec/pdf/yuca.pdf>. Obtenido de Centro de Inteligencia e Información Comercial (CICO): <http://www.pucesi.edu.ec/pdf/yuca.pdf>

- SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR. (2020). <https://www.aduana.gob.ec/>. Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (Diciembre de 2020). *EXPORTACIONES*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/exportaciones/>
- Smith, S. (1776). *Investigación Sobre la Naturaleza y Causas de la Riqueza de las Naciones*. Mexico: FCE.
- Solís, L. D. (04 de Febrero de 2020). *La entrevista en la investigación cualitativa*. Obtenido de <https://investigaliacr.com/investigacion/la-entrevista-en-la-investigacion-cualitativa/>
- Taramuel, R. F. (2016). *Sistema de auditoría informática para la entidad promotora de salud indígena Mallamas de Cumbal*. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/1639/1/TUTSIS008-2015.pdf>
- Trade Map. (2020). *Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas*. Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es>
- Valbuena, A. P. (2019). *MODELO DE PORTER Y ESTRATEGIAS DE NEGOCIO DE OPERADORES DE TELECOMUNICACIONES EN ESPAÑA*. Obtenido de https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/6858/Modelo_Porter.PDF?sequence=1&isAllowed=y
- Vivas, M. E. (2020). *“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE YUCA”*. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8398/1/57843_1.pdf
- Yáñez, K. E. (2017). *PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA YUCA DEL “CENTRO SERA” DEL CANTÓN SUCÚA HACIA EL MERCADO DE LA CIUDAD DE CUENCA*. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/2069/1/43833_1.pdf

Anexos

Anexo 1 Encuesta a los consumidores finales del producto exportado



Propósito: Identificar la demanda del producto

Fecha:

Hora:

1. ¿Por qué usted prefiere el banano ecuatoriano?

- Calidad
- Precio
- Sabor

2. ¿Cuál de las siguientes opciones prefiere para consumir el producto?

- Harina
- Jugos

- Cake
- Pastel
- Coladas
- Snack
- Escama

3. ¿Con que frecuencia usted compra el banano al mes?

- 1 a 2 veces
- 3 a 4 veces
- 5 a 6 veces
- 6 veces a mas

4. ¿Conoce cuáles son los beneficios que aporta a la salud el banano?

- Si
- No

5. ¿En qué horarios Ud. consume el producto?

- Mañana
- Tarde
- Noche

6. ¿Recibe algún tipo de publicidad por parte de su proveedor para promover la venta del banano ecuatoriano?

- Si
- No

7. ¿Al momento de realizar su compra, que lugar es el que Ud. elige para efectuarla?

- Mercados

- Supermercados
- Otros

8. ¿Al momento de Ud. establecer la compra del banano que lo impulsa a realizarla?

- Redes sociales
- Radio
- Tv
- Internet

9. ¿Qué colores le gustaría a usted que tenga el embalaje del producto?

- Cartón
- Plástico
- Vidrio
- Lata

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un kilo de banano?

- \$ 3.00
- \$ 4.00
- \$ 5.00

11. ¿Considera que el banano de Ecuador es mejor que de otros países que son la competencia?

- Si
- No

12. ¿Cree Ud. que es impórtate y adecuado plan de exportación para que banano llegue hasta sus manos en buen estado?

- Si

- No

Anexo 2 Entrevista con el gerente de la empresa BLUELAKE



Propósito: Identificar de la apertura del mercado internacional con el producto

Nombre de entrevistado:

Cargo: Gerente de la empresa Bluelake

Fecha: 11/01/2022

Hora: 5pm

1. ¿Considera que en la época actual se ha mejorado el proceso de exportación hacia el exterior?

El gerente respondió durante los últimos años se ha identificaron muchos desafíos producto de la pandemia sin embargo el sector bananero ha mantenido todas sus tasas de empleo estables, pero uno de los mayores logros del sector ha sido la unión entre otras empresas y también la capacidad de reacción tomado medidas preventivas desde hace años atrás por las diferentes amenazas que tiene la industria bananera por las diferentes plagas por lo que constantemente se implemente medidas de bioseguridad y con la aparición del Covid lo único que se tuvo que hacer fue acoplarlas y extendiendo las medidas pero ya se tenía una base preventiva.

2. ¿Hasta qué países llega el producto de la empresa?

El producto llega a países como Estados Unidos, Europa, Irán, Turquía y China, en el que la calidad, costo y peso cumple con las imposiciones de los mercados internacionales, para cada

lugar de destino se tiene diferentes especificaciones como para el mercado de Rusia el envío se hace en cajas de 22XU con 4 a 9 dedos de racimo, Europa y Estados Unidos en cajas de 20 XU con 4 a 9 dedos de racimo y hacia en cajas de 208 con 10 a 20 dedos de racimo.

3. ¿Qué estrategias de comercialización mantiene al momento?

En la actualidad se manejan diferentes estrategias comerciales en la producción y exportación destacando la principal que es la oferta de calidad acorde a las exigencias del mercado ya que en la empresa se exporta banano y derivados, los precios competitivos que son los que más se debe cambiar ya que hay temporadas en las que se requiere un poco más de inversión, pero sin subir el costo ya que se puede perder compradores del mercado nacional como internacional.

4. ¿Qué es lo que como empresa aspiran a futuro?

Logar expandirse al mercado internacional para el desarrollo económico y social de la empresa fortaleciendo las relaciones comerciales con los clientes y proveedores cumpliendo con cada una de las regularizaciones que tiene cada país, ofreciéndoles una excelente calidad del producto con más, peso y a un buen costo.

5. ¿Bajo qué certificaciones se encuentra la empresa exportadora?

GLOBALGAP es una valoración a nivel mundial que certifica las buenas prácticas agrícolas ya que los objetivos principales son de garantizar calidad en el proceso de producción del banano, establecer estándares universales para conseguir estrategias de producción seguros, usando de forma responsable los recursos naturales y asegurando el bienestar de los trabajadores y los animales.

Anexo 3 Evidencias fotográficas

Imagen 11 Planta del banano



Realizado por: Leonardo Ronquillo

Imagen 12 Transportación del producto para su debido proceso



Realizado por: Leonardo Ronquillo

Imagen 13 Investigación de campo con el personal de la empresa





Realizado por: Leonardo Ronquillo