



Carrera de Comercio Exterior

Trabajo de Titulación

**Previo a la obtención del Título de:
Ingeniero en Comercio Exterior**

TEMA:

**El Proceso de producción de la harina de plátano para la
comercialización externa de la Asociación de Productores San
Miguel de Palo Largo del cantón Santa Ana**

AUTORES

Carlos Alfredo Sornoza Vera

Juan José Santos Macías

TUTOR

Eco. Alex Ramos Mendoza

Portoviejo – Manabí - Ecuador
2016.

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Yo, Eco. Alex Ramos Mendoza, en calidad de profesor de la Carrera de Comercio Exterior de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, y Tutor del Trabajo Titulación **“El Proceso de producción de la harina de plátano para la comercialización externa de la Asociación de Productores San Miguel de Palo Largo del cantón Santa Ana ”**, Certifico que los egresados Carlos Alfredo Sornoza Vera, Juan José Santos Macías son autores de este trabajo de titulación, que ha sido elaborada cumpliendo los parámetros metodológicos establecidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, orientada y revisada durante su proceso de ejecución, por lo que autorizo su presentación. Es todo lo que puedo certificar en honor a la verdad.

Eco. Alex Ramos Mendoza

TUTOR

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR.

El Trabajo de Titulación “**El Proceso de producción de la harina de plátano para la comercialización externa de la Asociación de Productores San Miguel de Palo Largo del cantón Santa Ana**” presentada por los egresados Carlos Alfredo Sornoza Vera, Juan José Santos Macías, luego de haber sido analizada por los señores Miembros del Tribunal como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior, en cumplimiento de lo que establece la ley, se da por aprobada.

Eco. Julio Silva Ruiz

Coordinador de la Carrera

Eco. Alex Ramos Mendoza

Tutor

Eco. Francisco Verduga Vélez

Miembro del Tribunal

Eco. Franklin García Sánchez

Miembro del Tribunal

DECLARACIÓN DE LOS AUTORES

Declaro que el desarrollo del presente trabajo de titulación de grado titulada “**El Proceso de producción de la harina de plátano para la comercialización externa de la Asociación de Productores San Miguel de Palo Largo del cantón Santa Ana**”, fue realizado con esfuerzo, constancia y dedicación bajo los parámetros establecidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo y la carrera de Comercio Exterior.

La responsabilidad sobre la investigación, ideas, resultados, conclusiones, y recomendaciones pertenecen exclusivamente a los autores de este trabajo; quienes realizaron un trabajo conjunto con el tutor de titulación.

Carlos Alfredo Sornoza Vera

Juan José Santos Macías

AUTORES

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedicamos a nuestro Dios por darnos las fuerzas y la sabiduría para alcanzar este sueño.

A nuestros padres y seres queridos por el apoyo incondicional que nos brindaron, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante por llegar a esta etapa de nuestras vidas, pero más que nada por su amor.

A la Universidad San Gregorio de Portoviejo por darnos la oportunidad de formarnos como profesionales y a sus docentes de la carrera de Comercio Exterior por compartir con nosotros sus conocimientos y sabiduría.

Carlos Alfredo Sornoza Vera

Juan José Santos Macías

AGRADECIMIENTOS

“El que reciba todas las cosas con gratitud será glorificado”

D y C 78:19

A Dios por permitirnos llegar a este momento tan importante de nuestras vidas y realizarnos como profesionales.

Gracias a nuestros padres y todos nuestros seres queridos valiosos que nos acompañaron desinteresadamente, con paciencia y amor en el proceso de desarrollo de este trabajo.

A la Universidad San Gregorio de Portoviejo y a sus docentes de la carrera de Comercio Exterior que compartieron con nosotros, todos sus conocimientos durante los años de estudio.

A nuestro director de tesis Eco. Alex Ramos Mendoza, quien supo guiarnos, dándonos luz para la culminación de nuestra tesis.

A los productores de la Asociación de Productores San Miguel de Palo Largo del cantón Santa Ana actores fundamentales en el desarrollo de esta investigación

Carlos Alfredo Sornoza Vera

Juan José Santos Macías



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Tema:

El Proceso de Producción de la Harina de Plátano para la comercialización externa de la Asociación de Productores San Miguel de Palo Largo del cantón Santa Ana.

Autores:

Juan José Santos Macías

Carlos Alfredo Sornoza Vera

RESUMEN EJECUTIVO

Por medio de los resultados de los métodos empleados en esta investigación se pudo definir cuáles son las deficiencias en el sistema productivo y organizativo, por las que los asociados de La Asociación de Productores San Miguel de Palo Largo no cuentan con niveles de exportación de sus productos y solo cuentan con la comercialización local. Además de que no solo se dedican al proceso y producción de la harina de plátano a tiempo completo siendo esta la que más rentabilidad por unidad obtiene, se detectaron problemas de infraestructura y capacidad productiva. Al finalizar la investigación, se alcanzó la socialización y validación de los mismos, se desplegaron conclusiones y recomendaciones para ser implementadas en función de la producción con vista a la exportación.

Descriptor: proceso productivo, proceso de exportación, mercado, costo, demanda, oferta, capacitación, infraestructura, comercialización, distribuidores, barreras, mercado internacional.



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Tema:

El Proceso de Producción de la Harina de Plátano para la comercialización externa de la Asociación de Productores San Miguel de Palo Largo del cantón Santa Ana.

Autores:

Juan José Santos Macías

Carlos Alfredo Sornoza Vera

ABSTRACT

Through the results in this process could define what the weaknesses are in the productive and organizational system, which associates Producers Association San Miguel de Palo Largo do not have export levels of its products only have local marketing on Santa Ana and the Ayacucho Parish where the company is located. In addition not only dedicated to the process and production of banana flour full time which is the one that more profitability gets, problems of infrastructure and productive capacity were detected. At the end of the investigation, socialization and validation of these was reached, conclusions and recommendations to be implemented according to the production with a view to export were deployed.

Descriptors: production process, export process, market, cost, demand, supply, training, infrastructure, marketing, distributors, barriers, international market.

ÍNDICE PRELIMINAR

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR-----	i
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR-----	ii
DECLARACIÓN DE LOS AUTORES-----	iii
DEDICATORIA-----	iv
AGRADECIMIENTOS-----	v
RESUMEN EJECUTIVO-----	vi
ABSTRACT-----	vii

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I

1. ASPECTOS PRELIMNARES-----	2
1.1. TEMA -----	2
1.2. PROBLEMA-----	2
1.3. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA-----	2
1.3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA-----	2
1.3.2 CONTEXTUALIZACION DEL PROBLEMA-----	4
1.3.3 DELIMITACION DEL PROBLEMA-----	5
1.4 OBJETIVOS-----	6
1.4.1 OBJETIVOS GENERALES-----	6
1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS-----	6
1.5 JUSTIFICACION-----	7

CAPITULO II

2. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS-----	9
2.1 FUNDAMENTACION TEORICA-----	16
2.1.1 HARINA DE PLATANO-----	16
2.1.2 CARACTERISTICAS DE LA HARINA DE PLATANO-----	17
2.1.3 USOS DE LA HARINA DE PLATANO-----	17
2.1.4 CADENA PRODUCTIVA O PROCESO PRODUCTIVO-----	18
2.1.5 EXPORTACION-----	19
2.1.6 ESTUDIO DE MERCADO-----	19
2.2 MARCO CONCEPTUAL-----	20
2.2.1 PRODUCCION-----	20

2.2.2	COMERCIO INTERNACIONAL-----	20
2.2.3	NORMA DE CALIDAD-----	21
2.2.4	INFRAESTRUCTURA-----	21
2.2.5	COMERCIO INTERNO-----	21
2.2.6	IMPLEMENTACION ESTRATEGICA-----	21
2.2.7	DESARROLLO EMPRESARIAL-----	22
2.2.8	MERCADO-----	22
2.2.9	CALIDAD-----	22
2.2.10	CANALES DE DISTRIBUCION-----	23
2.3	FUNDAMENTACION LEGAL-----	23
2.3.1	CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR-----	23
2.3.2	CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES (COPCI) -----	24
2.4	HIPOTESIS-----	26
2.4.1	HIPOTESIS LOGICA-----	26
2.4.2	HIPOTESIS NULA-----	26
2.4.3	HIPOTESIS ESTADISTICA-----	26
2.5	IDENTIFICACION DE VARIABLES-----	27
2.5.1	VARIABLE INDEPENDIENTES-----	27
2.5.2	VARIABLE DEPENDIENTE-----	27
2.6	OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES-----	28
2.6.1	VARIABLE INDEPENDIENTE-----	28
2.6.2	VARIABLE DEPENDIENTE-----	29
CAPITULO III		
3.	MARCO METODOLOGICO-----	30
3.1	TIPOS DE INVESTIGACION-----	30
3.1.1	EXPLORATORIA-----	30
3.1.2	DESCRIPTIVA-----	30
3.1.3	ANALITICA-----	30
3.1.4	SINTETICA-----	31
3.1.5	PROPOSITIVA-----	31
3.2	MODALIDADES DE INVESTIGACION-----	31
3.3	METODOS Y TECNICAS-----	32
3.3.1	METODOS-----	32

3.3.1.1 TEORICOS-----	32
3.3.1.2 EMPIRICOS-----	32
3.3.2 TECNICAS-----	33
3.4 POBLACION Y MUESTRA-----	33
3.4.1 POBLACION-----	33
3.4.2 MUESTRA-----	33
3.5 TIPOS DE MUESTRA-----	33
3.6 RECURSOS-----	34
3.6.1 HUMANOS-----	34
3.6.2 MATERIALES-----	34
3.6.3 TECNOLOGICOS-----	34
3.6.4 ECONOMICOS-----	34
3.7 FUENTES Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION-----	35
3.8 PRESUPUESTO Y GASTOS-----	35
3.9 CRONOGRAMA-----	35
CAPITULO IV	
4. EL PROCESO DE PRODUCCION DE LA HARINA DE PLATANO	36
4.1 PROCESO DE PRODUCCION-----	36
4.1.1 GENERALIDADES DEL PRODUCTO-----	38
4.1.2 DESCRIPCION DEL PROCESO PRODUCTIVO-----	39
4.1.3 COSTOS DE PRODUCCION-----	44
4.1.4 VOLUMEN DE PRODUCCION-----	47
4.1.5 DEMANDA DE PRODUCCION-----	48
4.1.6 OFERTA DE PRODUCTOS-----	50
4.1.7 BENEFICIOS DEL PRODUCTO-----	51
4.1.8 INFORMACION ARROJADA DE LA ENTREVISTA-----	54
4.2 INFRAESTRUCTURA TECNOLOGICA-----	54
4.2.1 EQUIPOS, INSUMOS, PROVEEDORES-----	55
4.2.2 RECURSOS HUMANOS-----	57
4.2.3 INFRAESTRUCTURA FISICA-----	59
4.2.4 TECNOLOGIA APLICADA-----	59
4.2.5 APOYO FINANCIERO-----	60
4.2.6 BENEFICIOS DE LAS TECNOLOGIAS PARA LA NEGOCIACION DEL PRODUCTO-----	61

4.2.7	INFORMACION ARROJADA DE LA ENTREVISTA-----	62
4.3	CAPACITACION DEL PERSONAL LABORAL-----	62
4.3.1	PROCESO DE CAPACITACION-----	63
4.3.2	EFFECTOS DE LA CAPACITACION-----	64
4.3.3	CAPACITACION ORGANIZACIONAL-----	66
4.3.4	INFORMACION ARROJADA DE LA ENTREVISTA-----	67
4.4	ESTANDARES DE EXPORTACION-----	68
4.4.1	BARRERAS DE ENTRADA-----	68
4.4.2	PRODUCTOS SUSTITUTIVOS-----	70
4.4.3	REQUISITOS PARA LA EXPORTACION-----	71
4.4.4	DESCRIPCION DEL PROCESO DE EXPORTACION-----	71
4.4.5	DEMANDA EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES-----	74
4.4.6	INFORMACION ARROJADA DE LA ENTREVISTA-----	75
CAPITULO V		
5.	COMERCIALIZACION EXTERNA DE LA ASOCIACION DE PRODUCTORES DE SAN MIGUEL DE PALO LARGO-----	76
5.1	NIVEL DE CALIDAD DEL PRODUCTO PARA EL MERCADO EXTERNO-----	76
5.1.1	TIPOS DE PRODUCTOS-----	77
5.1.2	USOS-----	78
5.1.3	FORTALEZAS-----	78
5.1.4	FORMAS DE PRESENTACION DEL PRODUCTO-----	79
5.1.5	INFORMACION ARROJADA DE LA ENTREVISTA-----	80
5.2	PRECIOS-----	80
5.2.1	EFICIENCIA-----	81
5.2.2	DESCRIPCION DE PRECIOS-----	82
5.2.3	TIPOS DE PRECIOS PARA LOS MERCADOS INTERNACIONALES-----	82
5.2.4	COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS-----	84
5.2.5	COMPETENCIA-----	84
5.2.6	INFORMACION ARROJADA DE LA ENTREVISTA-----	84
5.3	LOGISTICA-----	85
5.3.1	DESCRIPCION DE LA CADENA PRODUCTIVA-----	85
5.3.2	FORMAS DE COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO-----	85

5.3.3	CANALES DE DISTRIBUCION-----	86
5.3.4	INFORMACION ARROJADA DE LA ENTREVISTA-----	87
5.4	VENTAS AL MERCADO INTERNACIONAL-----	87
5.4.1	VOLUMEN DE VENTAS-----	87
5.4.2	TIPOS DE VENTAS-----	88
5.4.3	APERTURA DE MERCADOS INTERNACIONALES-----	89
5.4.4	FORMAS DE ACCESOS DEL PRODUCTO A LOS MERCADOS INTERNACIONALES-----	90
5.4.5	INFORMACION ARROJADA DE LA ENTREVISTA-----	91
5.5	CONCLUSIONES-----	92
CAPITULO VI		
6.	PROPUESTA-----	94
6.1	FUNDAMENTACION TEORICA-----	94
6.2	OBJETIVOS-----	95
6.2.1	OBJETIVO GENERAL-----	95
6.2.2	OBJETIVOS ESPECIFICOS-----	95
6.3	DIAGNOSTICO-----	96
6.3.1	UBICACIÓN DE PLANTA-----	96
6.3.2	INFRAESTRUCTURA-----	96
6.3.3	RECURSOS HUMANOS-----	96
6.4	PLAN DE MEJORA-----	97
6.4.1	PROCESO PRODUCTIVO-----	97
6.4.2	PROCESO DE EXPORTACION-----	98
6.4.3	PROMOCION-----	98
6.4.4	CAPACITACION DE PRODUCTORES-----	98
6.5	TECNICAS DE COMERCIALIZACION-----	100
6.5.1	ACCESO AL MERCADO EXTERNO-----	101
6.5.2	ASESORIA-----	103
6.5.3	PROMOCION DEL PRODUCTO-----	104
6.5.4	MARCA-----	104
6.6	EVALUACION-----	104
6.6.1	FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA-----	105
6.6.2	EVALUACION ECONOMICA Y FINANCIERA-----	105
6.6.3	EVALUACION INDICES FINANCIEROS-----	105

6.7 BIBLIOGRAFIA-----	106
FIGURAS	
FIGURA N° 1 -----	37
FIGURA N° 2 -----	38
FIGURA N° 3 -----	43
FIGURA N° 4 -----	55
FIGURA N° 5 -----	58

INTRODUCCIÓN

El objetivo principal de este proyecto de tesis fue Analizar la incidencia de la producción de la harina de plátano en la comercialización externa de la Asociación de Productores San Miguel de Palo Largo del Cantón Santa Ana.

El desarrollo del presente trabajo investigativo se lo estructuró en seis capítulos, a continuación se procede a analizar el contenido de los mismos:

En el **capítulo 1**, se determinó el tema, el problema, antecedentes, objetivos: general y específicos, y se justificó el problema planteado.

El capítulo 2 corresponde al marco teórico, donde se hace un análisis de los antecedentes investigativos, así como la fundamentación teórica que sustentan la presente investigación.

El **capítulo 3** corresponde al marco metodológico, el cual marco las pautas en este orden para el desarrollo eficaz de esta investigación, determinando tipo de investigación, métodos, instrumentos así como lo referente a la población y muestra.

Dentro de los **capítulos 4 y 5**, se determinó las categorías e indicadores respectivos a las variables debidamente conceptualizadas y analizadas.

Para el **capítulo 6** se determinó la propuesta planteando con esta una campaña de estandarización de la producción para obtener un producto con calidad de exportación.

Al finalizar la investigación, se alcanzó la socialización y validación de los mismos, se desplegaron conclusiones y recomendaciones para ser implementadas en función de la producción con vista a la exportación.

CAPÍTULO I

1. ASPECTOS PRELIMINARES

1.1 TEMA

El Proceso de producción de la harina de plátano para la comercialización externa de la Asociación de Productores San Miguel de Palo Largo del Cantón Santa Ana.

1.2 PROBLEMA

Deficiencias en los procesos de producción para la comercialización externa de la harina de plátano en la Asociación de Productores San Miguel de Palo Largo del Cantón Santa Ana.

1.3 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

1.3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El plátano es una fruta tropical que posee una excelente combinación de energía, minerales y vitaminas que lo convierten en un alimento indispensable en cualquier dieta, incluidas las de diabetes y adelgazamiento. Es, además, el complemento perfecto para personas con gran actividad física, como niños y deportistas.

"Un árbol frutal extraordinario". Los árabes y los griegos definían con esta halagadora frase al plátano, cuyas propiedades beneficiosas para la salud se conocen desde hace miles de años. En la India recibía el nombre de "la fruta de los sabios", ya que, según una antigua leyenda, los más insignes pensadores hindúes meditaban bajo su sombra mientras comían de su fruto, símbolo de fecundidad y prosperidad. El plátano no es

sólo de una de las frutas más consumidas en el mundo entero, sino también una de las más sanas. Su sabor es dulce y delicioso, es una fruta rica en vitaminas C y B6 y minerales esenciales, y se caracteriza por dotar de sabor a infinidad de platos.

Tradicionalmente, la producción latinoamericana se da en grandes plantaciones de monocultivo, utilizando altos niveles de químicos. Por lo general, las condiciones laborales son muy pobres, y los trabajadores son obligados a cumplir largas jornadas de trabajo con salarios muy bajos. Los derechos de libertad sindical y negociación colectiva son a menudo negados y la redada en contra de los sindicatos es endémica en la región. Adicionalmente, las grandes plantaciones son a menudo responsables de extremos daños ambientales.

Ecuador es uno de los principales países exportadores de América Latina que aún tienen unos pocos centenares de pequeños bananeros junto a las plantaciones a gran escala. Los pequeños productores cumplen una función de intermediarios para los exportadores de plátanos. Dichos exportadores compran la fruta de los pequeños productores cuando la demanda en el mercado internacional es alta. Sin embargo, si la demanda de plátanos es baja en el mercado, estos pequeños productores pueden ser obligados a vender a los exportadores a un precio mucho más bajo del costo de producción.

La producción de plátano es una de las fortalezas de la agricultura manabita. Los registros de la Dirección Agropecuaria de la provincia estiman que 30.371 hectáreas están sembradas de este producto.

En la actualidad existe la necesidad de varios países incluyendo los vecinos Perú y Colombia por obtener procesada la harina de plátano, producto que está siendo usado

tanto para el consumo humano como también para el consumo animal, existiendo una demanda importante que puede ser muy bien aprovechada por las empresas y asociaciones ecuatorianas.

En Manabí existen varias productoras de la harina de plátano pero pocas cuentan con un proceso de producción estandarizado de calidad para poder ofrecer este producto a los mercados internacionales, además existe falta de decisión para expandir este producto a un comercio externo.

La Asociación de Productores San Miguel de Palo Largo dentro de sus productos cuenta con la harina de plátano para la comercialización interna, pero no tiene una producción estandarizadas ni de volúmenes considerables para cubrir un mercado externo.

1.3.2 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA

La Asociación de Productores San Miguel de Palo Largo, es una organización ubicada en el Cantón Santa Ana en la provincia de Manabí conformada por 20 personas dedicadas a producir productos tales como Harina de Plátano, Chifles, rompope y comercializarlos a nivel local satisfaciendo la demanda de la zona.

La elaboración la dirigen las mujeres, mientras que los hombres se dedican a la producción de los huertos familiares y a la crianza de aves. De este proyecto se benefician de manera directa e indirecta más de sesenta familias, entre agricultores, los que manejan las granjas y mercadeo.

Dentro de los productos se encuentra la harina de plátano como uno de los productos con proyección a crecer en demanda debido a su costo y a su valor nutritivo, y es por esto que se puede aprovechar la producción para cubrir la demanda del mismo en otros países.

1.3.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

CAMPO: Comercio exterior.

ÁREA: Proceso de producción.

ASPECTO: Estandarización de proceso productivo.

PROBLEMA: Deficiencias en los procesos de producción para la comercialización externa de la harina de plátano en la Asociación de Productores San Miguel de Palo Largo del Cantón Santa Ana.

TEMA: El proceso de producción de la harina de plátano para la comercialización externa Asociación de Productores San Miguel de Palo Largo del Cantón Santa Ana.

DELIMITACION ESPACIAL: La investigación se realizará en la Asociación de Productores San Miguel ubicado en el sitio Palo Largo del Cantón Santa Ana.

DELIMITACIÓN TEMPORAL: La presente investigación se realizará en el período de 4 meses.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar la incidencia de la producción de la harina de plátano en la comercialización externa de la Asociación de Productores San Miguel de Palo Largo del Cantón Santa Ana.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1.-** Establecer el nivel de los exportadores del proceso productivo relacionándolo con la producción obtenida.
- 2.-** Determinar la infraestructura tecnológica en el proceso productivo y su influencia en los precios competitivos en el mercado externo.
- 3.-** Investigar el nivel de capacitación del personal laboral con el aporte a la logística para el mercado externo.
- 4.-** Analizar los estándares de calidad en la producción con el volumen de ventas en el mercado internacional.
- 5 –** Diseñar una propuesta para el mejoramiento de la producción de la harina de plátano con fines de exportación.

1.5 JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de esta investigación generará un impacto económico – social, ya que se aportarán ideas y acciones que conlleven al progreso la Asociación de Productores San Miguel de Palo Largo del Cantón Santa Ana, impulsándolos a la comercialización del producto al mercado internacional, beneficiará de manera considerable a los habitantes del cantón, incidiendo directamente en las familias de los miembros de la asociación, obteniendo un mejor ingreso económico, logrando un crecimiento económico y organizacional.

Así mismo el desarrollo de este proyecto de investigación establecerá procesos de producción estandarizados y de calidad, fomentará la aplicación de mejores estrategias de comercialización internacional, para cubrir necesidades de mercado de la harina de plátano en el exterior. Enfocados en el desarrollo de la asociación, con el fin de mejorar las condiciones de vida del hombre, forjando estabilidad, fuentes de empleo, productividad y fomentando el desarrollo.

Tener estandarizados los procesos de producción permite a la Asociación de Productores de Palo Largo del Cantón Santa Ana poder abrirse camino con más facilidad hacia un mercado externo, ya que van a lograr tener un producto de mejor calidad, van a poder tener un producto con costos de producción inferiores, estableciendo precios inferiores, lo que va a ser llamativo para los demandantes y dará como resultado la posibilidad de entrar a competir con muchas más ventajas al mercado exterior.

Por otra parte aunque este proyecto se va a desarrollar con el objetivo principal de resolver primeramente la problemática local, en lo referente a la falta de aplicación de procesos estandarizados con vista a la comercialización externa. La misma realizará un aporte documental significativo, a través de la constancia investigativa, escrita y digital, dejando perspectivas con vista al análisis para otras investigaciones en el campo de la comercialización, y la posible aplicación en otras organizaciones y empresas dedicadas a la comercialización de los productos derivados del plátano como materia prima.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Resulta importante realizar un análisis bibliográfico de varias investigaciones realizadas por otros autores acerca de este producto, proyectos productivos, que permitan encontrar alternativas y ayudarán a fundamentar de una manera real esta investigación.

En la Universidad Tecnológica de Pereira – Colombia (María Susana Ramos Aranda – 2007, pág. 280,281, 282) investiga: “Viabilidad de la fabricación, comercialización y exportación de ropa clínica en Bogotá”. Sacando las siguientes conclusiones:

- Las mayores desventajas reveladas por el sector el atraso tecnológico presente en la mayor parte de las empresas, altos costos de la materia prima, dependencia de la materia prima importada, la competencia de confecciones baratas importadas desde Asia y problemas en algunas estructuras organizacionales.

- Dado que la moda y el diseño son ventajas competitivas claves de la industria textil confecciones, las violaciones a los derechos de propiedad intelectual pueden socavar esas desventajas y reducir el retorno de la inversión en esas áreas.

- En el empleo y la capacitación, el sector – como cualquier otro sector industrial- está enfrentando con dificultad de reclutar personal capacitado y calificado lo que corresponde a las actividades de tecnología de información y comunicación.

En la universidad de Lasalle – Colombia (Yuli Marcela Cabezas López, Pedro Alejandro Casas Duarte, 2011, pág. 68, 69) se investiga el tema `` Formulación del plan de exportación de ñame para la empresa PDM productos agrícola con destino al mercado de Estados Unidos``. Éstas son las conclusiones:

- Colombia tiene diversidad de productos exóticos los cuales pueden ser aprovechados para su venta en el mercado internacional a partir de los diferentes estudios de mercado y logístico.
- Estados Unidos es un país que por sus características socioeconómicas y físico-geográficas representa un potencial importante para muchos productos colombianos especialmente aquellos denominados exóticos, dada la amplia aceptación de éstos, demostrado por su creciente consumo tanto en la población nativa como en la de latinos residentes en ese país.
- Adentrarse en el mundo del comercio internacional constituye una de las alternativas de aprovechamiento de nuestras ventajas comparativas y competitivas para generar valor agregado a la economía, incrementar divisas, generar empleo y aprovechar de manera eficiente potencialidades de nuestra biodiversidad.

En la Escuela Superior Politécnica del Chimborazo de Riobamba, de Ecuador (Alex Fabricio Orozco Collaguaito, José Luis Picón Moreno – 2011, pág. 98) se investiga el tema: ``Plan de exportación de harina de plátano de la empresa Brito Vaca Cía. Ltda. Molino el fénix de la ciudad de Riobamba al mercado de EE.UU. ciudad de Miami él.´´. Se obtienen las siguientes conclusiones:

- La empresa no cuenta con necesaria experiencia para realizar el proceso de exportación al no tener un personal capacitado en comercio exterior se dificulta el cumplimiento de los requisitos y obtención de los documentos obligatorios que se deben presentar la empresa para realizar el trámite en la senae enviar la mercadería al destino planteado.
- Nuestro producto posee todas las características y normas técnicas y necesarias para convertirse en un producto de exportación, cumplen con todas las certificaciones exigidas para la salida del país como es el certificado sanitario emitido por agro calidad y las normas que solicita la uscbp en relación al empaclado y etiquetado de las fundas de harina para el ingreso a Estados Unidos de América.
- Los clientes que integran el mercado meta presentan un importante incremento en relación al consumo de productos sustitutos para los cereales normalmente consumidos para tener un estilo de vida sano por lo tanto la harina de plátano puede tener una buena acogida en los diferentes puntos de distribución de la ciudad de Miami.

En la Universidad Tecnológica Equinoccial de Quito – Ecuador (Claudia Andrea Mareta Bedoya – 2008, pág. 173; 174; 175) investiga: ``Proyecto de factibilidad para la exportación de mango fresco al mercado norteamericano´´. Obteniendo conclusiones como:

- Después de realizar la investigación se determina que el mango es un fruto producido ampliamente en el país principalmente en el Guayas, Manabí, Los Ríos, El Oro, Esmeralda y gracias a que la planta de la fruta se adapta a una variedad de suelo, es producida también en la sierra del Ecuador.
- El proyecto es resultado de las nuevas tendencias en el mundo por consumir productos alimenticios sanos y naturales, adaptables a las necesidades de los consumidores.
- Se determinó una demanda insatisfecha dentro del consumo del mango en Estados Unidos, demanda que será satisfecha por verde mango Cía. Ltda. Por lo cual se debe diversificar esfuerzos para consolidar el mercado conseguido con la exportación de la fruta.

En la universidad de las Américas de la provincia de Pichincha (Diego Francisco Proaño – 2011, pág. 60) se investiga: ``Plan de exportación de la quinua ecuatoriana al mercado de los Estados Unidos para las asociaciones de productores en la provincia de Cotopaxi´´ logrando las siguientes conclusiones:

- Se comprobó que el Ecuador no tiene tecnificación y organización económica, política y social que permita competir con países que cuentan con incentivos de sus

respectivos gobiernos y alianzas estratégicas. El ingreso de nuevos competidores no viene a hacer una amenaza en corto y mediano plazo para el sector; existiendo una gran brecha tecnológica, teniendo como ventaja competitiva las condiciones ambientales o climáticas, que son características peculiares de los andes que favorecen el cultivo de la quinua, sin embargo, por la falta de apoyo tecnológico y de investigación sobre el tema de la quinua se caracteriza como amenaza al largo plazo.

- En la formulación de los procesos y planes operativos de la exportación, referente a la competitividad en el sector de la quinua, se implementó el modelo de las cinco fuerzas, resultando atractivo para matriz de estudio y análisis. Donde se puede concluir que los competidores de exportación de la quinua es el Perú y Bolivia con grandes volúmenes de exportación y calidad; teniendo en cuenta que Perú posee grandes ventajas como: mayores rendimientos por hectáreas y posibilidades de lograr más mercados a nivel mundial en cuanto al consumo de la quinua.

- No existe poder de negociación por parte de los compradores internos, por lo que la quinua puede ser ofertada y colocada a un precio justo en base a la oferta y demanda. La quinua por si sola genera un ingreso para los agentes que trabajan como proveedores de insumos y servicios, sin embargo, la demanda de servicios e insumos aun es menor que la oferta, por lo que no hay fuerte poder de negociación por partes de los proveedores, por lo que los costos de embarques, exportación y comercialización son aún muy altos para ser competitivos en el mercado internacional.

En la Escuela Superior Politécnica del Chimborazo de Riobamba, de Ecuador (Arguello Flores María Estefanía, Espinoza Ruiz Christopher Gabriel – 2012, pág. 93)

se investiga el tema: ``Proyecto de exportación de calzado de cuero para caballero desde la cámara artesanal del Cantón Guano provincia de Chimborazo a Santiago de Chile – Chile``. Logrando obtener las siguientes conclusiones:

- La cámara artesanal del cantón guano no cuenta con el esquema estructural administrativo suficiente, ni tampoco con la normativa reglamentaria para solventar los requerimientos de sus asociados por lo que en base a los obsoletos estatutos que pudimos conseguir hemos elaborado una propuesta de la estructura organizacional.
- El estudio de mercado arroja una perspectiva de exportar calzado de cuero para caballero al mercado chileno, dándonos como resultado una visión a futuro con un margen de éxito, en las operaciones comerciales, puesto que existe grandes nichos de mercados con demandas insatisfecha a nivel internacional.
- A través de la evaluación financiera podemos visualizar el grado de rentabilidad que tiene el proyecto, con lo cual podemos darnos cuenta que la implantación de este proyecto es factible desde el punto de vista financiero.

En la Universidad Laica ``Eloy Alfaro`` de Manabí ubicada en la ciudad de Manta (Hugo Ernesto Farfán Triviño – 2009, pág. 94) se investiga el tema: ``Gestión logística en las operativas del transporte internacional de mercancías, para el desarrollo del comercio exterior``. Arribando a las siguientes conclusiones:

- Después de haber realizado esta investigación, estudio referente al sistema logístico y sus componentes, he considerado que los sistemas de aprovisionamiento,

producción y distribución física con la red logística que supone la correcta comunicación entre todos ellos y en los dos sentidos del flujo que ya consideramos en este análisis como son el flujo material y el flujo de la información.

- Me he preocupado que la cadena logística y su implementación en función de los factores que interviene, especialmente en el alcance geográfico y el tratamiento de existencias, cosa que nos ha llevado una vez más a la organización logística y las relaciones horizontales necesarias entre los estamentos de la empresa y el resto de la cadena logística, y por tanto a la importancia del transporte internacional de mercancías, con la conexión directa de tipo funcional.
- El futuro de la logística y sus métodos operativos serán y son los nuevos modelos organizativos y sus tendencias son cada vez más integradoras dentro de la cadena logística, ganando importancia en su gestión durante los últimos años y que por tanto conviene tener en cuenta para el futuro próximo.

En la Universidad Laica ``Eloy Alfaro`` de Manabí ubicada en la Ciudad de Manta (Andrés Sebastián Esquettini Barreto – 2006, pág. 68) se investiga el tema: ``Proceso de producción y enlatado de sardina en la fábrica ideal, y sus perspectivas a ampliar en mercado exterior``. Obteniendo las siguientes conclusiones:

- Como conclusiones de la tesis, es que el contenido que presenta es el necesario para dar a conocer que la sardina en la actualidad se lo considera como uno de los principales productos de exportación dentro de la fábrica ideal, así como los rubros que representa para la misma y los lugares hacia donde se dirige el producto.

- En vista de la importancia que tiene la sardina, ha dado pauta para mostrar a la ciudadanía en general el correcto proceso de la elaboración de este producto el cual sitúa a la fábrica ideal como una de las principales en Manabí y el Ecuador por su calidad de producción.
- Como parte final se refleja en el sacrificio de la gente que conforma esta empresa por superarse y ofrecer a la ciudadanía mayores puestos de trabajo y productos con calidad necesaria para satisfacer las necesidades de la gente en general, tanto en el Ecuador como a nivel internacional donde se dirigen los productos donde las normas para estar allá son muy exigentes.

2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1 HARINA DE PLÁTANO

Definición de Harina

(AAFCO, 2000) “Ingrediente que ha sido desmenuzado o reducido de alguna otra manera al tamaño de partículas.”

(Larousee, 2009) “Polvo que resulta de la molinera de alguna semilla, esp. De trigo, cebada, centeno y maíz. Polvo procedente de algunos tubérculos y legumbres; Polvo a que se reducen algunas materias sólidas.”

“La harina es un producto que se obtiene de cereales, legumbres, tubérculos, que después de varios procesos como el de, secado y trituration se llega a obtener una materia solida rica en nutrientes, apto para el consumo.”

2.1.2 CARACTERÍSTICAS DE LA HARINA DE PLÁTANO

(BAM I, 2013 PROECUADOR)

“Por su riqueza en hierro, el banano estimula la producción de hemoglobina en la sangre lo que ayuda a combatir problemas de anemia; también tiene un alto contenido de potasio y es bajo en sal lo que hace que esta fruta sea buena para quienes sufren de hipertensión arterial; también es bajo en glicemia por lo que es aconsejable para las personas con diabetes. La harina de plátano contiene las mismas propiedades y al igual que el banano, es rica en almidón resistente (Resistant Starch).”

El plátano verde es uno de los productos, más nutritivos y por ende sus derivados están compuestos de altos componentes nutricionales uno de sus derivados es la harina de plátano es obtenida a partir del plátano verde contiene una cantidad significativa de almidón resistente (20% del total de almidón) y de fibra dietética (15%), componentes con importantes propiedades funcionales, como son:

- La reducción de índice glicémico e insulinémico
- El control dietético de la diabetes, La regulación de la colesterolemia
- La protección frente al cáncer de colon

2.1.3 USOS DE LA HARINA DE PLÁTANO

- La harina de plátano es un producto que tiene muchos usos culinarios para la preparación de fideos o tallarines con la finalidad de proporcionarle nutrientes como fibra y antioxidantes.

- Es un alimento muy nutritivo, de fácil cocción; su transformación es muy sencilla, pues los plátanos se les hace a un baño de vapor para que la savia pegajosa disminuya, y así facilita el pelado y mejoran el color de la harina.
- Luego se pela, se corta en rodajas, remojando así en un ácido cítrico, escurren y deshidratan a baja temperatura hasta un 10% de agua aproximadamente. Una vez deshidratados, se muelen hasta que se tenga una fina y aromática harina de plátano.
- La harina de plátano ha sido incluida en la elaboración de bizcochos, magdalenas, galletas y crepes; una de las preparaciones más habituales es la de papillas para los niños y personas mayores, basta con añadir agua y dejar cocer unos minutos, endulzar con azúcar, panela o miel.
- De igual modo se pueden elaborar ricas sopas, cremas.

2.1.4 CADENA PRODUCTIVA O PROCESO PRODUCTIVO.

Es el conjunto de operaciones planificadas de transformación de unos determinados factores o insumos en bienes o servicios mediante la aplicación de un procedimiento tecnológico.

Una cadena productiva consta de etapas consecutivas a lo largo de las que diversos insumos sufren algún tipo de cambio o transformación, hasta la constitución de un producto final y su colocación en el mercado. Se trata, por tanto de una sucesión de operaciones de diseño, producción y de distribución integradas, realizadas por diversas unidades interconectadas como una corriente, involucrando una serie de recursos físicos, tecnológicos y humanos. La cadena productiva abarca desde la extracción y proceso de manufacturado de la materia prima hasta el consumo final.

2.1.5 EXPORTACIÓN

La exportación es el tráfico legítimo de bienes, servicios desde un territorio aduanero hacia otro territorio aduanero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera aduanera de un Estado o bloque económico. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas. La complejidad de las diversas legislaciones y las condiciones especiales de estas operaciones pueden presentarse, además, se pueden dar toda una serie de fenómenos fiscales.

2.1.6 ESTUDIO DE MERCADO

El propósito de un estudio de mercado es identificar oportunidades comerciales en los mercados extranjeros, que sean atractivos para la empresa y obtener la información suficiente, con el fin de determinar la fórmula de comercialización para sus productos en esos mercados. En el estudio de mercado, se apoyan las decisiones estratégicas de mercadeo que debe tomar el empresario que desea exportar; brinda información

relevante sobre el mercado, intermediarios, canales de comercialización, la competencia, el consumidor y el contexto internacional en que se opera. Según las necesidades de la empresa, los estudios de mercado se pueden dar a partir de dos puntos de vista:

- Investigaciones orientadas a identificar oportunidades en los mercados con mayor potencial para el desarrollo de relaciones comerciales con el país. En este caso, se trata de identificar variables relevantes que permitan identificar los mercados y países con mayor potencial.
- Investigaciones orientadas a identificar oportunidades comerciales para un producto en un sector o nicho de mercado, se determina el grupo de consumidores a los que se puede dirigir y el potencial del mercado específico.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

2.2.1 PRODUCCIÓN

Es el proceso de creación de los bienes materiales necesarios para la existencia y el desarrollo de la sociedad.

2.2.2 COMERCIO INTERNACIONAL

El comercio internacional es el intercambio de bienes como productos y servicios entre países alrededor del mundo.

2.2.3 NORMAS DE CALIDAD

Una norma de calidad es un papel, establecido por consenso y aprobado por un organismo reconocido (nacional o internacional), que se proporciona para un uso común y repetido, una serie de reglas, directrices o características para las actividades de calidad o sus resultados, con el fin de conseguir un grado óptimo de orden en el contexto de la calidad.

2.2.4 INFRAESTRUCTURA

Una infraestructura es el conjunto de elementos o servicios que están considerados como necesarios para que una organización pueda funcionar o bien para que una actividad se desarrolle efectivamente.

2.2.5 COMERCIO INTERNO

Es aquel comercio que se concreta entre comerciantes e individuos que viven en la misma nación y entonces se encuentra bajo las mismas reglas comerciales.

2.2.6 IMPLEMENTACIÓN ESTRATÉGICA

Proceso de instrumentar planes y estrategias en acción para alcanzar objetivos. Un plan estratégico es un documento escrito en el que se exponen los planes de negocio para alcanzar objetivos, pero quedará olvidado sin una implementación estratégica. La implementación hace que se cumplan los planes de la compañía.

2.2.7 DESARROLLO EMPRESARIAL

El desarrollo empresarial es un proceso por medio del cual el empresario y su personal adquieren o fortalecen habilidades y destrezas, por el cual favorecen el manejo eficiente y fuerte de los recursos de su empresa, la innovación de productos y procesos, de tal manera, que coadyuve al crecimiento sostenible de la empresa. Para una mejor finanza y recurso en la empresa.

2.2.8 MERCADO

Es el ambiente que permite el desarrollo del intercambio de bienes y servicios. Se trata de una institución social mediante la cual los vendedores y los compradores entablan una relación comercial.

2.2.9 CALIDAD

Las empresas deben afrontar que los clientes son cada vez más exigentes, en cuanto a calidad de los productos, calidad es la percepción que el cliente tiene del mismo, para que la empresa se llene de confiabilidad y obtenga mayores compradores del producto se debe ofrecer un producto que se diferencie de los demás, los mismos que deben cumplir con todos los requisitos y normas de calidad.

2.2.10 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Son las vías elegidas por una empresa que un producto recorre desde que es creado hasta que llega al consumidor final.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La fundamentación legal de esta investigación sienta sus bases en leyes nacionales y acuerdos internacionales, tomando como norma suprema la Constitución de la República del Ecuador, así mismo los diferentes códigos, los que permiten normar las actividades económicas en El Ecuador; permitiendo alcanzar los anhelados objetivos del buen vivir, considerando además los acuerdos entre bloques económicos quienes describen el proceso a seguir en esta investigación, como es el caso de la OMA (Organización Mundial de Aduana), OMC (Organización Mundial del Comercio) ONU (Organización de Naciones Unidas).

2.3.1 CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Artículo 3.- Se dispone como uno de los deberes primordiales del estado, la planificación del desarrollo nacional, erradicación de la pobreza, promoviendo el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir.

Artículo 306.- Establece: “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.

Artículo 304.- Se refiere a que la política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. 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.
4. Contribuir a que se garantice la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
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.

2.3.2 CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIO E INVERSIONES (COPCI)

Artículo 2.- Indica que la actividad productiva es un proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

En el libro 2.- Se determina el cambio de la inversión productiva y de sus instrumentos, refiriéndose al fomento, promoción y regulación de las inversiones productivas, desarrollo productivo de la economía popular, solidaria y comunitaria y a los incentivos para el desarrollo productivo.

En el libro 3.- Hace referencia sobre el desarrollo empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas. El fomento de las mismas, de los órganos de regulación de las MIPYMES y de los mecanismos de desarrollo productivo.

En el Artículo 93 del código orgánico de la producción, comercio e inversiones se indica sobre el fomento de la producción orientada a las exportaciones y al desarrollo de procesos en los sectores estratégicos dispuestos por la Constitución.

La OMC sirve de foro para la negociación de acuerdos encaminados a reducir los obstáculos al comercio internacional y a asegurar condiciones de igualdad para todos, y contribuye así al crecimiento económico y al desarrollo. Asimismo, la OMC ofrece un marco jurídico e institucional para la aplicación y la vigilancia de esos acuerdos, así como para la solución de las diferencias que puedan surgir de su interpretación y aplicación. En la actualidad, el conjunto de acuerdos comerciales de la OMC comprende 16 acuerdos multilaterales distintos y dos acuerdos plurilaterales distintos.

2.4 HIPÓTESIS

2.4.1 HIPÓTESIS LÓGICA

El proceso de producción de la harina de plátano incide significativamente en la comercialización externa desde la Asociación de Productores San Miguel de Palo Largo del cantón Santa Ana.

2.4.2 HIPÓTESIS NULA

El proceso de producción de la harina de plátano no incide significativamente en la comercialización externa desde la Asociación de Productores San Miguel de Palo Largo del cantón Santa Ana.

2.4.3 HIPÓTESIS ESTADÍSTICA

$$H_1 = A > B$$

$$H_0 = A \leq B$$

A= Proceso de producción de la harina de plátano

B= Su comercialización externa desde la Asociación de Productores San Miguel de Palo Largo del cantón Santa Ana.

2.5 IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES

2.5.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

El proceso de producción de la harina de plátano.

2.5.2 VARIABLE DEPENDIENTE

Comercialización externa de la Asociación de Productores de San Miguel de Palo

Largo.

2.6 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

2.6.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	FUENTE
El proceso de producción de la harina de plátano Producción es el proceso de creación de los bienes materiales necesarios para la existencia y el desarrollo de la sociedad.	Proceso de producción	Generalidades del producto Descripción del proceso productivo. Costos de producción. Volumen de producción. Demanda del producto. Oferta del producto. Beneficios del producto.	¿Existe conocimiento y capacidad de producción con estándares de exportación?	Entrevista	Persona responsable del Desarrollo General
	Infraestructura tecnológica	Equipos, insumos, proveedores. Recursos Humanos. Infraestructura física. Tecnología aplicada. Apoyo Financiero. Beneficios de la tecnología para la negociación del producto.	¿Se cuenta con la infraestructura necesaria para una producción de calidad?	Entrevista	Director General
	Capacitación al personal laboral	Proceso de capacitación Efectos de la capacitación Capacitación Organizacional	¿Existe la capacitación adecuada por parte de las autoridades?	Entrevista	Persona responsable del Desarrollo General
	Estándares de exportación	Barreras de entradas. Productos sustitutivos. Requisitos para la exportación. Demanda en los mercados internacionales.	¿Se cuenta con la calidad necesaria para la exportación del producto?	Entrevista	Director General

2.6.2 VARIABLE DEPENDIENTE

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	FUENTE
<p>Comercialización externa de la Asociación de Productores de San Miguel de Palo Largo</p> <p>Una norma de calidad es un papel, establecido por consenso y aprobado por un organismo reconocido (nacional o internacional), que se proporciona para un uso común y repetido, una serie de reglas, directrices o características para las actividades de calidad o sus resultados, con el fin de conseguir un grado óptimo de orden en el contexto de la calidad</p>	Nivel de calidad del Producto para el mercado Externo	Tipos de productos Usos Fortalezas. Formas de presentación del producto.	¿Existe una producción de calidad para la exportación del producto?	Entrevista	Director General
	Precios Competitivos	Descripción de precios Tipos de precios para los mercados internacionales. Comportamiento de los precios. Competencia	¿Son factibles los precios de producción para competir en el mercado externo?	Entrevista	Director General
	Logística	Descripción de la cadena productiva. Formas de Comercialización del producto. Canales de distribución. Agentes, distribuidores y comercializadores.	¿Daria una socialización y capacitación sobre la oportunidad de producir con calidad de exportación?	Entrevista	Persona responsable del Desarrollo General
	Ventas al Mercado Internacional	Volumen de Ventas Tipos de Ventas Apertura de mercados internacionales. Formas de accesos del producto a los mercados internacionales.	¿Existen estándares de exportación en todo el proceso que lleva el producto?	Entrevista	Director General

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de esta investigación se utilizaron los siguientes tipos de investigación:

3.1.1 EXPLORATORIA

Se aplicó directamente en el lugar donde se plantea el problema, los factores influyentes y la población involucrada.

3.1.2 DESCRIPTIVA

A través de esta se determinó el origen, causas y repercusión del problema así como la comparación con otras organizaciones y temas similares a la problemática.

3.1.3 ANALÍTICA

Se analizó el estudio de las causas de la problemática existente que afectan la calidad, que no permiten los estándares necesarios con vista a la exportación del producto.

3.1.4 SINTÉTICA

Se utilizó para sintetizar y resumir todo el estudio de la información arrojada para arribar a conclusiones.

3.1.5 PROPOSITIVA

Se llega hasta este nivel de investigación porque al culminar los dos niveles anteriores se aplicó una propuesta de solución a la problemática.

3.2 MODALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

En esta investigación se utilizaron las modalidades de **bibliográfica** y de **campo**.

Se aplicó la **modalidad Bibliográfica**, obteniendo información de diferentes fuentes en internet y bibliografía física, páginas como la de: Pro Ecuador, Banco central del Ecuador, la aduana del Ecuador, diferentes boletines de distintas organizaciones vinculadas a la producción, comercialización y comercio exterior.

Se aplicó además la **modalidad de campo**, esta permitió realizar investigación más profunda y directa con los miembros de Asociación de Productores San Miguel de Palo Largo del cantón Santa Ana, acerca de las actividades que realiza la asociación y de sus falencias, ellos brindaron gran volumen de información, contribuyendo para la elaboración del proyecto.

3.3 MÉTODOS Y TÉCNICAS

3.3.1 MÉTODOS

3.3.1.1 TEÓRICOS

Se utilizaron los métodos **inductivo deductivo**, y **análisis síntesis** a todo lo largo de la investigación, en la valoración del objeto de estudio, la lectura y procesamiento de los instrumentos aplicados, así como en la precisión de los diferentes componentes de la propuesta.

3.3.1.2 EMPÍRICOS

La medición: utilizada para medir resultados de las técnicas e instrumentos aplicados.

Para esta investigación usaremos el método deductivo por el cual podremos recoger una amplia información que nos ayudará con el cumplimiento de nuestros objetivos. También se utilizara el método cualitativo ya que por medio de entrevistas a los productores podremos saber los verdaderos problemas a la hora de producir. Utilizaremos además el método analítico mediante el cual sacaremos conclusiones de nuestra investigación. Y por último el método hipotético donde vamos a valorar las hipótesis que surgen en la investigación.

3.3.2 TÉCNICAS

Para la realización de esta investigación se aplicarán la técnica de **entrevistas** a los miembros de la Asociación de Productores San Miguel de Palo Largo del cantón Santa Ana, para conocer la realidad de los procesos de producción que emplea la empresa.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 POBLACIÓN

La población que se tomará en cuenta son los 20 miembros de la Asociación de Productores San Miguel de Palo Largo del cantón Santa Ana.

3.4.2 MUESTRA

Para lograr resultados apegados a la realidad se considera la totalidad de la población.

3.5 TIPO DE MUESTRA

El tipo de muestra será un tipo de muestra selectivo, donde se tomaran en cuenta los miembros y directores de la Asociación de Productores San Miguel de Palo Largo del cantón Santa Ana.

3.6 RECURSOS

3.6.1 HUMANOS

Investigadores

Tutor de Titulación

Presidenta de La Asociación de Productores San Miguel

3.6.2 MATERIALES

Plumas

Lápices

Cuaderno

Revistas

Periódicos

Hojas

3.6.3 TECNOLÓGICOS

Computadora

Impresora

Flash Memory

Celular

Cámara

Disco

3.6.4 ECONÓMICOS

El presente trabajo investigativo tendrá un costo de \$400.40 que serán financiados por los investigadores del mismo.

CAPITULO IV

EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LA HARINA DE PLÁTANO

4.1 PROCESO DE PRODUCCIÓN.

En el medio ecuatoriano aún existe mucho desconocimiento en lo que se refiere a procesos adecuados de producción, procesos donde se puedan obtener productos de alta calidad y competitividad que satisfagan no solo al mercado nacional sino también a mercados internacionales.

Es necesario que las autoridades promuevan campañas para que el productor ecuatoriano pueda estar capacitado y se sienta estimulado a poder expandirse con un mejor producto al mercado internacional.

Para el caso objeto de esta investigación, el proceso de elaboración de harina de plátano es muy fácil, los plátanos se lavan para retirar el sucio que puede más tarde contaminar el producto. Los mismos se cocinan por 10 0 15 minutos, con el fin de eliminar la savia pegajosa, hacer más fácil el pelado y volver el producto más digerible a la hora de consumirlo, se retira la cáscara del plátano. Esta se utiliza para hacer harina para consumo animal, aprovechando los residuos. Una vez pelado se corta en tajadas bien delgadas para que se deshidraten más fácilmente, se deshidratan las tajadas con el fin de retirarles la humedad.

Una vez las tajadas están completamente secas se muelen. La molienda debe ser fina para que la textura de la harina sea más agradable. Entre más secas las tajadas el rendimiento de la harina es mayor en la molienda, además la vida útil del producto se prolonga por más tiempo, ya que en una harina húmeda hay crecimiento de hongos.

Estando molido se pasa al tamizado que se hace con el fin de retirar partículas gruesas y obtener una harina muy fina. Los residuos que quedan en esta etapa (partículas

gruesas) se adicionan a la harina de consumo animal. Por último la harina se empaqueta en bolsas que deben quedar selladas adecuadamente para evitar la entrada de humedad y microorganismos que pueden afectar la vida útil del producto final

Proceso de producción



Figura N° 1. Proceso de producción de la harina de plátano.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autores de la tesis.

La harina de plátano producida en la Asociación contiene los siguientes productos:

Plátano dominico, Canela, Agua, Sal.

El proceso que utilizan es el siguiente:

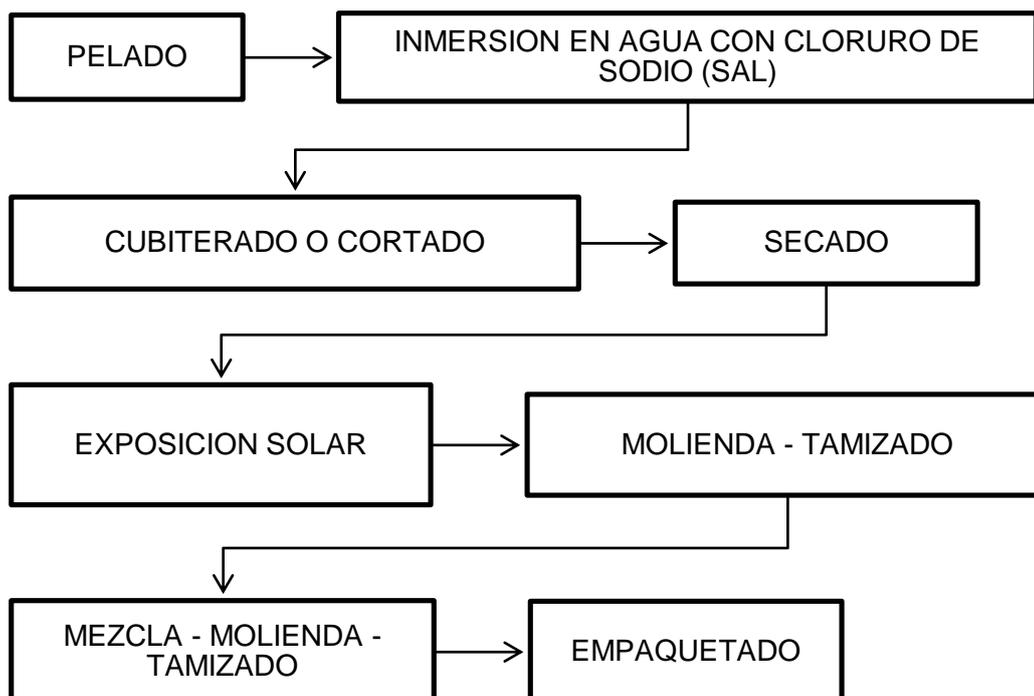


Figura N° 2. Proceso de producción de la harina de plátano de la asociación de productores San Miguel de Palo Largo.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autores de la tesis.

4.1.1 GENERALIDADES DEL PRODUCTO

La Harina de Plátano es un producto natural, elaborado a base de plátano. Es un polvo de color blanco, de fácil digestión y susceptible a la humedad. Tiene fácil cocción (90° C en 8 minutos).

La Harina de Plátano es uno de los alimentos más equilibrados ya que contiene todos los grupos de vitaminas y nutrientes. Es muy rica en hidratos de carbono y sales minerales, como: calcio, potasio, fósforo, hierro, entre otras. También posee muchas vitaminas, como la Vitamina A, del complejo B, como la tiamina, vitamina C. Su gran riqueza en vitamina C, combinada con la del fósforo, resulta ideal para el fortalecimiento de la mente. Es decir, es remineralizante y energético.

La Asociación de productores de harina de plátano de San Miguel de Palo Largo es de uso o consumo humano y es mezclada con canela, la diferencia en el proceso que hace la asociación es que luego del secado industrial que se le hace al plátano, lo exponen al sol para que se le quite el olor a plátano cocinado, quedando así lo más natural posible.

4.1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO.

La harina de plátano es un alimento muy nutritivo, se elabora con plátano macho, por lo que es necesario someterlo a un proceso de cocción para hacerlo digerible.

A continuación se explica cada uno de los pasos que se debe llevar a cabo en el proceso de elaboración de la harina de plátano:

1.- Separación de manos y dedos: La separación de manos y dedos consiste específicamente en separar como tal el banano del raquis y las hojas, este proceso se hace de forma manual, es decir, se hace necesario el trabajo de operarios veloces y prácticos, y se usan cuchillos grandes o en su defecto machetes para realizar esta labor. Los bananos individuales se llevan al tanque mediante el uso de bandas transportadoras.

2.- Lavado por inmersión: El lavado por inmersión se realiza con el fin de limpiar y desinfectar los bananos verdes teniendo por objetivo asegurar la inocuidad del producto terminado. Se usan en este proceso agua suficiente para que el producto flote a la cual se le agrega cloro en cantidades de 10 ppm, este proceso se realiza en tanques

y se usan rejillas ó canastillas para sacar el producto del mismo, de allí se pasa a un tanque de enjuague mediante el uso de bandas transportadoras.

3.- Enjuague y escurrido: El enjuague se realiza con el fin de retirar del producto trazas de cloro, se realiza igualmente en tanques y se usan también rejillas ó canastillas para sacar del producto de allí y para realizar el escurrido antes de proceder al corte o rebanar. Para pasar el producto al siguiente proceso se usan bandas transportadoras que tengas rejillas para completar el escurrido del producto.

4.- Pelado y troceado: El pelado del banano se realiza manualmente haciéndose necesario el uso de operarios ágiles y prácticos, este pelado se hace mientras el banano pasa por la banda transportadora antes de llegar a la máquina cortadora ó rebanadora, este proceso se realiza mecánicamente para evitar mayores o menores grosores, debido a que si son mayores se tienen problemas de aumento de energía en el secado o proceso de secado incompleto y si el grosor es menor el producto se cocina en exceso o se adhiere durante el siguiente proceso. El grosor ideal para un buen secado se considera entre 2 a 4mm. El producto se lleva hasta el proceso siguiente en bandas transportadoras.

5.- Inmersión en solución acida: La inmersión en solución acida se hace utilizando un buen volumen de agua con aproximadamente un 1% de ácido ascórbico y un 4% de ácido cítrico, esto con el fin de impedir el pardeamiento del banano y alterar las propiedades organolépticas finales de la harina. El proceso de inmersión en solución ácida se realiza en tanques y las rodajas se extraen de este usando rejillas o canastillas, de allí se disponen en bandejas para ser secadas.

6.- Secado o deshidratación: El secado se realiza en hornos y se disponen las rodajas en bandejas de acero inoxidable que se acoplan al secador, se usan temperaturas entre 50 y 60 °C con el fin de disminuir la humedad hasta valores no mayores del 10%.

7.- Molienda: El producto seco en rodajas se lleva a un molino de disco, por medio de un tornillo sin fin se alimenta el producto seco al molino el cual reduce el tamaño de los trozos de banano a un producto en polvo de partículas finas.

8.- Incorporación de aditivos: La incorporación de aditivos se hace con el fin de que la harina de banano sea consumida por niños y ancianos y aporte mayores beneficios y no sea solo para procesos industriales, se realiza una fortificación de la misma adicionando a esta vitaminas, minerales y proteínas debido a que la harina verde tiene bajos contenidos de estos componentes. En el momento del molido de las rodajas de banano se realiza la incorporación de los aditivos.

9.- Empacado y rotulado: Del silo de almacenamiento la harina fortificada se lleva al dosificador micrométrico el cual permite poner la cantidad necesaria de producto en el empaque o las bolsas de polipropileno en donde se empacará finalmente. Luego de tener las cantidades necesarias el dosificador por medio de calor sella las bolsas. Las bolsas usadas vienen rotuladas previamente.

10.- Almacenamiento: Hay que tener especial cuidado en la bodega o lugar en donde se almacenará el producto empacado antes de comercializarlo debido a que la humedad, luz y altas temperaturas pueden provocar el deterioro del producto o cambiar

las propiedades organolépticas del producto final así este se encuentre empacado en bolsas, costales o este almacenado todavía en los silos.

11.- Comercialización: Se debe realizar en un transporte adecuado que permita mantener las propiedades del producto hasta que llegue al consumidor final, sea otras industrias o el mercado directo. Se tiene en cuenta también la humedad, luz y altas temperaturas como factores más importantes de deterioro.

Llevar un proceso mecanizado es muy importante para una empresa que quiere expandirse a un mercado internacional ya que llevar una producción mecanizada ahorra recursos y facilita la producción.

La importancia de las máquinas en la producción es indiscutible e inmensa, pues aumentan y aceleran los procedimientos, perfeccionan los trabajos, abaratan las cosas, ahorran esfuerzos penosos, hacen al hombre dueño de la producción, facilitan el comercio, extienden el consumo, satisfacen muchas necesidades y promueven el bienestar universal.

El proceso que realiza la Asociación es el siguiente:

Pelado: El pelado se realiza de forma manual.

Inmersión: La inmersión se realiza en solución de cloruro de sodio (sal), por cinco minutos, esto con el fin de evitar la oxidación del plátano y evitar cambios de color no deseados.

Cortado: Utilizan una maquina manual para el cortado de los plátanos para dejarlo en trozos más pequeños.

Tratamiento térmico o secado: después del cortado el plátano es llevado a la cámara de calefacción para extraer la humedad.

Exposición solar: El plátano es sacado a las instalaciones exteriores para la exposición solar, con este proceso queda libre de olores que puedan haber captado por el secado industrial.

Molienda: Es llevado al molino donde el plátano es dividido en pequeñas partículas pasando en el mismo equipo por un tamizador centrífugo para obtener diferentes fracciones por separado.

Mezcla: El producto se mezcla con canela molida y es nuevamente pasado por el molino y el tamizador.

Empaquetado: por último se empaca en bolsas de plásticos.



Figura N° 3. Producto final de la harina producida por la asociación.

Imagen tomada por los autores de la investigación.

4.1.3 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. En una compañía estándar, la diferencia entre el ingreso y el costo de producción indica el beneficio bruto.

Esto significa que el destino económico de una empresa está asociado con: el ingreso (por ej., los bienes vendidos en el mercado y el precio obtenido) y el costo de producción de los bienes vendidos. Mientras que el ingreso, particularmente el ingreso por ventas, está asociado al sector de comercialización de la empresa, el costo de producción está estrechamente relacionado con el sector tecnológico.

Los costos en los cuales se incurrirá para la elaboración de la harina de plátano, están relacionados a:

- Costo de la materia prima,
- Costo de materiales directos
- Costo de mano de obra directa
- Costos fijos.

El costo de la materia prima incluye todos los insumos necesarios para elaborar el producto; en el caso de la harina de plátano, la materia prima que se necesita para producirlo es el plátano verde, cuyo costo se mostrará por Kilogramo.

El costo de los materiales directos comprende el costo del empaque plástico elaborado con su etiqueta y mica; es decir los materiales que se necesitan para el empaque y la presentación del producto.

El costo de la mano de obra directa está en relación al salario que percibirán los trabajadores quienes están directamente vinculados con la producción de la harina de plátano, siendo en este caso únicamente los obreros.

Por último, los costos fijos, que son aquellos que permanecen constantes y no varían de acuerdo a las fluctuaciones de los volúmenes de producción, incluyen los sueldos que percibirán los trabajadores que no se encuentran en contacto directo con el proceso de producción, tales como el supervisor de planta y el jefe de mantenimiento; así también representa un costo fijo los servicios básicos como la energía eléctrica y el agua.

Producir una funda de **200gr** le cuesta a la asociación **\$ 0.34 ctvs.**

Es vendida a mayorista y minoristas en **\$ 0.50 ctvs.**

Y luego al consumidor final en **\$ 0.86 ctvs.**

Costo por quintal

Costo por 45.45kg

Materia prima utilizada

10 Racimos de plátano

CONCEPTO	DETALLE	Q	PRECIO	PRECIO TOTAL
COSTOS DIRECTOS				
MATERIA PRIMA				
PLATANO	RACIMOS	10	\$ 6,50	\$ 65,00
SAL	LIBRAS	1	\$ 0,17	\$ 0,17
CANELA	LIBRAS	0,5	\$ 6,00	\$ 3,00
MABNO DE OBRA DIRECTA	2 OBRERAS* 4 HORAS AL DIA	8	\$ 1,00	\$ 8,00
TOTAL COSTOS DIRECTOS				\$ 76,17
COSTOS INDIRECTOS				
MATERIALES INDIRECTOS	FUNDAS DE EMPAQUES DE 200gr	227	\$ 0,001	\$ 0,23
LUZ				
AGUA	\$ 5,00 MENSUALES (Q EXPRESADA EN DIAS)	30	\$ 0,160	\$ 0,16
GAS	2 TANQUES DE 2,25 (Q EXPRESADA EN DIAS)	30	\$ 0,150	\$ 0,15
LIMPIEZA	\$ 10,00 MENSUALES (Q EXPRESADA EN DIAS)	30	\$ 0,330	\$ 0,33
CONTADORA	\$ 10,00 MENSUALES (Q EXPRESADA EN DIAS)	30	\$ 0,330	\$ 0,33
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS				\$ 1,20
TOTAL COSTOS DIRECTOS + COSTOS INDIRECTOS POR QQ				\$ 77,37

1QQ = 45,45 KG
45,45 KG = 45450 GR
200 GR = 0,34 CTVS

Nota: Detalle del costo de producción de la harina de plátano.

Fuente: Asociación de productores

Elaborado por: Autores de tesis

4.1.4 VOLUMEN DE PRODUCCIÓN

El nivel de actividad o volumen de producción es el grado de uso de la capacidad de producción. Se la suele medir como un porcentaje de uso de dicha capacidad. También se usan magnitudes absolutas, como unidades producidas, horas de servicio insumidas, cantidad de servicios realizados, etc.

El estudio de los niveles de actividad es fundamental para la gestión empresarial y más aún en aquellos casos en que existen grandes variaciones estacionales durante el año.

Para el caso de la Asociación de Productores San Miguel de Palo Largo del cantón Santa Ana, presentan un bajo volumen de producción, por la capacidad de producción instalada, siendo este un inconveniente a la hora de cumplir con demandas contratadas establecidas para la exportación.

La capacidad de producción puede ir evolucionando con el tiempo y si se prevén más ventas se puede ir aumentando con nuevas adquisiciones o mejoras de los procesos productivos.

La Asociación San Miguel de Palo Largo se encuentra produciendo en la actualidad 38 kilogramos estos equivalen a 190 fundas de 200gr por la baja comercialización o demanda del producto, pero si sacamos los cálculos con los equipos que posee y tomando en cuenta un trabajo de las 24 horas y los 7 días de la semana tenemos:

		qq/hora	qq/día	qq/semana	qq/mes	ton/mes
Materia prima procesada		0,63	15,12	105,84	423,36	19,24
Harina obtenida	22%	0,1386	3,3264	23,2848	93,1392	4,2336

Nota: Capacidad de los equipos con los que cuenta la Asociación.

Fuente: Asociación de productores.

Elaborado por: Autores de tesis.

Esta pequeña Asociación de Ayacucho puede procesar 0.63 quintales de materia prima en una hora, la harina obtenida corresponde al 22% de materia prima total procesada y lo máximo que pueden producir en un mes, es de 4.23 toneladas.

4.1.5 DEMANDA DE PRODUCCIÓN

Se tiene como premisa que “La capacidad debe ser modificada en base a la demanda”. Es importante enfatizar que la administración de la capacidad requiere de una buena comprensión del medio ambiente dentro del cual opera la organización. Esto requiere una comprensión de las demandas normales de las operaciones existentes y una visión que tome en cuenta las condiciones de los negocios en el futuro. Basándonos en estos factores, los administradores eficaces deberán tomar en cuenta cuando planean los cambios de capacidad los siguientes lineamientos:

a) Expansión de la Producción: Es útil tener en cuenta los beneficios y los costos del tiempo extra, de turnos suplementarios, apoyo de tiempo parcial, subcontratación y el uso de inventarios tratando de estar cubiertos contrademandas irregulares.

b) Contracción de la Producción: Existen algunas alternativas para reducir la producción y la capacidad de manera rápida. congelamientos artificiales, despidos, conclusión de contratos de arrendamiento y alquiler y la venta de parte de equipos y propiedades.

c) Mezcla de Productos: Sobre el porcentaje de utilización de las instalaciones o sobre la utilización de la mano de obra y los costos; que pueden ser sumamente provechosos para la comprensión del impacto de la mezcla de productos en la capacidad.

d) Cambios permanentes en la capacidad: A menudo tiene implicaciones de largo alcance y deben ser considerados con extremo cuidado en relación con los mercados, con la posición financiera de la empresa y las alternativas de tecnología. Las inversiones en maquinarias y equipos, nuevas plantas o centros de servicios, rediseño de productos, modificaciones del proceso de producción, innovaciones en la administración; todas estas interactúan y determinan la tecnología que posee la organización.

Es por esto que solo se dedican a la producción de harina de plátano para consumo humano y la demanda en la localidad da para ello.

Por otra parte la de consumo animal no la procesan por la escasa demanda, pero igual los equipos que tiene la Asociación pueden producir este tipo de harina de encontrar demanda.

4.1.6 OFERTA DEL PRODUCTO

Pero además la palabra oferta ostenta una especial participación en el ámbito económico, ya que así se denomina a la cantidad de bienes o servicios que los productores de los mismos están dispuestos a ofrecer a los potenciales consumidores de los mismos, a diferentes precios y condiciones en un determinado momento.

La oferta estará determinada por los siguientes factores: el precio que ostente el producto en el mercado, los costos que tiene llevar a cabo la producción de ese producto, el tamaño del mercado al cual va dirigido especialmente ese producto, la disponibilidad de factores, la cantidad de competencia que se le presenta y la cantidad de bienes producidos.

La oferta puede ser expresada gráficamente a través de la curva de la oferta, siendo la pendiente que ostenta la misma la que nos indique cómo aumenta o disminuye una oferta ante el aumento o descenso en el precio del bien o servicio en cuestión.

Según establece la ley de la oferta ante un aumento en el precio de un bien, la cantidad ofertada de respecto de ese bien será mayor porque los productores tendrán un incentivo mayor y como consecuencia que la oferta es directamente proporcional al precio que tiene el producto, las curvas de ofertas serán casi siempre crecientes.

En la actualidad para entrar a un comercio competitivo en cualquier parte del mundo, es muy importante contar con estándares de calidad que permitan no solo entrar en el mercado sino también, gustar y posicionarse en el mismo.

La calidad de un producto depende de muchos factores que empiezan desde todo el proceso de producción y fabricación, hasta su presentación como producto final.

Para esto, es necesario contar con la capacitación permanente del personal de la empresa, contar con la infraestructura y tecnología necesaria y actualizada y además con una buena logística de transportación y mantenimiento del producto.

4.1.7 BENEFICIOS DEL PRODUCTO

Evidentemente, el plátano es una de los frutos que proporcionan más calorías, sobre las 100 por cada 100 gramos, es un fruto que realmente no engorda y el que tiene excelentes propiedades beneficiosas para el tratamiento de ciertas enfermedades.

El plátano es un alimento de fácil asimilación, sea al natural preparado en pastas, dulces o confituras. Es un excelente alimento. Se prepara una harina que es blanda y aromática, dulce y nutritiva, de fácil digestión, muy apropiada para individuos debilitados, enfermos y convalecientes y superior a todas las demás harinas alimenticias.

Este fruto tiene excelente propiedades; siendo muy rico en potasio, lo que permite equilibrar el agua del cuerpo al contrarrestar el sodio y favorecer la eliminación de líquidos, por lo que resulta ser adecuada para todos aquellos quienes quieren reducir de peso, favoreciendo los regímenes de adelgazamiento. No hay un alimento tan completamente apropiado para los niños de pecho, como la buena harina de plátano, ni puede imaginarse un medicamento confeccionado por la clínica, que se halle en

mejores condiciones para curar las dispepsias, gastralgias, disenterías y otras enfermedades del estómago.

Anorexia Infantil: Consumir harina de plátano, Ayuda a despertar el apetito en los niños que tienen poca hambre, aún más cuando combinan con otros alimentos naturales, como las manzanas o las uvas, para realizar estupendas ensaladas de frutas, muy ricas y nutritivas.

Colesterol: El consumo de harina de plátano proporciona pectina, que es más grande que el que posee la manzana, y fibra resulta muy interesante para el tratamiento del colesterol.

Contra el Estreñimiento: En ayunas un banano con un vaso de agua.
Con esto se combate el estreñimiento.

Diarrea Infantil: Consumir harina de plátano. Una papilla hecha con esta harina, puede ser una buena manera de cortar la diarrea en niños pequeños.

Gota: El consumo de harina de plátano permite eliminar el agua y sodio del cuerpo, por lo que resulta esencial para el tratamiento de la gota.

Hipertensión Arterial: El consumo de harina de plátano permite eliminar el agua y sodio del cuerpo, por lo que resulta esencial para el tratamiento de la hipertensión.

Problemas del Corazón: El consumo de harina de plátano proporciona el potasio, que es un mineral que interviene en la regulación de los 27 líquidos para el buen estado del corazón, favoreciendo de este modo, la recuperación en estados de nerviosismo y

depresión, mejorando la circulación, previniendo las embolias y aumentando el ritmo cardíaco en casos de debilidad cardíaca.

Problemas Musculares: El consumo de harina de plátano proporciona el potasio, que es un mineral que interviene en la regulación de los líquidos para el buen estado muscular; favoreciendo de este modo, la recuperación en estados de nerviosismo y depresión, previniendo los calambres musculares y fortaleciendo los músculos. Una gran mayoría de deportistas lo consumen, sobre todo los pesistas y boxeadores, ya que les aumenta la musculatura.

Problemas Nerviosos: El consumo de harina de plátano proporciona el potasio, que es un mineral que interviene en la regulación de los líquidos para el buen estado de los nervios, favoreciendo de este modo, la recuperación en estados de nerviosismo y depresión.

Reumatismo: El consumo de harina de plátano permite eliminar el agua y sodio del cuerpo, por lo que resulta esencial para el tratamiento del reumatismo.

4.1.8 INFORMACIÓN ARROJADA DE LA ENTREVISTA.

Sra. Ramona Campaña

¿Cómo califica usted el proceso productivo de la asociación?

El proceso productivo de la asociación es factible, genera un producto de buena calidad hasta el momento para la comercialización interna, y satisfacer la demanda del mercado nacional de nuestra región, aunque debemos alcanzar estándares de calidad superiores.

Se evidencia que la producción de la asociación es suficiente para el mercado local en el que se encuentra inmerso, pero así mismo notamos muchas falencias en la producción y en la calidad si se piensa en un comercio exterior teniendo en cuenta la potencialidad del producto para ser internacionalizado.

4.2 INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA.

La infraestructura y logística de una empresa son muy importantes a la hora de fabricar y comercializar productos, pero en muchos casos también implican el mayor coste o inversión. Es muy importante saber qué tener en cuenta a la hora de calcular los costes. Esta asociación cuenta con la siguiente planta de transformación de productos, que cuenta con los servicios de luz y agua a continuación en el siguiente gráfico:

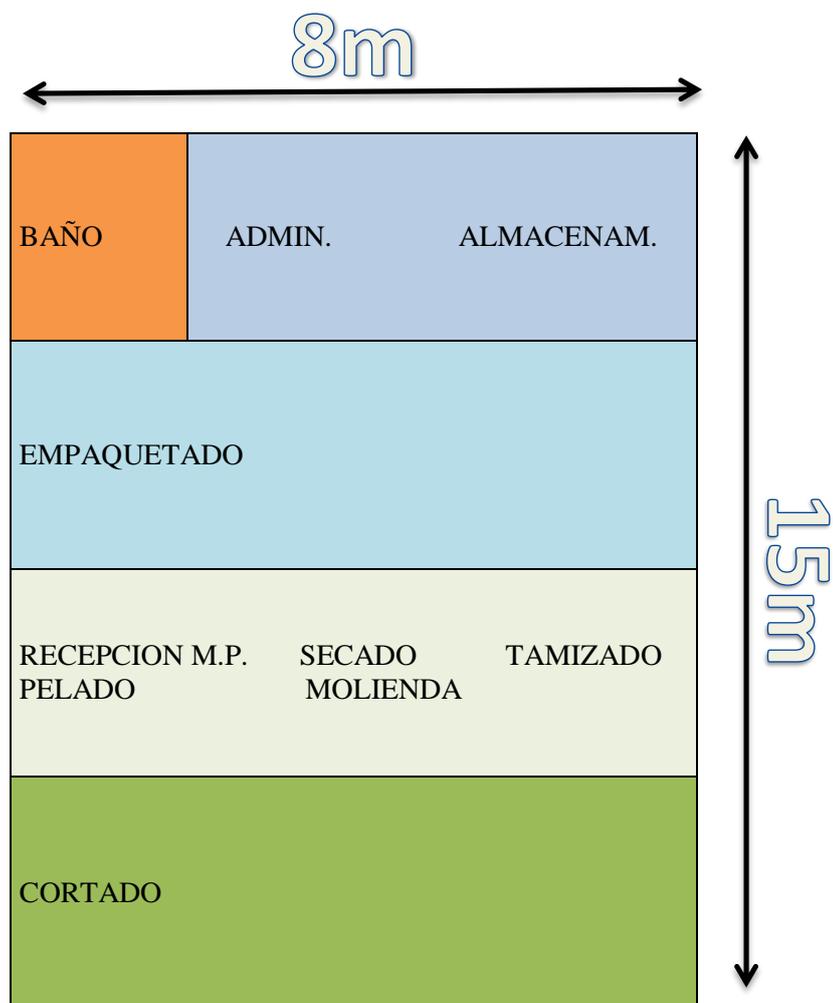


Gráfico N° 4. Planta de producción de la harina de plátano.

Fuente: Asociación de productores.

Elaborado por: Autores de tesis.

4.2.1 EQUIPOS, INSUMOS, PROVEEDORES.

Las ventajas competitivas de los países desarrollados están basadas en su superioridad tecnológica y en que sus multinacionales más dinámicas y competitivas son líderes tecnológicos. La cuestión es si la innovación es también un factor de importancia para explicar la competitividad entre empresas de países en desarrollo cuyas ventajas

competitivas están basadas en bajos salarios y sistemas productivos intensivos en mano de obra especializada y en productos estandarizados de baja tecnología.

En este caso la Asociación cuenta con equipos que generan buena transformación pero solo son utilizados para la demanda local, estas son las características de los equipos:

EQUIPO - POTENCIA	CANTIDAD	CAPACIDAD	MARCA
CORTADORA MANUAL	1	-	-
SECADORA A BASE DE GAS Y ELECTRICIDAD	1	10qq/8h	INMEGAR
MOLINO ELECTRICO	1	8qq/h	INMEGAR
TAMIZADOR MANUAL	1	-	-
LLENADOR	1	-	-
SELLADORA DE FUNDAS, ENERGIA ELECTRICA	1	-	-
COCINAS INDUSTRIALES	2	-	-
MOLINO DE CAFÉ	1	-	-
CONGELADOR	1	-	-
VITRINAS	2	-	-
RECIPIENTES PARA LECHE	2	50lt	-
OLLAS	2	-	-
PAILAS	2	-	-
FREIDORES	3	-	-

Nota: Características de los equipos utilizados para la elaboración de la harina de plátano.

Fuente: Asociación de productores

Elaborado por: Autores de tesis.

4.2.2 RECURSOS HUMANOS.

En la administración de empresas, se denomina recursos humanos (RRHH) al trabajo que aporta el conjunto de los empleados o colaboradores de una organización. Pero lo más frecuente es que se ocupa de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener al personal de la organización.

Esta organización cuenta con 71 socios los cuales 40 son mujeres y 31 hombres, quienes tienen como actividad principal la agricultura, ser jefas de hogar y en menor proporción socios con estudios superiores.

No todos están inmersos en la producción de bienes con valor agregado, esta labor la realizan 28 mujeres de las cuales ahora en la actualidad por situaciones de vida y fallecimiento solo son 20 mujeres del grupo NATUPAL.

Organigrama de la Asociación de Productores de San Miguel

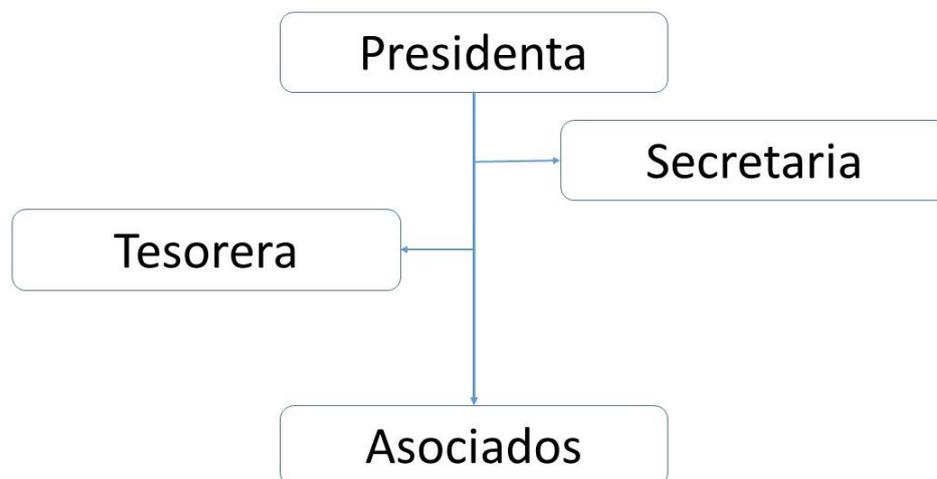


Figura N° 5. Organigrama de la Asociación.

Fuente: Asociación de productores.

Elaborado por: Autores de tesis

Las funciones de cada cargo no están determinadas en un instrumento de guía, pero igual detallan las funciones de cada miembro:

Presidente: líder del grupo, es quien representa a la asociación cuando se amerita.

Tesorero: Es el encargado del dinero que se pueda recaudar y contabiliza los ingresos y los egresos.

Secretaria: Realiza las labores de llevar las actas de las reuniones realizadas.

4.2.3 INFRAESTRUCTURA FÍSICA.

Es importante tener en cuenta que el mantenimiento y actualización de la infraestructura tecnológica de una empresa, ambos son elementos de gran importancia, debido a que con estos, la entidad puede obtener mejores rendimientos del uso de sus recursos; Por otra parte, también es importante contar con una voz experta para la toma de decisiones con respecto a la actualización, sin está las decisiones pueden ser equivocadas y además pueden las organizaciones clientes estar gastando más dinero de lo que verdaderamente se necesita.

4.2.4 TECNOLOGÍA APLICADA

Las tecnologías pueden ser diseñadas y elegidas para que provoquen efectos directos sobre la organización del trabajo y sobre las funciones y tareas de los trabajadores. Los efectos de la tecnología sobre el trabajo son hechos examinados en el diseño de las técnicas de producción, que podían haberse construido de otro modo, dependiendo de la configuración de las relaciones sociales en la empresa, es decir de los significados que trabajadores y empresarios dan a una tecnología de producción concreta. Un mismo artefacto tecnológico no solo puede ser utilizado de diferentes maneras sino que puede tener impactos productivos y laborales diferentes.

Los artefactos técnicos son tecnologías políticas o sociales, es decir, buscan producir un cambio en el comportamiento o acción humana. Son dispositivos de disciplinaamiento productores de sujetos para que se comporten como se ha establecido. Por lo tanto el diseño de artefactos tecnológicos y su implantación en los procesos

productivos implica adoptar en la innovación una serie de concepciones sobre el trabajo y los trabajadores.

Considerando la tecnología como producto social, aparecen diferentes formas de automatización o de estrategias empresariales diferenciadas que persiguen objetivos económicos y productivos a través de concepciones particulares sobre el trabajo y los trabajadores.

4.2.5 APOYO FINANCIERO

Controlar y coordinar los recursos financieros es de vital importancia para cualquier organización, pero si no se cuenta con la información financiera no se podrían tomar decisiones adecuadas para el desarrollo de una empresa, en cuanto a tiempo, cantidad, nivel de gastos, nivel de endeudamiento, ingresos, cartera, desarrollo de determinado proyecto, etc.

La gestión financiera está dirigida hacia la utilización eficiente del recurso económico de una organización, por lo tanto es transcendental analizar estos recursos mediante la rentabilidad y la liquidez. Lo importante es saber administrar los recursos financieros y aumentar el valor de la organización.

La gestión financiera también brinda un material de apoyo muy importante como lo es el presupuesto, el cual admite implementar la proyección de metas para determinado periodo. Esta herramienta de control además facilita la realización de seguimiento a las metas que una entidad se ha fijado; por ejemplo si se tiene un presupuesto para el periodo de un año se puede acceder a la información mensualmente para analizar y así evaluar si los objetivos se están cumpliendo o no, lo cual puede conllevar a tomar

correcciones y así periódicamente se va controlando los resultados para el cumplimiento de los objetivos al término del periodo inicialmente pactado.

Es por esto que el apoyo financiero es uno de los elementos más importantes que sirve para dar interpretación de los objetivos obtenidos con la recopilación en una forma resumida en datos numéricos el desarrollo económico de una empresa y es así como la gerencia analiza el progreso, el avance, el retroceso o el desmejoramiento de la empresa.

La Asociación antes era netamente artesanal, ha ido progresando con el pasar del tiempo los recursos económicos con los que cuenta provienen de aporte de sus socios, financiamiento de la banca privada y apoyo de instancias públicas como la mancomunidad Santa Ana, 24 de Mayo y Olmedo.

4.2.6 BENEFICIOS DE LAS TECNOLOGÍAS PARA LA NEGOCIACIÓN DEL PRODUCTO.

Con el rápido crecimiento del comercio mundial, las compañías deben implementar cambios rápidamente. La tecnología es un medio para lograr este objetivo. Las empresas deben llevar nuevos productos al mercado con rapidez, mientras que cumplen con las exigencias de calidad del cliente. Para tener éxito en el mercado internacional, las empresas también deben eliminar productos innecesarios y tomar medidas administrativas para reducir los costos y tiempos en el desarrollo de productos. El crecimiento de los estándares mundiales de calidad y los procesos en los negocios también ha aumentado la necesidad de las empresas de utilizar la tecnología para implementar los cambios necesarios y así cumplir con los nuevos requisitos

4.2.7 INFORMACIÓN ARROJADA DE LA ENTREVISTA.

Sra. Ramona Campaña

¿Se cuenta con la infraestructura necesaria para una producción de calidad?

Nuestra infraestructura para la producción de la harina es suficiente, para la obtención de un producto de calidad para la comercialización interna y bajos niveles de comercialización pero **insuficiente** con vista a una posible inserción en el mercado externo, elevar la calidad y el nivel productivo.

Se notó sin dudas una insuficiencias en infraestructura si se piensa en un comercio internacional del producto, y además las maquinas que posee la asociación no son utilizadas en su máxima capacidad.

4.3 CAPACITACIÓN DEL PERSONAL LABORAL.

No cuentan con la capacitación profesional requerida para la elaboración de sus productos.

Realizar capacitaciones las unidades productivas en la actualidad representa uno de los medios más efectivos para asegurar la formación permanente de sus recursos humanos respecto a las funciones laborales que y deben desempeñar en el puesto de trabajo que ocupan.

4.3.1 PROCESO DE CAPACITACIÓN

Si bien es cierto que la capacitación no es el único camino por medio del cual se garantiza el correcto cumplimiento de tareas y actividades, si se manifiesta como un instrumento que enseña, desarrolla sistemáticamente y coloca en circunstancias de competencia a cualquier persona. Bajo este marco, la capacitación busca básicamente:

- Promover el desarrollo integral del personal, y como consecuencia el desarrollo de la organización.
- Propiciar y fortalecer el conocimiento técnico necesario para el mejor desempeño de las actividades laborales.

Determinar la metodología que seguirán los participantes en una exposición para aprender esos contenidos es tan importante como el propio contenido del programa. A continuación viene una breve descripción de los métodos y técnicas que más frecuentemente se utilizan para realizar una exposición en programas de capacitación.

- **Conferencia.** Es una exposición sobre un tema en particular en la que el conferenciante habla y el auditorio escucha.
- **Conferencia con participación.** Es una exposición en la que el conferenciante expone unilateralmente, pero se permite que el auditorio participe con preguntas durante la conferencia o al final de la misma.

Para poder tener un concepto claro sobre la capacitación, es necesario diferenciarlo del entrenamiento y el adiestramiento. El entrenamiento es la preparación que se sigue para desempeñar una función.

Mientras que el adiestramiento es el proceso mediante el cual se estimula al trabajador a incrementar sus conocimientos, destreza y habilidad.

En cambio, capacitación es la adquisición de conocimientos técnicos, teóricos y prácticos que van a contribuir al desarrollo del individuo en el desempeño de una actividad. Se puede señalar, entonces, que el concepto capacitación es mucho más abarcador.

4.3.2 EFECTOS DE LA CAPACITACIÓN.

Las empresas pueden recibir los beneficios de la capacitación de sus empleados, ya que los trabajadores bien capacitados ayudan a aumentar la productividad y las ganancias. Invertir en la formación de los empleados debe mejorar las tasas de retención de los trabajadores, la satisfacción del cliente y la creatividad para ideas de nuevos productos. La capacitación efectiva ahorra trabajo al reducir el tiempo dedicado a la resolución de problemas y ahorra dinero en el largo plazo mediante la producción de una mejor fuerza de trabajo.

Ahorrar tiempo y costes

La inversión en capacitación puede mejorar la situación financiera de una empresa. El bajo rendimiento a menudo se produce cuando los empleados no saben exactamente lo que tienen que hacer, cómo hacer su trabajo o por qué tienen que trabajar de cierta manera. La formación puede ayudar a resolver estos problemas de rendimiento, explicándoles a los empleados los detalles del trabajo. Esto debería reducir la duplicación de esfuerzos en el lugar de trabajo, el tiempo dedicado a la corrección de

errores y la resolución de problemas necesarios para corregir los malos desempeños. Mejorar el rendimiento a partir del entrenamiento de los empleados puede reducir la rotación de personal, reducir costos de mantenimiento al reducir las averías de equipos y dar lugar a un menor número de quejas de los clientes. El mejor rendimiento de los empleados normalmente crea una menor necesidad de supervisión y aumenta los ingresos del trabajador.

Satisfacción de los empleados

La satisfacción en el trabajo general aumenta y mejora la autoestima ya que los empleados comprenden mejor el funcionamiento de la empresa. La capacitación también puede mejorar la moral en el trabajo y la lealtad hacia la empresa. Los trabajadores que creen que su compañía ofrece excelentes oportunidades de capacitación son, generalmente, menos propensos a abandonar sus empresas dentro de un año de capacitación que los empleados que tienen pocas oportunidades de formación, según indica el Howard Community College de Maryland, a partir de una encuesta de empleados de Louis Harris & Associates.

Expectativas y necesidades

La formación desempeña un papel clave en el compromiso de los empleados, según Scott Brum, de la Universidad de Rhode Island. De todos modos, es necesario que el programa de capacitación satisfaga las expectativas y las necesidades de los empleados. Las empresas tienen más posibilidades de retener a los empleados que ven su formación como importante para su trabajo y que, subsecuentemente, adquieren un

compromiso positivo para su empresa. Un programa de entrenamiento exitoso consiste en proporcionarles a los empleados la información adecuada y la comunicación sobre la formación, así como un programa que les asegure que la formación es relevante para sus puestos de trabajo.

Los costos de la rotación

Mantener a los empleados bien entrenados es de un valor significativo para las empresas debido a que el costo de la rotación de los empleados puede ser alto. Los costos incluyen el valor de la separación, tales como las entrevistas de salida, las funciones administrativas relacionadas con el término, el pago de la indemnización y la compensación por desempleo. Los costos de reposición están compuestos por las tareas de atraer a los candidatos, realizar entrevistas, hacer pruebas de ingreso, pagar viajes y gastos de mudanza, hacer gastos administrativos de pre-empleo, tomar exámenes médicos y entregar la información de empleo. Un estudio de la Universidad de Wisconsin encontró que el 75 por ciento de la demanda de nuevos empleados estaba relacionada con reemplazar a trabajadores que dejaron la empresa.

4.3.3 CAPACITACIÓN ORGANIZACIONAL

En la misma medida que las empresas se desarrollan y crecen, así debe desarrollarse el personal que las integra y esto se logra a través programas de capacitación continua al personal.

El sistema de capacitación y desarrollo de las personas en la empresa nace del equilibrio necesario entre las competencias actuales y futuras de las personas, y las

necesidades presentes y futuras de la organización en función de su entorno, su misión y su estrategia.

Si bien el sistema de capacitación o entrenamiento presente en la organización apoya a sus miembros para desempeñar su trabajo actual, sus beneficios pueden prolongarse a toda su vida laboral y pueden colaborar en el desarrollo de esa persona para cumplir futuras responsabilidades. Las actividades de desarrollo, ayudan al individuo en el manejo de responsabilidades futuras independientemente de las actuales.

Los principales objetivos de la capacitación son:

Preparar al personal para la ejecución de las diversas tareas particulares de la organización.

Proporcionar oportunidades para el continuo desarrollo personal, no sólo en sus cargos actuales sino también para otras funciones para las cuales la persona puede ser considerada.

Cambiar la actitud de las personas, con varias finalidades, entre las cuales están crear un clima más satisfactorio entre los empleados, aumentar su motivación y hacerlos más receptivos a las técnicas de supervisión y gerencia.

4.3.4 INFORMACIÓN ARROJADA DE LA ENTREVISTA.

¿Existe la capacitación adecuada por parte de las autoridades?

Las autoridades tienen desconocimiento de cómo lograr una capacitación efectiva al personal con vista al mejoramiento del proceso productivo.

El personal que labora en la asociación no está debidamente capacitado e informado, el sistema de producción que ellos practican es artesanal por lo que la calidad de la producción no llega a ser aún de exportación.

4.4 ESTÁNDARES DE EXPORTACIÓN.

Cuando hablamos de una expansión de mercado a nivel internacional, la eficiencia en los procesos es muy importante, ya que se van a encontrar con competidores muy fuertes muchas veces ya establecidos en un mercado y es vital para una empresa llevar una producción eficiente capaz de cubrir las necesidades que el cliente en el exterior requiere.

Para esto se requiere una organización impecable estableciendo metas de producción que se puedan cumplir sin problemas.

4.4.1 BARRERAS DE ENTRADAS.

a) Barreras arancelarias

Aranceles aplicados por los principales compradores de la partida (0803.10 y 0803.90), desde el Ecuador.

Los aranceles aplicados a "(0803.90) Las demás Bananas o plátanos frescos o secos", procedentes de Ecuador	
Países	Tarifas aplicadas
Rusia	3,75 %
Estados Unidos	0,00 %
Italia	8,86 %
Alemania	8,86 %
Chile	0,00 %
Holanda	8,86 %
Reino Unido	8,86 %

Información de Banco Central del Ecuador

b) Barreras no arancelarias**Estados Unidos:**

Acceso para frutas y vegetales nuevos

Aunque el proceso es distinto para cada país, existen pasos generales que son comunes a todos los países. En general, en Ecuador, el proceso necesario para permitir el ingreso de una nueva fruta o vegetal al mercado de Estados Unidos comienza cuando la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro Agrocalidad (<http://www.agrocalidad.gov.ec>) presenta una solicitud al Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal o Animal and Plant Health Inspection Service APHIS del Departamento de Agricultura de Estados Unidos o United States Department of Agriculture USDA. Una vez recibida la solicitud oficial, APHIS colabora con Agrocalidad para completar una Evaluación de Riesgo de Plagas o Pest Risk Assessment PRA.

A la finalización de la evaluación de riesgo de plagas, no garantiza que la fruta pueda ingresar y existe la posibilidad de que la fruta o vegetal siga siendo prohibida en Estados Unidos. No obstante, si se da el caso o posibilidad de mitigar el riesgo APHIS elabora un plan de gestión de riesgos. Acto seguido, el plan de gestión de riesgos es presentado y discutido con funcionarios de AGROCALIDAD. Luego, a través de negociaciones, APHIS y los funcionarios de AGROCALIDAD determinan si el plan de gestión de riesgo es viable o no. Si Agrocalidad está de acuerdo con el plan de reducción del riesgo de plagas propuesto, APHIS inicia el proceso de elaboración de normas.

4.4.2 PRODUCTOS SUSTITUTIVOS.

En microeconomía, un bien se considera un bien sustitutivo (o bien sustituto) de otro, en tanto uno de ellos puede ser consumido o usado en lugar del otro en alguno de sus posibles usos. Los factores que determinan la demanda de un bien son el precio del mismo producto, la renta o ingreso del sujeto, el precio de los demás productos y los gustos o preferencias del consumidor. La influencia del precio de otros productos puede ser diversa, así si el incremento del precio de otro producto provoca un incremento del consumo de mi producto, se dice que estos dos bienes son sustitutos.

El producto sustituto de la harina de plátano es la harina de maíz, la misma que se encuentra posicionada en la mente del consumidor, sin embargo, en los últimos años ha habido un cambio en los hábitos de consumo de las personas.

En la actualidad las personas prefieren consumir productos más sanos, nutritivos y económicos, atributos donde la harina de plátano posee una ventaja competitiva sobre la harina de maíz.

La harina de plátano tiene un mayor nivel nutricional, es más sano para el consumo humano y es más económica que la harina tradicional y como valor agregado tiene usos más diversos.

4.4.3 REQUISITOS PARA LA EXPORTACIÓN.

Ley sobre normas técnicas y control de calidad establece las disposiciones relativas a la normalización, certificación y control de calidad en las siguientes áreas: elaboración e intercambio de bienes; prestación de servicios; introducción, distribución y expendio de bienes importados; y, exportación de bienes y servicios nacionales. El Estado toma como referencia para el control de calidad las normas COVENIN en vigencia, o en su defecto, alguna otra de igual rango para verificar la idoneidad de los productos o servicios; a los que cumplan con las normas mencionadas, se les otorgará la marca “NORVEN”, que consiste en un símbolo distintivo que garantiza que el mismo cumple con las especificaciones de calidad establecidas por los organismos competentes.

El Servicio Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos (SENCAMER) es un órgano desconcentrado, con autonomía funcional, financiera, administrativa y organizativa, de carácter técnico especial, adscrito al Ministerio de Industrias Ligeras y Comercio (MILCO)

4.4.4 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE EXPORTACIÓN.

La exportación es el tráfico legítimo de bienes y servicios nacionales de un país pretendido para su uso o consumo en el extranjero, pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera de un Estado que son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas.

Es un régimen aduanero aplicable a las mercancías en libre comercialización que salen del territorio aduanero, para uso o consumo definitivo en el exterior las cuales no están afectadas a ningún tributo en el mercado local.

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

Los datos que se consignarán en la DAE son:

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

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

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).

- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

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

- Canal de Aforo Documental
- Canal de Aforo Físico Intrusivo
- Canal de Aforo Automático

Para el caso del Canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entiéndase con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el caso del Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada.

4.4.5 DEMANDA EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES.

Según una compañía australiana importadora, la harina de plátano ecuatoriana es de excelente calidad y una de las mejores del mundo. Pero es importante que para ingresar en el mercado australiano, los exportadores tengan la certificación HACCP. Además, el factor precio también tiene mucho peso; las compañías australianas conocen bien el mercado internacional y aunque Australia sea considerado como uno de los países más caros del mundo, no es aconsejable inflar los precios, ya que India, China y Filipinas, reconocidos por ser competitivos en precio, son competidores directos de Ecuador en este mercado y “vecinos” de Australia.

Los principales países importadores son:

- Estados Unidos de América
- Francia
- Alemania
- Chile

4.4.6 INFORMACIÓN ARROJADA DE LA ENTREVISTA.

Sra. Ramona Campaña

¿Se cuenta con la calidad necesaria para la exportación del producto?

La calidad de nuestro producto aunque goza de los mejores resultados de comercialización en el mercado interno, no cuenta con la calidad requerida para la exportación, aunque tenemos que capacitarnos al respecto, no estamos lejos de esa calidad, que podemos lograr.

Se analiza que si se contara con una estandarización en la producción, los resultados del producto serán favorables en cuanto a la calidad del mismo.

CAPITULO V

COMERCIALIZACIÓN EXTERNA DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE SAN MIGUEL DE PALO LARGO.

5.1 NIVEL DE CALIDAD DEL PRODUCTO PARA EL MERCADO EXTERNO

La calidad es la aptitud de satisfacer una necesidad implícita y explícita. Esto significa que la calidad de un producto o servicio, es el nivel de satisfacción que le ofrece a su consumidor, y está determinado por las características específicas del producto o servicio.

La calidad de los productos es de vital importancia en el mundo de los negocios porque ayuda a garantizar la satisfacción del cliente y mejora la percepción de una marca de la organización. Proporciona una ventaja competitiva muy importante y es un requisito indispensable para hacer negocios con algunos clientes. Según la Organización Internacional de Estandarización (ISO), la gestión de la calidad es el proceso que una organización sigue para cumplir con los requerimientos de calidad de sus clientes, mejorar la satisfacción de los mismos y cumplir con las regulaciones relevantes.

En economía, la competencia es una situación patrimonial en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios aptos en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios. En general, esto se traduce por una situación en la cual, para un bien determinado, existen una pluralidad de ofertantes y una pluralidad de demandantes.

Ley sobre normas técnicas y control de calidad establece las disposiciones relativas a la normalización, certificación y control de calidad en las siguientes áreas: elaboración e intercambio de bienes; prestación de servicios; introducción, distribución y expendio de bienes importados; y, exportación de bienes y servicios nacionales. El Estado toma como referencia para el control de calidad las normas COVENIN en vigencia, o en su defecto, alguna otra de igual rango para verificar la idoneidad de los productos o servicios; a los que cumplan con las normas mencionadas, se les otorgará la marca “NORVEN”, que consiste en un símbolo distintivo que garantiza que el mismo cumple con las especificaciones de calidad establecidas por los organismos competentes.

El Servicio Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos (SENCAMER) es un órgano desconcentrado, con autonomía funcional, financiera, administrativa y organizativa, de carácter técnico especial, adscrito al Ministerio de Industrias Ligeras y Comercio (MILCO).

5.1.1 TIPOS DE PRODUCTOS

Existen varios tipos harina de plátano, según la variedad de plátano o banano, según el destino alimento para el consumo humano o para el consumo animal. En el caso de la harina producida por la asociación, se utilizará la variedad de harina de plátano, para el consumo humano.

5.1.2 USOS

La harina de plátano es típicamente de color amarillo y se caracteriza por un ligero sabor y aroma a plátano. Repleta de nutrientes como fibra, vitaminas del complejo B y potasio, la harina de plátano es más digerible que la harina de trigo y es un elemento básico en la cocina algunos países, como en aquellos países tropicales, como Jamaica, donde a menudo se utiliza para hacer un dulce, avena económica o para agregar nutrientes y humedad a las tortas, panes y otros productos horneados.

5.1.3 FORTALEZAS

Fortalezas:

- El personal tiene experiencia en la producción de varias clases de harina.
- El producto presenta muchos beneficios al consumirlo por su alto contenido de vitaminas, proteínas y nutrientes.
- Puede llegar a constituirse y posicionarse como una alternativa de consumo diaria.
- La utilización de Materia Prima selecta, para de esta manera obtener un producto de calidad.
- Tendencia de los consumidores a elegir productos naturales y nutritivos que ayuden a conservar su salud.
- El Ecuador es un país productor de plátano y su producción abastece al mercado local e internacional esto indica que se contara con la suficiente materia prima.

- En la provincia no existe competencia es decir que la entidad es pionero en la distribución local.
- La asociación se encuentra en las Zonas potenciales de cultivo de plátano en el país.

5.1.4 FORMAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO.

El producto es empacado en fundas herméticas de 1000 gramos, cuyas envolturas tienen la imagen y el nombre, luego son colocadas en cartones para su posterior transporte y exportación.

Etiquetado: La información general que va en las etiquetas es la siguiente:

- La información específica en la sección de visualización principal es la que se debe consignar en el empaquetamiento frontal del producto para paquetes rectangulares; en contenedores cilíndricos es el 40% de la altura por la circunferencia del producto y para empaques de otras clases el 40% de la superficie total. En esta sección va el enunciado de la identificación del producto y el nombre común ej: cereal, azúcar, avena, etc. Igualmente se puede usar nombres más representativos como la clase de arroz, proveniencia, tipo especial, etc. Se debe consignar el peso neto en medidas del sistema estadounidense es decir en onzas, libras, y pueden estar con su equivalencia en gramos, kilogramos, entre otras informaciones adicionales.

5.1.5 INFORMACIÓN ARROJADA DE LA ENTREVISTA.

Sra. Ramona Campaña

¿Existe una producción de calidad para la exportación del producto?

Como dije anteriormente nuestro producto goza de los mejores resultados de comercialización en el mercado interno, si hablamos de calidad de la producción, creemos tener muchas deficiencias en la cadena productiva, con vista a la exportación, pero contamos también de excelentes fortalezas para erradicarlas y lograr la calidad en todo el proceso.

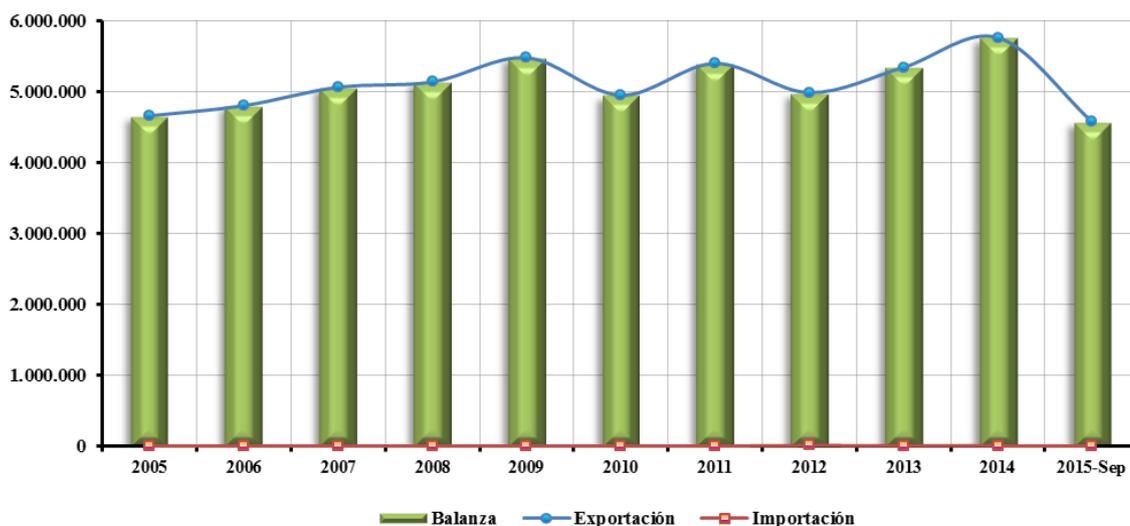
Es evidente que la asociación aún no cuenta con una producción de alta calidad en los productos que ofrecen.

5.2 PRECIOS

El precio de adquisición es el resultado de la suma de diferentes variables. Una de esas variables sería lo reflejado en la factura más todos los gastos adicionales que se producen hasta que el producto es almacenado, es decir, transporte, seguros, manipulación, etc. El IVA o cualquier otro tipo de impuesto se sumarán al precio de adquisición si dicho impuesto no va a ser devuelto por hacienda.

Los precios de exportación del plátano, banano y sus derivados hasta septiembre de 2015 se comportaron de la siguiente forma

BANANO. BALANZA COMERCIAL
(Peso en Toneladas Métricas)



Información del Banco Central del Ecuador

5.2.1 EFICIENCIA

El principio de eficiencia se resume en algo tan intuitivo como "no despilfarrar recursos", sino aprovecharlos de forma óptima, siempre con la restricción tecnológica de cada momento histórico. La empresa como agente económico que persigue el logro del máximo beneficio posible, tiene que desarrollar su actividad según el principio de eficiencia: conseguir un determinado nivel de producción con el mínimo consumo de factores productivos, o alternativamente, dada una cantidad de recursos productivos, explotarlos de manera que logre la máxima cantidad y calidad de productos. Por lo anterior descrito la eficiencia de la cadena productiva, se verá traducida directamente en precios verdaderamente competitivos a nivel internacional.

5.2.2 DESCRIPCIÓN DE PRECIOS

Este es uno de los principales limitantes que se presentan durante el proceso comercial existe una gran variación. El ingreso, mediante adecuadas estrategias, a los mercados externos tiene algunos elementos que se mencionan a continuación:

1. Factores que determinan los precios.
2. Conocimiento de leyes y reglamentos que rigen las importaciones de acuerdo al país o grupo de nacionales que compren.
3. Proceso de Ventas Internacionales

En el primer factor se incluyen; los objetivos, tamaño el mercado, análisis de la competencia, los costos, el precio adecuado y el diseño adecuado de la o las oferta(s).

El siguiente punto es conocer el o los requisitos para importar a: EEUU, Unión Europea, Canadá y los demás países.

Finalmente dentro del proceso de ventas internacionales se debe considerar dos puntos; la relación de los factores de la compra-venta y las condiciones de venta y entrega.

5.2.3 TIPOS DE PRECIOS PARA LOS MERCADOS INTERNACIONALES.

Las empresas cuentan con tres tipos principales de políticas para determinar los precios de exportación, las cuales están orientada por alguno de los siguientes factores.

Costos y gastos (factores endógenos)

Mercado demanda (factores exógenos)

Competencia (factores exógenos)

Precios orientados por los costos: Representa la política más sencilla y ampliamente utilizada. Se calcula un costo para cada unidad de producción y a ese costo básico se le suma un porcentaje o margen de beneficio absoluto para determinar el precio. Dicho de otra manera, gastos y costos más un margen de rentabilidad.

Precios orientados por el mercado y la demanda: Parte de la intensidad de la demanda expresada por los consumidores. Se fijan precios altos cuando el interés de los consumidores es intenso y precios bajos cuando es débil. Los costos reales pueden ser los mismos en ambos casos. Esto sucede mucho en los productos perecederos o en los que tienen un precio internacional.

Precios orientados por la competencia: Se basa en el comportamiento real o previsto de los competidores. Las empresas que aplican este método no buscan vincular los precios con los costos ni con la demanda del mercado. Determinan sus precios en relación a lo que hacen sus competidores, o bien con base a su propia estrategia comercial de exportación, en la que se define una estrategia competitiva, ya sea de diferenciación o de liderazgo en costos.

5.2.4 COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS.

Como se pudo constatar en el gráfico de comportamiento de los precios de exportación del banano, el plátano y sus derivados, existe una inestabilidad de un mes a otro en los meses de 2015, lo que no influye significativamente la hora de exportar el producto pues los precios de la harina de plátano y la materia prima son directamente proporcionales en la caída o alza de uno.

5.2.5 COMPETENCIA

En economía, la competencia es una situación patrimonial en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios aptos en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios. En general, esto se traduce por una situación en la cual, para un bien determinado, existen una pluralidad de ofertantes y una pluralidad de demandantes.

5.2.6 INFORMACIÓN ARROJADA DE LA ENTREVISTA.

Sra. Ramona Campaña

¿Son factibles los precios de producción para competir en el mercado externo?

La factibilidad de nuestros costos de producción son excelentes comparados estos con los precios que tiene el producto en el mercado externo, aun cuando haya que elevar estos costos por cuestiones de calidad del producto y de la cadena de producción tenemos excelentes fortalezas en este sentido para lograr ganancias y rentabilidad.

Se analizó que mejorando la producción los costos no serían un problema al momento de internacionalizar el producto, ya que los precios en el mercado externo son muy rentables.

5.3 LOGÍSTICA

5.3.1 DESCRIPCIÓN DE LA CADENA PRODUCTIVA.

Existen diferentes agentes que intervienen en la cadena productiva afectando su cotización como lo son los productores en su siembra y cosecha, el procesamiento en la industria, hasta obtener la calidad recomendada, los distribuidores y comercializadores en la clasificación y empaque, los transportadores con la logística necesaria para la distribución y finalmente el comercio mayorista que realiza la distribución a los diferentes canales, donde se determina el precio y su destino final siempre teniendo en cuenta la apariencia, cantidad, empaque y calidad.

5.3.2 FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.

La forma de comercialización del producto propuesta es inicialmente a través de intermediario, pues al ser la organización de productores una pequeña empresa facilitará que esta se abra paso con mayor facilidad en el mercado internacional, no incurriendo en excesivos gastos, de marketing y otros, solo plantear el mercado meta y establecer el contacto de las empresas exportadoras que tienen como fin este objetivo.

5.3.3 CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

Un factor decisivo si se desea exportar a EE. UU es determinar la cantidad de producto disponible para entrar a ese mercado. Uno de los Principales errores para un pequeño y mediano productor es el no identificar en forma correcta la cantidad disponible para ofrecer en el mercado internacional y encontrarse con que, luego del primer pedido de prueba, no puede abastecer a su nuevo comprador por las cantidades solicitadas, Es importante que por el tamaño del mercado estadounidense, al inicio se seleccione uno o dos Estados como mercado objetivo, en nuestro caso la ciudad de MIAMI.

Las ventas de este producto en el exterior se realizarán a través de intermediarios (agente, bróker o empresa local exportadora), pues al ser una mediana Empresa aún, se considera que es la mejor forma de llegar a nuestro mercado que es MIAMI y por ende al consumidor final. El exportador, con el contacto directo con el intermediario, podrá obtener información para el mejoramiento del producto.

El medio de transporte que se ha elegido de mutuo acuerdo es el Aéreo por las siguientes razones:

- Mayor rapidez en el transporte
- Poca cantidad a exportar
- Carga Normal no necesita contenerización

5.3.4 INFORMACIÓN ARROJADA DE LA ENTREVISTA.

Sra. Ramona Campaña

¿Daría una socialización y capacitación sobre la oportunidad de producir con calidad de exportación?

Es importante la capacitación de todo el personal, nuestra asociación se encuentra en plena disposición de lograr capacitar a todos sus miembros con vista a la inserción en el mercado externo, lo que va a repercutir sin lugar a dudas en el nivel de vida de todos.

Existe predisposición por parte de la directora para que se realice una capacitación a todo el personal y la asociación pueda crecer y expandir su mercado.

5.4 VENTAS AL MERCADO INTERNACIONAL

5.4.1 VOLUMEN DE VENTAS

El volumen de ventas es una magnitud de gran importancia a la hora de evaluar el tamaño y la solvencia de una empresa. Para evaluar la solvencia suele tenerse en cuenta otras cifras como el resultado operativo, el capital social, el ebitda o la misma suma de los activos. Para evaluar el tamaño de la empresa también se tienen en cuenta otras cifras no puramente económicas, como el número de empleados.

Para el caso de la asociación, está clasificada como una pequeña empresa, en la cual su volumen de venta es pequeño, precisamente es necesario para emprender nuevos retos que conlleven a elevar la capacidad productiva, realizar una serie de cambios

mediante la implementación de este trabajo investigativo, que se refleje directamente en su capacidad productiva y su volumen de ventas.

5.4.2 TIPOS DE VENTAS

La venta es el intercambio de servicios y productos, donde el sujeto que actúa como vendedor transmite un derecho, bienes o servicios al comprador a cambio de una determinada suma de dinero.

Las ventas pueden ser clasificadas según el comprador y el uso que se le dará a la compra:

Ventas mayoristas: cuando se compra al por mayor un bien o un servicio obtienes más volumen y a un menor costo. Este tipo de compras permiten acceder a cierto ahorro.

Ventas minoristas: mientras que cuando se compra al por menor se obtiene menos volumen a un costo más elevado por lo que está destinado el consumo personal.

EL volumen de las ventas es mucho menor que en el caso de las compras mayoristas.

Además las ventas pueden ser organizadas taxonómicamente según el modo de realizarse:

Ventas personales: La relación entre el comprador y el vendedor es directa, es realizada personalmente. Es eficaz ya que genera mayores posibilidades de poder convencer al potencial comprador.

Ventas por correo: Los productos son ofrecidos a los posibles compradores vía cartas, catálogos, videos, folletos, muestras, entre otros métodos, utilizando siempre el correo como medio. Junto al envío es incluido un formulario que posibilite el pedido.

Dicho tipo de ventas permiten individualizar a los potenciales compradores y evaluar rápidamente los resultados.

Ventas telefónicas o tele marketing, estas ventas son iniciadas y finalizadas a través del teléfono. Hay ciertos productos que son más eficaces a la hora de venderlos sin ser vistos, algunos ejemplos son afiliaciones a organizaciones o clubes, suscripciones a diarios, revistas, entre otro.

5.4.3 APERTURA DE MERCADOS INTERNACIONALES

Estrategias de Introducción

Básicamente para lograr hacer presencia en el mercado internacional se van a explotar dos ámbitos.

1. Hábitos de consumo: Últimamente se observa que existe un incremento del consumo de productos que posean como principal materia prima la harina de plátano, ya que se lo asocia con una dieta saludable.

El demandante al mismo tiempo desea productos que puedan ser preparados de manera fácil y rápida, seguros, con período de vida útil más prolongado y un procesamiento no tan severo, de manera que estos, los productos de consumo, contengan el máximo posible de vitaminas y su valor nutritivo.

2. Optimización del Tiempo: Las sociedades, en general experimentan día a día grandes cambios entre estos destacan la disminución de tiempo a las actividades domésticas, como consecuencia de la incorporación de la mujer al mercado laboral, situación que incrementa la demanda de alimentos preparados y/o precocinados.

5.4.4 FORMAS DE ACCESOS DEL PRODUCTO A LOS MERCADOS INTERNACIONALES.

La exportación consiste en crear un contacto directo con el importador y hacer todo el proceso de la operación de exportación. Esto incluye la utilización de mejores recursos, contar con recursos humanos bien capacitados en negocios internacionales y además, con una red de contactos de proveedores de servicios a las exportaciones.

Se recomienda hacer la exportación a través de un bróker, enviando las mercancías y finalmente efectuando la cobranza. Todo este proceso implica asumir los riesgos propios de toda operación de comercio externo, como por ejemplo, la ocurrencia de siniestros (gastos internos, incendios, desastres naturales, accidentes, entre otros), todo esto dependiendo del tipo de negociación con la que se acordó. También, asume el riesgo de no pago lo que dependerá del medio de pago utilizado y de las medidas de protección que pueda adoptar el exportador. Esta estrategia se aplicará porque se considera que es la más apropiada para lograr la incursión del producto en el mercado meta.

5.4.5 INFORMACIÓN ARROJADA DE LA ENTREVISTA

Sra. Ramona Campaña

¿Existen estándares de exportación en todo el proceso que lleva el producto?

No, aunque tenemos varios de los requisitos para la exportación de forma global tenemos que lograr alcanzar los estándares adecuados para la exportación, hay que comenzar por potenciar nuestras fortalezas y trabajar sobre las debilidades para lograr insertarnos en el mercado externo.

La directora de la asociación está consiente que sus productos aún no están preparados para ser exportados, por lo que saben que tienen que fortalecer los procesos para alcanzar una mejor calidad en sus productos.

CONCLUSIONES

A través del desarrollo de esta investigación los autores arribaron a las siguientes conclusiones:

1) El Proceso de Producción de la harina de plátano es muy limitado, puesto que se lo hace de una manera tradicional, por lo que el nivel de Producción de la Asociación es baja para afrontar el reto de la internacionalización del producto, pero a la vez que cuenta con acceso a la materia prima necesario, las instalaciones e infraestructura, recursos humanos para elevar considerablemente el nivel de producción. Los ingresos provenientes de la venta del producto en el mercado local no logran alcanzar los retos propuestos.

2) La infraestructura y el uso de la tecnología no son aprovechados adecuadamente por lo que la producción no alcanza la capacidad máxima productiva óptima para el proceso productivo y su influencia en los precios competitivos en el mercado externo con el objetivo de realizar la exportación. Sin embargo, la misma tecnología no es acorde a los requerimientos modernos puesto que implica un mayor costo e inversión.

3) Los directores de la Asociación no tienen claro ni visualizan las necesidades de capacitación del personal laboral con el aporte a la logística para el mercado externo, marcando la necesidad indiscutible de lograr a través de los medios, la capacitación del personal de la asociación para la inserción en el proceso de exportación; puesto que no lo involucran con los resultados y metas que se quieren obtener. Muchos

productores utilizan el sistema clásico y desconocen el uso y aplicación de la tecnología. Peor aún apuntan al proceso logístico para la exportación del producto.

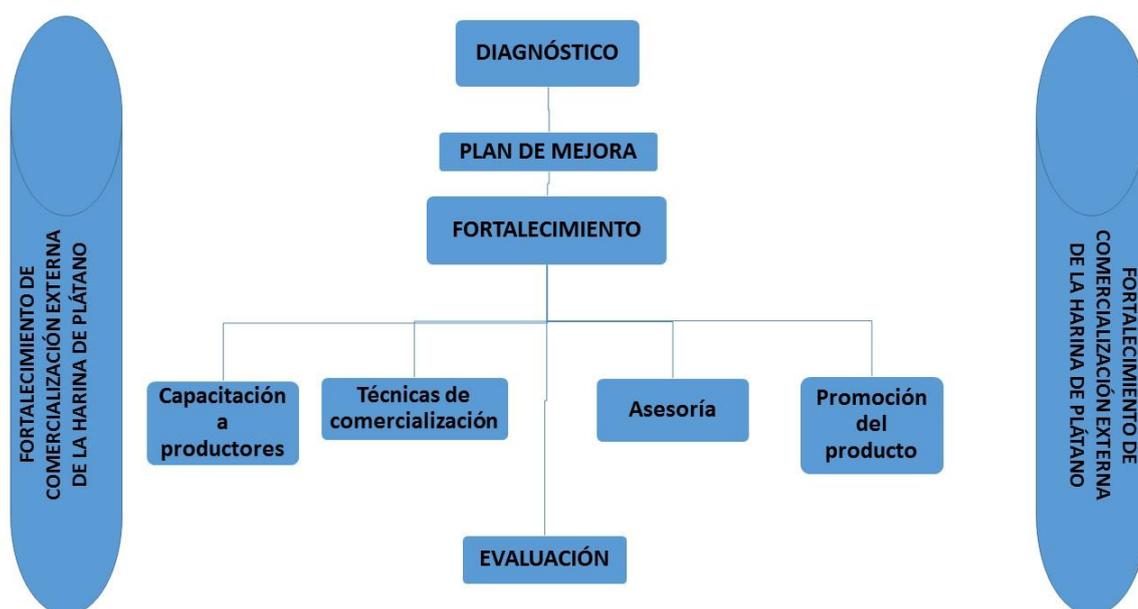
4) La eficiencia en los procesos es importante para la expansión del mercado a nivel internacional, se analizaron los estándares de calidad en la producción con el volumen de ventas en el mercado internacional, lo que demostró que es factible la exportación de la harina de plátano y que en la asociación no se establecen los estándares de calidad para lograr competir en dichos mercados, lo que sin duda repercute en el nivel de ventas. Se diseñó una propuesta para la estandarización del proceso productivo de la asociación para elevar la calidad de la producción de la harina de plátano con fines de exportación.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA

Estrategia para el fortalecimiento de la comercialización externa de la harina de plátano.

PRESENTACIÓN GRÁFICA



6.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

El plátano es uno de los productos, más nutritivos y por ende sus derivados están compuestos por altos componentes nutricionales uno de sus derivados es la harina de plátano que es uno de los alimentos con alto valor nutricional gracias a que contiene todos los grupos de vitaminas y nutrientes.

La asociación de productores de Palo Largo del Cantón Santa Ana es uno de los productores locales de la harina, comercializa internamente en el cantón su producto, que goza de buena calidad, y tiene una demanda estable en el mercado interno.

La misma no cuenta con la estandarización del proceso productivo con vista a la exportación, pero posee todas las condiciones necesarias para mejorar, y situar su producto en el mercado externo.

6.2 OBJETIVOS

6.2.1 OBJETIVO GENERAL

Implementar una estrategia para el fortalecimiento de la comercialización externa de la harina de plátano en la Asociación de Productores San Miguel de Palo Largo del Cantón Santa Ana.

6.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fundamentar a través de la búsqueda documental el estudio de factibilidad.
- Determinar los requerimientos necesarios para la comercialización externa de la harina de plátano.
- Evaluar la implementación de la estrategia.

6.3 DIAGNÓSTICO

6.3.1 UBICACIÓN DE LA PLANTA

La asociación de productores de Palo Largo, ubicada en el Cantón Santa Ana en la provincia de Manabí, la planta cuenta con una excelente micro localización, pues está ubicada en las cercanías de una de las zonas plataneras más grandes del país lo que le permite un constante acceso a la materia prima (plátano), además el puerto y aeropuerto de Manta están ubicados relativamente a una distancia prudencial. Todo esto le permite a la asociación no generar grandes costos de transportación.

6.3.2 INFRAESTRUCTURA

La asociación cuenta con la infraestructura para la producción a bajos niveles de la harina y su comercialización en el mercado interno del cantón, cuenta con varios locales, las máquinas son insuficientes, y algunas deben mejorar en calidad, para obtener un producto que cuente con la calidad requerida para la exportación.

6.3.3 RECURSOS HUMANOS

El personal cuenta con los conocimientos del proceso productivo de la harina, de la calidad requerida para la comercialización interna, así como el proceso de comercialización interno. Pero desconocen en su totalidad el proceso de exportación, las normas de calidad para la exportación así como las formas para promocionar el producto y el marketing para la inserción del producto en el mercado externo.

6.4 PLAN DE MEJORA

6.4.1 PROCESO PRODUCTIVO

El proceso productivo de la harina de plátano de la Asociación descrito anteriormente en el capítulo IV, es el proceso adecuado utilizado por diversas empresas del gremio, por lo que no se propone variar la cadena sino mejorar algunas áreas en las que se detectan dificultades para la obtención de un producto con la calidad requerida, a través de la capacitación de dirigentes y de todo el personal, se resuelvan las dificultades principales que permitan obtener la máxima calidad para la exportación.

Los volúmenes de producción en base a una posible demanda en el exterior será propósito de la asociación en correspondencia a sus niveles y su capacidad de producción y de la contratación correspondiente, por lo que no es objetivo fundamental de esta propuesta trazarse acciones encaminadas a modificar el proceso productivo, sino de establecer a través de las capacitaciones la normas de calidad correspondiente para la exportación.

6.4.2 PROCESO DE EXPORTACIÓN

El proceso de exportación para la asociación es totalmente desconocido, por lo que la propuesta se centrará precisamente en establecer acciones concretas, así como diseñar y planificar toda la estructura del proceso de exportación, teniendo en cuenta que los investigadores no tienen relación directa con la asociación sólo se diseñará, estructurará y evaluará a nivel metodológico la propuesta.

6.4.3 PROMOCIÓN

La promoción del producto es de gran importancia para darlo a conocer en el mercado y a los consumidores, por lo que se establecerán las opciones, y las formas de penetración más adecuadas para la asociación.

6.4.4 CAPACITACIÓN A PRODUCTORES

La capacitación cumple un papel importante en el desarrollo y fortalecimiento de las competencias, razón por la que es considerada como un factor imprescindible para la implementación estratégica para el proceso de exportación.

La capacitación tiene dos líneas temáticas fundamentales:

- La calidad de los productos de exportación
- El proceso de exportación

Se utilizará la conferencia con participación como método para la capacitación en estos temas:

La calidad de los productos de exportación

N°	Temas de las conferencias	Participantes	Horas
1	Proceso de producción para la obtención de productos de calidad exportable	Asociados	10
2	Normas calidad	Asociados	10

El proceso de exportación

N°	Temas de las conferencias	Participantes	Horas
1	Estrategias de introducción a los mercados internacionales.	Presidenta y tesorera	10
2	Técnicas de comercialización externa, canales de distribución.	Presidenta y tesorera	10

Se complementará la capacitación a través de los cursos virtuales que ofrece de manera gratuita Pro Ecuador en su plataforma virtual, con la asesoría de los autores de la investigación.

6.5 TÉCNICAS DE COMERCIALIZACIÓN

La exportación conjunta de un grupo de pequeñas y medianas empresas, que por sí solas no cuentan con los recursos necesarios para enfrentar una demanda internacional. En este caso, se trata de confeccionar una oferta exportable complementaria que permita su colocación en un nicho de mercado externo.

Partiendo de los estudios previos realizados la técnica de comercialización indirecta es la más factible para la asociación, primeramente por no tener grandes gastos adicionales, por la categoría de pequeña empresa y además, asegurar a través de una empresa con experiencia en la comercialización externa, la participación de su producto en el mercado meta.

Se concertará a través de Pro Ecuador, el intermediario correspondiente para la mediación en la exportación, una empresa exportadora con Agrivel, es una empresa ya posicionada en el mercado externo, principalmente con exportación a los Estados Unidos, comercializa plátano, banano y productos derivados, productos de la región costa por lo que es una fuerte candidata para comercializar el producto.



6.5.1 ACCESO AL MERCADO EXTERNO

DOCUMENTACIÓN NECESARIA

Requisitos para ser exportador:

- Contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) indicando la actividad económica que va a desarrollar.
- Obtener el certificado de firma digital o TOKEN, otorgado por las siguientes entidades:

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

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

- Registrarse como Exportador en Ecuapass (<https://portal.aduana.gob.ec/>).

Aquí se podrá:

- Actualizar datos en la base
- Crear usuario y contraseña
- Aceptar las políticas de uso
- Registrar firma electrónica

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

Los principales datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura

Datos del consignante

- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

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

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

Es la documentación previa y obligatoria para la exportación de un producto, es indispensable presentar esta documentación para el traslado de las mercancías. A continuación se dará a conocer de manera breve los principales documentos necesarios a presentar.

Fuente: Aduana del Ecuador (SENAE)

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

Certificado Sanitario – AGROCALIDAD

Este documento es emitido por la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del AGROCALIDAD, su finalidad es aplicar las medidas fitosanitarias para garantizar la situación fitosanitaria de los productos agrícolas de exportación, en amparo a la Ley de Sanidad Vegetal, Norma Andina y sus respectivos reglamentos. Todo envío de plantas, productos vegetales y artículos reglamentados a ser exportados a cualquier país deberá ser producido por productores registrados y comercializados por exportadores y productores - exportadores registrados en AGROCALIDAD.

6.5.2 ASESORÍA

Se propone que todo el proceso este asesorado directamente por un agente de Pro Ecuador, por lo que la asociación se registrará como usuario exportador en la página oficial, siguiendo los requisitos que aparecen en dicha página.

6.5.3 PROMOCIÓN DEL PRODUCTO

El marketing es la estrategia que hace uso de la psicología humana de la demanda, la misma que representa un conjunto de normas a tener en cuenta para hacer crecer una empresa. La clave está en saber cómo, dónde y cuándo presentar el producto.

El marketing mix también conocido como 4 P's está formado por los siguientes elementos: producto, precio, plaza y promoción que son variables que los gerentes de marketing pueden controlar con la finalidad de satisfacer de mejor manera al mercado.

6.5.4 MARCA

La marca viene estandarizada con el nombre de la comunidad donde está asentada la Asociación San Miguel de Palo Largo.

6.6 EVALUACIÓN

La evaluación de proyectos determina el establecimiento de cambios generados por un proyecto a partir de la comparación entre el estado actual y el estado previsto en su planificación.

6.6.1 FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA

La propuesta es factible, pues propone situar de forma regular el producto en el mercado externo, permitiendo penetrar el mercado meta a través de una empresa con experiencia, lo que permite a la asociación tomar experiencia y realizar un estudio de mercado profundo para la posibilidad futura de realizar la exportación directa.

6.6.2 EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

La propuesta de exportación no conllevará inversiones significativas que no puedan ser cubiertos financieramente por la asociación, por lo que económicamente es la propuesta más adecuada.

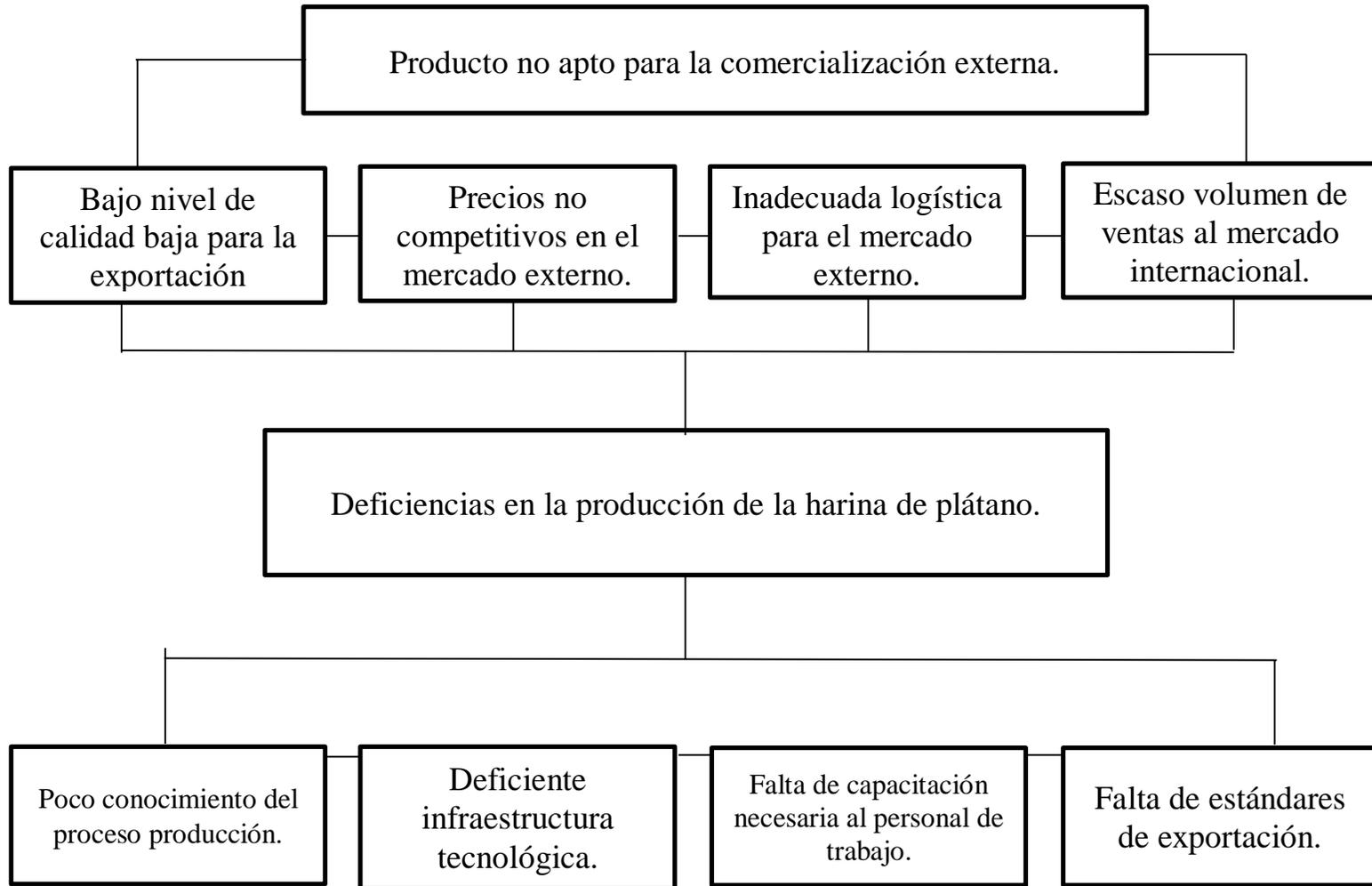
6.6.3 EVALUACIÓN ÍNDICES FINANCIEROS

La asociación realizará evaluaciones periódicas de los índices pues es el método por el cual se toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo. Los índices financieros son herramientas de análisis que permiten observar el comportamiento y desarrollo interno de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

1. **BANCO CENTRAL DEL ECUADOR**, (2014). Importancia de trigo duro. Extraído el 30 de marzo de 2014
2. **BANCO MUNDIAL**, (2012). Efectos de una eventual pérdida de las preferencias arancelarias al amparo del SGP y la importancia de negociar un acuerdo con la Unión Europea.
3. **CASTRO, A** (2013). Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea (AACUE), aspectos prácticos. Presentación de Foro Europa. San José. Costa Rica.
4. **CEOE CEPYME GRUPO CANTABRIA**, (2011). Responsabilidad Social Corporativa, pp. 10, 11. España
5. **COMITÉ DE COMERCIO EXTERIOR**. (1012). Reforma Integral del Arancel Nacional de Importaciones. Resolución No 59. Ecuador.
6. **CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (2008)**. Capítulo Sexto. Trabajo y producción. Art 319. Ecuador.
7. **FIERRO, N, GARCÍA, D.**(2011). Proyecto de inversión para la creación de una empresa productora de harina de plátano, en el cantón Caluma, provincia Bolívar. Tesis de grado, pp. 43 – 46. Universidad Estatal de Bolívar, Bolívar, Ecuador.
8. **GARCIA, D.** Ética o Crisis. La Distribución de la Responsabilidad, pp. 8,
9. **GOBIERNO PROVINCIAL DE MANABÍ**. (2014). Manabí, sección de cantones, párr.. 5.

- 10. GUAYASAMÍN F, (2011).** Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, correlación entre el reglamento a la estructura e institucionalidad de desarrollo productivo de la inversión y de los mecanismos e instrumentos de fomento productivo. Ecuador: Edarsi
- 11. GERRERO, N (2010).** Fortalecimiento de la agroindustria artesanal de harina de plátano La Milagrosa. Plan de Negocio para CADERS – MAGAP, pp 3, 4,23, 24. Portoviejo.
- 12. UNIVERSIDAD JAUME I.** España. Servicio de Comunicación y Publicaciones.



6.8.2 ANEXO II

6.8.2.1 ENTREVISTA

UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

Entrevista realizada a la presidenta de la asociación de productores

Sra. Ramona Campaña

Objetivo: Conocer información relevante sobre el estado en que se encuentra el proceso productivo de la asociación.

Guión

¿Cómo califica usted el proceso productivo de la asociación?

¿Se cuenta con la infraestructura necesaria para una producción de calidad?

¿Se cuenta con la calidad necesaria para la exportación del producto?

¿Existe una producción de calidad para la exportación del producto?

¿Son factibles los precios de producción para competir en el mercado externo?

¿Existen estándares de exportación en todo el proceso que lleva el producto?

6.8.3 ANEXO III

Fotos de la Asociación de Productores de San Miguel de Palo Largo

