

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI



## UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

### CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

#### TESIS DE GRADO

#### TEMA:

**"PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DEL  
BANANO (MUSA PARADISIACA-CAVENDISH) Y SU RELACIÓN  
CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2011"**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Ingeniera Comercial.

#### **Autora:**

Olvera Resabala Evelin Lisseth

#### **Director de Tesis:**

Lcdo. Medina López EnryGutemberM.Sc.

La Maná – Ecuador

Diciembre, 2012

## **AUTORÍA**

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación, "Producción, Comercialización y Rentabilidad Del Banano (Musa Paradisiaca-Cavedios) Y Su Relación Con La Economía Del Cantón La Maná, Año 2011", son de exclusiva responsabilidad del autor.

Evelin Lisseth Olvera Resabala  
C.I. 1205493529

## **AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS**

En calidad de Director del Tesis de Investigación sobre el tema:

**"Producción, Comercialización y Rentabilidad del Banano (Musa Paradisiaca-Cavendish) y su Relación con la Economía del Cantón La Maná. Provincia de Cotopaxi. Abril 2011 - Diciembre 2012"**, de Olvera Resabala Evelin Lisseth, postulante de la Carrera de Ingeniería Comercial, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requisitos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de la Tesis que el Honorable Concejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

La Maná, Diciembre 2012

El Director.

.....  
Lcdo. Medina López Enry GutemberM.S.c



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

La Maná – Ecuador

---

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, la postulante Olvera Resabala Evelin Lisseth, con el Título de Tesis **"PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DEL BANANO (MUSA PARADISIACA-CAVENDISH) Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2011"** han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

La Maná, Enero del 2012.

Para constancia firman:

.....  
Dra. Marcela Vizquete  
PRESIDENTE

.....  
Lcdo. Ring López. M.sc  
MIEMBRO

.....  
Ing. Marilin Albarrasín.  
OPOSITOR

## **AGRADECIMIENTO**

Al culminar esta etapa de mi vida me queda mucho que agradecer a muchas personas las cuales estuvieron a mí lado en todo momento.

A mis padres quienes con su amor, cariño y apoyo incondicional, supieron guiarme.

Gracias a mi esposo que me tuvo toda la paciencia en mis malos ratos, supo escucharme y apoyarme.

A mis profesores y a la universidad a quienes les debo gran parte de mis conocimientos.

Y finalmente a mis compañeros, a todos sin excepción, los que cumplimos con nuestro sueño, a los que abandonaron sus sueños y aquella persona que se nos adelantó a Magali Moreira.

Olvera Resabala Evelin Lisseth

## **DEDICATORIA**

Ha sido una lucha muy dura y complicada con obstáculos.

A mis padres, pilares fundamentales en mi vida. Sin ellos, jamás hubiese podido conseguir lo que hasta ahora he alcanzado, su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar, no solo para mí, sino para mis hermanos y familia en general.

De la misma manera dedico esta tesis a mi Esposo, Mi compañero inseparable de cada jornada. El que vivió cada momento de mi lucha, brindándome su apoyo incondicional y su amor en cada momento.

Olvera Resábela Evelin Lisseth

## ÍNDICE GENERAL

Portada	i
Autoría	ii
Aval de director de tesis	iii
Aprobación de tribunal de grado	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria	vi
Índice general	vii
Resumen	xvii
Abstract	xviii

## ÍNDICE DE CONTENIDO

Introducción	1
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b>	3
1.1. Planteamiento del problema	3
1.2. Antecedente	4
1.2.1. Antecedentes investigativos I	5
1.2.2. Antecedentes investigativos II	6
1.3. Categorías Fundamentales	8
1.4. Marco Teórico	8
1.4.1. Economía	8
1.4.1.1. Agentes económicos	9
1.4.1.2. Globalización.	9
1.4.1.3. Macroeconomía	10
1.4.1.4. Microeconomía.	11
1.4.1.5. Economía Pública	11
1.4.1.6. Precio:	12
1.4.1.7. Precio techo.	13
1.4.1.8. Exportación	14

1.4.1.9. Importación	15
1.4.1.10. Inversión	16
1.4.1.11. Inversiones temporales.	16
1.4.1.12. Inversiones a largo plazo.	17
1.4.2. Producción	18
1.4.2.1. Producción bananera	18
1.4.2.2. Precios históricos del banano	19
1.4.2.3. Productividad	19
1.4.2.4. Competitividad	20
1.4.2.5 Suelo	21
1.4.2.6 Calidad	22
1.4.2.7. Capital de trabajo	23
1.4.2.8. Evolución de la competitividad.	23
1.4.3. Costos	24
1.4.3.1. Materia prima	25
1.4.3.2 Control de calidad	25
1.4.3.3. Mano de obra	26
1.4.3.4. Mano de obra directa e indirecta	26
1.4.3.5. El Contrato de trabajo	26
1.4.3.6. El Capital	27
1.4.3.7. El Interés:	27
1.4.4. Comercialización	28
1.4.4.1. Oferta.	28
1.4.4.2. Demanda	29
1.4.4.3. Distribución	30
1.4.4.4. Las funciones de los canales de comercialización	30
1.4.4.5 canales de distribución	31
1.4.4.6. Marketing	32
1.4.4.7 Marketing Mix	33
1.4.4.7.1. Precio	33
1.4.4.7.2. Producto	33
1.4.4.7.3. Distribución	34



1.4.4.7.4. Promoción	34
1.4.4.8 Mercado.	34
1.4.4.9. Mercados Primarios.	35
1.4.4.10. Mercados Secundarios.	36
1.4.5. Rentabilidad	37
1.4.5.1.Indicadores de Rentabilidad	37
1.4.5.1.1 El Margen bruto	38
1.4.5.1.2. Margen de operación	38
1.4.5.1.3. Retorno de la inversión (ROI)	39
1.4.5.1.4. Retorno del patrimonio	39
1.4.5.1.5. Combinación de ratios	39
1.4.5.2. Rentabilidad segura.	40
1.4.5.3. Liquidez.	41
1.4.5.4. Rendimiento.	41
1.4.5.5. Finanzas	42
1.4.5.6. Finanzas a largo plazo	43
1.4.5.7. Mercados financieros.	43
1.4.5.8. Valoración y economía financiera	44
1.4.6. Gestión empresarial	44
1.4.6.1. Eficacia.	45
1.4.6.2. Administración.	45
1.4.6.3. Posibilidades de producción de la economía.	46
1.4.6.4. La motivación	48
1.4.7. Bananeras	49
1.4.7.1.Marcas	50
1.4.7.2 Recurso humano	50
1.4.7.3. Trabajo	51
1.4.7.4. Trabajo en equipo	52
1.4.7.5. Ventas:	53
<b>CAPITULO II</b>	
Análisis e interpretación de resultados	54
2. Breve caracterización diagnóstico de la producción.	54

comercialización y rentabilidad del banano (Musa Paradisiaca-Cavendish)	
2.1 Identificación	54
2.1.1. Localización	55
2.1.3. Macro localización	56
2.1.3.1. Micro localización (Productor Grande)	57
2.1.3.2. Micro localización (Mediano Productor)	57
2.1.3.3. Micro localización (Pequeño Productor)	57
2.2. Diseño De La Investigación	58
2.2.1.1. Diseño Metodológico	58
2.1.1.1. Tipos de Investigación	58
2.2.1.2. Matriz de operacionalización de la variables	59
2.2.1.3. Metodología	60
2.1.1.4. Unidad de estudio.	60
2.2.1.4.1. Población universo	60
2.2.1.5. Métodos y técnicas a ser empleadas.	61
2.2.1.6. Posibles alternativas de interpretación de los resultados	62
2.2.2. Análisis e interpretación de datos obtenidos de la encuesta realiza a los señores productores de banano del Cantón La Maná	63
2.3. Verificación de las preguntas científicas	79
2.4 Diseño de la propuesta.	81
2.4.1. Datos Informativos	83
2.4.2. Justificación	84
2.4.3. Objetivos	85
2.4.3.1. Objetivo General	85
2.4.3.2. Objetivos Específicos	85
<b>CAPITULO III</b>	
3.1. Aplicación de la propuesta	86
3.1.1. Grandes productores del banano	86
3.1.1.1. Antecedentes	86
3.1.1.2. Análisis FODA	87
3.1.2. Estados Financieros	88
Estado de situación inicial	88

Balance general	91
Estado de resultados	94
Estado de costo de producción	95
Estado de flujo de caja	97
3.1.3. Cálculo y análisis de los ratios financieros	98
3.1.3.1. Índices de liquides	98
3.1.3.2. Índices de productividad	100
3.1.3.3. Índices de rentabilidad	101
3.1.3.4. Índices de endeudamiento	102
3.1.4. Cálculo y Análisis de la TIR y el VAN	103
3.1.4.1 Valor actual neto	103
3.1.4.2. Tasa interna de retorno	103
3.1.5. Distribución en planta	104
3.1.6. Flujograma de producción	105
3.1.7 Flujograma de comercialización	106
3.1.8 Caracterización de la comercialización	107
3.1.9. Conclusiones específicas	108
3.1.9.1. Producción	108
3.1.9.2. Rentabilidad	108
3.2 Medianos Productores del banano	109
3.2.1. Antecedentes	109
3.2.1.1 Análisis FODA	110
3.1.2. Estados Financieros	111
Estado de situación inicial	112
Balance general	114
Estado de resultados	117
Estado de costo de producción	118
Estado de flujo de caja	120
3.2.3. Cálculo y Análisis de los Ratios Financieros	121
3.2.3.1. Índices de Liquides	121
3.2.3.2. Índices de Productividad	123
3.2.3.3. Índices de Rentabilidad	124

3.2.3.4. Índices de Endeudamiento	125
3.2.4. Cálculo y Análisis de la TIR y el VAN	126
3.2.4.1 Valor Actual Neto	127
3.2.4.2. Tasa Interna de Retorno	127
3.2.5. Distribución en Planta	128
3.2.6. Flujograma de producción	129
3.2.7 Flujograma de comercialización productor grande	130
3.2.8 Caracterización de la comercialización mediano productor	131
3.2.9. Conclusiones específicas	132
3.2.9.1. Producción	132
3.2.9.2. Rentabilidad	132
3.3 Pequeños productores del banano	133
3.3.1. Antecedentes	133
3.3.1.1 Análisis FODA	134
3.3.2. Estados Financieros	135
Estado de situación inicial	135
Balance general	138
Estado de resultados	141
Estado de costo de producción	142
Estado de flujo de caja	144
3.3.3. Cálculo y análisis de los ratios financieros	145
3.3.3.1. Índices de liquides	145
3.3.3.2. Índices de productividad	147
3.3.3.3. Índices de rentabilidad	148
3.3.3.4. Índices de endeudamiento	149
3.3.4. Cálculo y análisis de la TIR y el VAN	150
3.3.4.1. Valor actual neto	150
3.3.4.2. Tasa interna de retorno	150
3.3.5. Distribución en planta	151
3.3.6. Flujograma de producción	152
3.3.7 Flujograma de comercialización	153
3.3.8 Caracterización de la comercialización	154

3.3.9. Conclusiones específicas	155
3.3.9.1. Producción	155
3.3.9.2. Rentabilidad	155
3.4. El proceso de producción de banano de los tres productores de banano se detalla de la siguiente forma	156
3.4.3.Siembra	156
3.4.4. Manejo	156
3.4.5. Procesamiento	156
3.4.6. Limpieza y clasificación	156
3.4.7. Empacado	157
3.4.8. Transporte	157
3.4.9.Canales de distribución	157
4. Conclusiones y recomendaciones	158
4.1 Conclusiones	158
4.2 Recomendaciones	159
5. Referencias bibliográficas	160
5.1. Bibliografías de libros	160
5.2. Bibliografías de internet	167
6. Anexo	170

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>N</b>	<b>DETALLE</b>	<b>PAG</b>
1	Categorías fundamentales	8
2	Matriz de operacionalización de las variables	59
3	Población global	60
4	Población por estrato	61
5	Contratos de banano con intermediarios	63
6	Cantidad en venta de banano con la empresa contratada	64
7	Precio del banano	65
8	Créditos para la inversión del banano	66
9	Ganancias mensuales de la producción	67
10	Abono utilizado para la producción	68
11	Camionadas de banano que se realiza en la semana	69
12	Hectáreas de banano que tiene	70
13	Inspector de calidad para la evaluación del banano	71
14	Marcas de etiquetas para el empaque del banano	72
15	El personal asegurado de la hacienda	73
16	Estudio de la producción, comercialización y rentabilidad del banano	74
17	Permiso de realizar preguntas	75
18	Cantidad de banano recibido	76
19	Calidad de proceso	77
20	Pago a los productores	78
21	Análisis FODA productor grande	87
22	Estado de situación inicial grande productor enero del 2011	88
23	Balance general grande productor del 1 de enero al 31	91
24	Estado de resultados grande productor del 1 de enero al 31 de diciembre del 2011	94
25	Estado de costo de producción grande productor del 1 de Enero al 31 de diciembre del 2011	95
26	Estado de flujo de caja grande productor del 1 de enero del 2011 al 31 de diciembre del 2015	97

<b>27</b>	Caracterización de La comercialización productor grande	107
<b>28</b>	Análisis FODA del productor mediano	110
<b>29</b>	Estado de situación inicial Mediano productor enero del 2011	111
<b>30</b>	Balance general mediano productor del 1 de enero al 31 de diciembre del 2011	114
<b>31</b>	Estado de resultados mediano productor del 1 de enero al 31 de diciembre del 2011	117
<b>32</b>	Estado de costo de producción mediano productor del 1 de enero al 31 de diciembre del 2011	118
<b>33</b>	Estado de flujo de caja mediano productor del 1 de enero del 2011 al 31 de diciembre del 2015	120
<b>34</b>	Caracterización de la comercialización mediano productor	131
<b>35</b>	Análisis FODA del pequeño productor	134
<b>36</b>	Estado de situación inicial Pequeño productor enero del 2011	135
<b>37</b>	Balance general pequeño productor del 1 de enero al 31 de diciembre del 2011	138
<b>38</b>	Estado de resultados pequeño productor del 1 de enero al 31 de diciembre del 2011	141
<b>39</b>	Estado de costo de producción pequeño productor del 1 De enero al 31 de diciembre del 2011	142
<b>40</b>	Estado de flujo de caja pequeño productor del 1 de enero del 2011 al 31 de diciembre del 2015	146
<b>41</b>	Caracterización de la comercialización	154

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>N</b>	<b>DETALLE</b>	<b>PAG</b>
1	Mapa Geográfico	56
2	Contratos de banano con intermediarios	63
3	Cantidad en venta de banano con la empresa contratada	64
4	Precio del banano	65
5	Créditos para la inversión del banano	66
6	Ganancias mensuales de la producción	67
7	Bono utilizado para la producción	68
8	Carmenadas de banano que se realiza en la semana	69
9	Hectáreas de banano que tiene	70
10	Inspector de calidad para la evaluación del banano	71
11	Marcas de etiquetas para el empaque del banano	72
12	El personal asegurado de la hacienda	73
13	Estudio de la producción, comercialización y rentabilidad d banano	74
14	Permiso de realizar preguntas	75
15	Cantidad de banano recibido	76
16	Calidad de proceso	76
17	Pago a los productores	78
18	Distribución en planta (grande productor)	104
19	Flujograma de Producción del grande productor	105
20	Flujograma de comercialización productor grande	106
21	Distribución en planta mediano productor	128
22	Flujograma de producción mediano productor	129
23	Flujograma de comercialización mediano productor	130
24	Distribución en planta pequeño productor	151
25	Flujograma de producción pequeño productor	152
26	Flujograma de comercialización productor pequeño	153



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI



UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
HUMANÍSTICAS

La Maná - Ecuador

**Tema:** "PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DEL BANANO (MUSA PARADISIACA-CAVENDISH) Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2011."

**Autora:** Olvera Resabala Evelin Lisseth

## RESUMEN:

En la presente investigación de la Producción, Comercialización y Rentabilidad del Banano (Musa Paradisiaca-Cavendish) y su Relación con la Economía del Cantón La Maná Provincia de Cotopaxi se pudo encontrar un marco teórico muy extenso como son, los costos de producción, variables de la macro y microeconomía, el marketing Mix una herramienta muy importante para la comercialización en la que topamos temas relacionados con el producto precio, promoción y mercado la cual permitió conocer mas a fondo la comercialización y exportación del banano de la misma forma para recopilar datos locales se utilizó el censo a los 80 productores de la zona y a 5 compradores como lo son las compañías de Bonita, Nelfrance, Ok, Sabrotar y Favorita, formando parte muy importante para la investigación y para familiarizarse con los respectivos procesos y obtener información para la realización del tema, tomando en cuenta muchas alternativas de preguntas que nos facilitaron la investigación, y como resultados obtenidos tenemos que la población del Cantón la Maná en su mayor parte trabaja en las distintas haciendas bananeras y que su economía depende mucho de ello. Para continuar con la investigación se escogió de muestra tres haciendas bananeras una grande, mediana y pequeña, haciendo así un estudio más profundo de los inventarios, costos de caja de banano, producción semanal entre otras cosas que llevó a proyectar resultados de mucha importancia para obtener los antecedentes de cada productor y por ende para ejecutar los estados financieros, flujos de cajas, ratios financieros, lo cual dio los alcances deseados obteniendo así una visibilidad mas clara sobre la producción comercialización y rentabilidad actual del banano,

**Descriptor** Gestión Empresarial– Economía - Banano



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

### La Maná - Ecuador

THEME: "PRODUCTION, MARKETING, PROFITABILITY OF BANANA (*MUSA PARADISIACA-CAVENDISH*) AND ITS RELATIONSHIP WITH THE ECONOMY OF LA MANÁ CANTON, YEAR 2011."

Author: Olvera Resabala Evelin Lisseth

### SUMMARY

During the present investigation about the production, trade and prices of bananas (*Musa Paradise-Cavendish*) and its relationship with the economy of La Maná canton, Cotopaxi Province; it was found a very extensive theoretical base such as costs of production. In addition, variables of the macro and microeconomics are presented which allow getting a better understanding of the marketing and export of bananas. In the same way, the collection of data was important. The instrument was a census that was applied to all producers in the area (80) to familiarize with the respective process and information for carrying out the theme. It permitted to consider many alternatives of questions which facilitated the investigation. The obtained results showed that most people from La Maná canton work in different banana plantations and their economy relies heavily on it. In order to continue with the research, samples from three banana plantations were chosen; a big plantation, a medium one, and a small one. The samples were focused on making a further study of inventories, costs of banana boxes, weekly production, among others which lead to acquire very important results according to the experiences of each producer. The next step consisted in executing multiple statements, cash flows, financial ratios that gave the desired outcomes. Making recommendations to solve the problems that currently face the production, marketing and profitability was necessary. They allowed improving the quality of life of every family who benefit of this production and thus improving the economy, drawing conclusions for better organization, and taking control of every single banana plantation as well as having a high profitability.

**DESCRIPTORS:** Business Management –Profitability - Bananas

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS

La Maná - Ecuador



## CERTIFICACIÓN

En calidad de docente de la carrera de Inglés de la Universidad Técnica de Cotopaxi: en forma legal CERTIFICO que: la traducción del resumen de tesis al idioma Inglés presentado por la señorita egresada: **Olvera Resabala Evelin Lisseth** cuyo título versa "**Producción, Comercialización y Rentabilidad del Banano (Musa Paradisiaca-Cavendish) y su Relación con la Economía del Cantón La Maná. Año 2011.**"

Lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimare conveniente.

La Maná Diciembre, 2012

Atentamente:

---

Lic. Fernando Toaquiza

C.I50222967-7

# INTRODUCCIÓN

La producción del banano es una de la subsistencia del Ecuador y del mundo. En algunos países el banano es uno de los alimentos mas importantes por lo tanto su comercialización ayuda mucho a la economía de nuestro País.

En el Ecuador, a diferencia de los otros países productores de banano, gracias a la labor de las empresas exportadoras, se ha logrado que todas las marcas más importantes y conocidas en el mundo se nutran del banano ecuatoriano; permitiendo con ello una diversidad de tipos de cajas de banano que satisfacen la demanda mundial de los consumidores.

En la comercialización de la fruta hay que considerar que los precios están sujetos a las fluctuaciones de la oferta y demanda del mercado internacional, la misma que varía en las dos temporadas (alta y baja). Este factor se debe considerar en la fijación del precio promedio de la caja de banano, ya que los precios no pueden regirse por la exigencia de un Decreto Oficial, sino por las realidades del mercado.

El Ecuador está considerado como un país eminentemente agrícola lo cual constituye una ventaja dentro de la industria de exportación de productos agrícolas.

La producción bananera del país, se realiza en 20 provincias del territorio continental. La Costa aporta con el 59<sup>o</sup> de la producción nacional, Sierra con el 10% y el Oriente con el 1%. Se produjo en 1998 un total nacional de 4'226.200 toneladas métricas. En la Costa, las de mayor producción son: la provincia de Los Ríos con el 35 % de la producción total y Guayas con el 32%. En la Sierra, en las regiones cálidas de las provincias de Cañar el 3.8 %. Bolívar con el 1.8%. Pichincha (Sto. Domingo de los Colorados) con 1.4% y Loja con apenas el 0.8% de la producción nacional; las demás provincias tienen una producción mínima, en el país existen cerca de 5000 productores de banano, de acuerdo al tamaño de la plantación, el 80% corresponden a propiedades menores de 30 hectáreas y tan solo el 3% a mayores de 100 has.

En el cantón la Maná el banano es la fuente más importante de trabajo que existe por el considerable índice de rentabilidad y la abundante producción que hay en la zona, esto debido a su clima cálido que nos permite el cultivo de la misma. La posición socio - económica del cantón la Maná y sus alrededores conseguidos por la comercialización del banano, al momento se ha logrado gracias a la constante producción y calidad del producto en sus diferentes procesos. En la actualidad el negocio opera con altos estándares de calidad lo cual ha sido diseñado para conseguir la ventaja competitiva tanto en el país como en el exterior. Se podría considerar que la parte operativa ha venido trabajando en esto desde el inicio del negocio logrando alcanzar diferentes certificaciones ISO.

Este trabajo consiste en el estudio profundo de la producción, comercialización y rentabilidad del banano (musa paradisiaca-cavendish) y su relación con la economía del cantón la Maná.

En el primer capítulo tenemos la fundamentación teórica encontrando así diferentes conceptos que ayudan a obtener una visión más clara del tema teniendo conocimientos sobre el diferente aspecto que enmarca conceptos como la economía de productores bananeros, rentabilidad, exportación, importación, entre otros.

En el segundo capítulo se da a conocer el análisis e interpretación de los resultados del censo que se realizó a cada uno de los productores bananeros quienes brindaron información importante para la realización del tema.

Y por último en el tercer capítulo encontramos la validación de la propuesta, en donde se detalla claramente la producción, comercialización y rentabilidad de cada uno de los tres productores que se escogió como referencia.

# **CAPITULO I**

## **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **1.2. Planteamiento del Problema**

La actividad del banano en el Ecuador desde hace sesenta años ha tenido y tiene un peso importante en el desarrollo del país, tanto desde el punto de vista económico como social. En lo económico por su participación en el PIB y en la generación de divisas y en lo social por las fuentes de empleo que genera y más aún por su peso importante en determinadas regiones de la costa ecuatoriana. El desarrollo de la actividad bananera ha estado muy vinculado a la iniciativa privada de los ecuatorianos que han invertido su capital tanto económico como humano.

En el Ecuador se cultivan para la exportación las variedades Cavendish, Orito y Rojo. Existen unas 140.000 hectáreas cultivadas. Al banano se lo empaca en cajas de cartón y fundas de polietileno; para el año 2000 se exportaron alrededor de 4 millones de toneladas métricas por un valor de mil doscientos millones de dólares. Ecuador exporta también puré de banano, banano deshidratado, flakes y harina de banano.

Los síntomas consecuentes del problema de la economía del Cantón La Maná, como son la inestabilidad laboral, remuneración baja a los empleados, desmotivación al agricultor en incrementar su producción y la migración.

Mientras que los efectos: La pobreza, desintegración familiar, rentabilidad negativa, precios bajos de los productos, incremento de la delincuencia.

Además sus causas providentes de esta problematización de la inestabilidad económica en el Cantón La Maná son los siguientes: Pérdida de la producción agrícola, falta de recursos económicos para pequeños productores, exceso de pequeños productores.

La posible solución estratégica del problema que enfrente la economía de Cantón La Maná, se realizará mediante un estudio de la producción, comercialización y rentabilidad del banano (*Musa Paradisiaca-Cavendish*), y se recopilará datos para la evaluación de los riesgos y así identificar mejor el problema.

Para la realización del estudio de la producción comercialización y rentabilidad de banano (*Musa Paradisiaca-Cavendish*), se efectuarán encuestas, entrevistas, análisis de los años anteriores, información electrónica, lo cual se aplicarán mediante parámetros adecuados para la interpretación de la información proporcionada por todos los medios antes mencionados y facilitarán los datos que servirán como beneficio de los productores, intermediarios y consumidores, del Cantón La Maná

La investigación se realizará a los productores de banano (*MUSA PARADISIACA-CAVENDISH*) del Cantón La Mana, Provincia de Cotopaxi, considerando datos del año 2011, teniendo como objeto de estudio: la economía y campo de acción: de producción, comercialización y rentabilidad.

## **1.2. Antecedentes**

Una vez realizada las investigaciones en torno al tema, se presentan a continuación la información de dos proyectos que tienen relación directa con el tema de tesis, los mismos que servirán de base para desarrollar de la mejor manera el presente trabajo de investigación.

### ***1.2.1. Antecedentes investigativos I***

#### ***“Estudio de factibilidad para el lanzamiento del producto jaleas de banano a partir del banano desechado”***

##### ***Resumen***

El propósito de esta investigación es el lanzamiento de un nuevo producto al mercado, jaleas de banano, ya que existen gran variedad de mermeladas y jaleas de distintas frutas pero básicamente del banano no. Además de ser una fruta rica en proteínas, carbohidratos y vitaminas, requerimiento básico para una dieta balanceada y de un alto contenido Vitamínico puede ser un sustituto de muchos otros alimentos en la alimentación diaria. Otro punto muy importante es que la jalea de banano.

Tiene como materia prima el banano desechado el cual representa el 12% del total de la producción total.

El desecho ocurre por causa de efectos climatológicos y la madurez acelerada de la fruta, lo que hace que el producto incurra en parámetros que limitan su exportación, dando paso a que estos desperdicios de banano para el productor bananero, pasen a ser motivo de venta así es como se constituye en materia prima para muchos productos como licor de banano, puré de banano, pan de banano.

Por otro lado dicho proyecto no incurriría con muchos costos ni gastos, ya que el personal a contratarse sería limitado y la inversión inicial no sería tan alta. Dicho proyecto tendría un financiamiento con recursos propios ya que los accionistas representan un 75% y en préstamos tan solo 25% aproximadamente, lo cual nos indica una baja perspectiva de endeudamiento.



Basándose en la producción de la jaleas de banano se tiene que no existe competitividad a nivel de mercado representando una oportunidad para el crecimiento y posicionamiento de dicho producto, siempre y cuando tenga una aceptación elevada por parte de la población media o media alta, para la cual está direccionada dicho producto. Concluyéndose cuenta que no solo basta de alta tecnología para sacar adelante proyectos con buena rentabilidad sino también de costos bajos y una eficiente inversión. (CRESPO Roca, WEB, 2009, p2)

### ***1.2.2. Antecedentes investigativos II***

#### **Propuesta de un sistema de comercialización del plátano en el valle de tumbes.**

##### ***Resumen***

En el presente estudio se hace un diagnóstico de la problemática de producción y comercialización del plátano cultivado en el departamento de Tumbes, el cual no beneficia al productor platanero.

El problema se planteó con la siguiente interrogante ¿En qué medida la aplicación de un nuevo sistema de comercialización del plátano permitirá obtener mayores beneficios económicos para el productor del Valle de Tumbes? Se definió como objetivo general: Proponer un nuevo sistema de comercialización del plátano en el valle de Tumbes. Para lo cual se formularon los objetivos específicos:

- a) Conocer los costos de la comercialización del plátano,
- b) Analizar los canales de comercialización del plátano por calidad y cantidad,
- c) Identificar la relación precio y calidad del producto en la comercialización y,
- d) Relacionar el costo de producción con el costo de Comercialización en la instancia Productor-Comerciante.

El estudio fue de tipo descriptivo y el diseño no-experimental. La población estuvo conformada por los pequeños productores de plátano del valle de Tumbes y, la muestra fue conformada por un grupo representativo de productores ofertantes del plátano para lo cual se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia, seleccionando a una porción de 20 pequeños productores (10 de la margen derecha y 10 de la margen izquierda) del valle de Tumbes.

Se llegó a las siguientes conclusiones:

- a) Los precios en chacra que reciben los productores difieren significativamente de los del mayorista y del consumidor, y no están en función de los costos de producción del cultivo;
- b) El principal canal de comercialización del plátano producido en Tumbes es Productor:
  - Comisionista
  - Mayorista
  - Minorista
  - Consumidor, y no considera la calidad del plátano;
- c) No existe una relación directa entre precio y calidad del producto en la comercialización más allá de la decisión del comerciante mayorista de admitir en forma casi monopólica la adquisición de dos calidades de plátano: de primera y de segunda esta última con un precio de la mitad del de primera;
- d) La relación del costo de producción con el precio de Comercialización en la instancia Productor-Comerciante, es abismal, pero no es tomada en cuenta por parte de los productores, al momento de concertar el precio del producto;
- e) La propuesta para mejorar la comercialización del plátano en Tumbes, plantea la aplicación de una serie de estrategias no solo en el ámbito

comercial sino desde el productivo, requiriéndose del apoyo estatal prioritariamente. (VALLADARES Yolanda, 2009, WEB, p.1)

### **1.3. Categorías Fundamentales**

**CUADRO 1**

<b>1.3.1.</b>	<b>Economía</b>
<b>1.3.2.</b>	<b>Producción</b>
<b>1.3.3.</b>	<b>Costos</b>
<b>1.3.4.</b>	<b>Comercialización</b>
<b>1.3.5.</b>	<b>Rentabilidad</b>
<b>1.3.6.</b>	<b>Gestion Empresarial</b>
<b>1.3.7.</b>	<b>Bananeras</b>

**Elaborado por:** Olvera Resabala Evelin Lisseth

### **1.4. Marco Teórico**

#### **1.4.1. Economía**

La ciencias económica forma parte de las disciplina sociales que tiene como objetivo el estudia la hombre en sus diversas manifestaciones, es decir, la economía estudia al hombre en su lucha por resolver el problema económica (ZORRILLA Santiago, 2008, p.24)

La Economía abarca todos los problemas relacionados con la determinación del precio de las cosas, con el análisis de actividades que implican costes y que producen beneficios medibles en dinero, en suma, con la producción y

distribución de bienes y servicios para la satisfacción de necesidades humanas. (MARTÍNEZ COLL, Juan, WEB, 2009, p1)

La economía implica los costos de todos los bienes y servicios que se adquieren a diario, además es uno de los factores más importante que existe, ya que por medio de ella se puede satisfacer las necesidades de la sociedad, para lo cual van de la mano con la productividad y del trabajo.

#### ***1.4.1.1. Agentes Económicos.***

*Las familias:* desempeñan el papel principal. Como consumidores, las familias demandan bienes y servicios producidos; como dueños de recursos, las familias ofrecen tierra, trabajo, capital, habilidad empresarial a las empresas, al gobierno y al resto del mundo. (EACHERN, William, 2010, p4)

*Las empresas, los gobiernos y el resto del mundo:* son agentes de apoyo por que demandan los recursos que las familias ofrecen y luego utilizan estos recursos para ofrecer los bienes y servicios que las familias demandan. El resto del mundo incluye a miles de familias extranjeras, empresas y gobiernos, los cuales ofrecen recursos y productos en los mercados de Estados Unidos, recursos y productos de los mismos. (EACHERN, William, 2010, p4)

En el medio de la economía encontramos los grupos familiares y empresariales los cuales son denominados como los agentes económicos, mismos que cumplen con un sinnúmero de actividades que permiten realizar la comercialización del banano y la distribución de la misma.

#### ***1.4.1.2. Globalización.***

Mientras los líderes mundiales continúen celebrando cumbres internacionales, habar protestado en contra de la globalización en todo el mundo. La globalización, entendida como la expansión de la inversión y el comercio internacionales, se ha

venido dando desde hace muchos siglos, pero los avances tecnológicos en el micro procesadores. (PARKIN, Michael, 2008, p6)

La globalización de forma general y poco concreta, se puede definir como el conjunto de actividades (ambientales, tecnológicas, económicas, políticas, sociales, entre otra) en el sistema humano o social cuyos efectos, sino que manifiesta en el conjunto de la tierra de la sociedad y de los individuos, aunque sea en formas distintas.

Algunos aspectos de la globalización que han sido clave para su desarrollo, en el sentido de que sin ellos la globalización no habrá sido posible, al menos en su forma actual. (XERCAVINS, Josep, CAYUELA, Diana, 2009, p100)

La globalización económica consiste en la creación de un mercado mundial en el que se suprimen todas las barreras arancelarias para permitir la libre circulación de los capitales: financiero, comercial y productivo

### ***1.4.1.3. Macroeconomía***

La macro economía moderada surge de la publicación en el año 1936, la macroeconomía eran el resultados de la extinción al conjunto de la economía de los principios microeconomía neoclásicos, obtenidos como conclusión básica que el mercado por si solo bastaba para eliminar las fluctuaciones económicas, de manera que los recurso estarían plenamente empleados gracias a la actuación de las fuerzas de competencia. Así, las políticas económicas no influirán en las determinaciones de los niveles de actividades de términos reales. (GIRONA, Manuel, 2008, p17)

La macroeconomía estudia los problemas más importantes de nuestros días; el crecimiento económico, la inflación, el desempleo, la globalización, las variables macroeconómicas se forman agregando cantidades globales, que reciben el nombre de agregados macroeconómicos. Por lo tanto, la macroeconomía no es las

sumas de todas las variables microeconómicas. (CASANI, Fernando, LLORENTE, Augusto, 2009, p11)

La microeconomía es una parte de la economía que estudia el comportamiento económico de agentes económicos individuales, como son los consumidores, las empresas, los trabajadores y los inversionistas; así como de los mercados. Considera las decisiones que toma cada uno para cumplir ciertos objetivos propios

#### ***1.4.1.4. Microeconomía.***

Esta examina de cerca la economía, como si la viéramos al microscopio. Se ocupa del comportamiento de actores individuales en la escena económica: hogares, empresa y gobiernos. Examina las opiniones que escogen y cómo interactúan cuando entran en contacto para intercambiar bienes y servicios específicos. (MARC, Lieberman, 2008, p20)

La microeconomía estudia tanto las variables económicas referentes a la situación de la empresa: Inversiones, producción, costes, rentabilidad, entre otros., como las variables económicas referentes al individuo y a la familia: necesidades, ingresos, gastos, ahorro. A todas estas variables se las denomina variables microeconómicas. (CASANI, Fernando, LLORENTE, Augusto, 2009, p11)

Las Acciones y reacciones individuales del agente económico y de pequeños grupos Bien definidos de individuos. Su propósito es analizar cómo se realiza la determinación de los precios relativos de los bienes y factores productivos y la asignación de estos últimos entre los diversos empleos.

#### ***1.4.1.5. Economía Pública***

Constituye el núcleo del conocimiento económico del sector público. es una área científica, con un ritmo sólido de crecimiento, que atrae a una población cada vez mayor de economías a sus estudios e investigación. Sus características peculiares

y los temas de que trata, con tan larga tradición y estilo propio, la coloca en un lugar central de la economía como ciencia social. (IBÁÑEZ, Emilio, GONZALEZ, José, 2009, p3)

Una economía pública hace realidad la democracia económica. Se trata de una economía que ya no es un asunto privado donde la mayoría de la población queda excluida. Todos los habitantes son la economía ya que solamente en conjunto se puede producir el bienestar. De ahí resulta que es una decisión colectiva de una comunidad para determinar lo que se produce y como es distribuido el bienestar. Una economía pública es un concepto normativo basado en la participación de todos. (MONTALBO, Manuel, 2010, p20)

Esta pretende promover la eficiencia económica sin embargo, uno de los problemas más grandes es compartir en forma justa y equivalente los productos de dicha eficiencia. La economía pública son los diversos estados económicos del gobierno, constituyendo esto una de las partes más importantes de la economía mundial

#### ***1.4.1.6. Precio:***

Desde el punto de vista de la mercadotecnia, el precio es una variable controlable que se diferencia de los otros tres elementos de la mezcla o mix de mercadotecnia (producto, plaza y promoción) en que produce ingresos; los otros elementos generan costos. Por ello, es de vital importancia que empresarios, mercadologías y personas involucradas con el área comercial de una empresa u organización, conozcan cuál es la definición de precio desde una perspectiva de mercadotecnia. (THOMPSON Iván, WEB, 2010, p1)

El precio es un regulador básico del sistema económico puesto que colabora en el reparto de los recursos. De él derivan los salarios de los trabajadores, las rentas, los ingresos y, por tanto, los beneficios empresariales. El precio es, asimismo, un regulador de la demanda, dado que influye directamente en el nivel de la misma y

determina el nivel de actividad. En este sentido, la elasticidad de la demanda respecto es un dato esencial.

Muchos aseguran que el precio es la variable comercial más importante, ya que de él dependen las asignaciones a las demás variables comerciales, la razón es que del precio se derivan los ingresos por ventas de las empresas y de ahí las posibilidades de dotación al resto de variables. (ALEGRE, Luis, BERNE, Carmen, 2008, p180)

El precio es la expresión de valor que tiene el banano, manifestado por lo general en términos monetarios, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto por lo tanto el precio es la parte más importante para emprender un negocio ya sea cualquiera su producto. En el caso de la comercialización del banano este tiene muchas variaciones dependiendo del tiempo climático.

#### ***1.4.1.7. Precio Techo.***

Algunas veces los funcionarios públicos tratan de mantener los precios por debajo de su valor de equilibrio y establecen un precio máximo de venta, por ejemplo, algunas ciudades crearon leyes para imponer rentas techo ya que se había presentado un incremento considerable en el costo de las rentas de las viviendas (EACHERN, William, 2009 p63)

La intervención gubernamental en el mercado, no es la única fuente de desequilibrio. En ocasiones, cuando se introduce nuevos productos o cuando la demanda cambia repentinamente se necesita cierto tiempo para alcanzar el equilibrio

(EACHERN, William, 2010 p63)

El precio techo es un máximo legal por arriba del cual no se puede vender un bien o servicio, el impacto de este precio debería fijarse por debajo del precio del



equilibrio establecido por lo tanto este precio techo es un aumento de lo que debería ser un delito.

#### ***1.4.1.8. Exportación***

Salida de mercancías, capitales y servicios con destino al mercado exterior. La exportación, como la importación (ver), se halla condicionada para el desarrollo de la producción mercantil y por la división internacional del trabajo. Bajo el capitalismo y, sobre todo, en la época del imperialismo, la realización de las mercancías, en los mercados exteriores se convierte en uno de los problemas más graves y difíciles, en una de las causas de la lucha entre los países capitalistas por los mercados, las esferas de inversión de capitales y las fuentes de materias primas. (BORÍSOV, Zhamin, WEB, 2009, p1)

Colocar un producto en un nuevo mercado siempre es un reto. Colocar un producto nuevo en un mercado desconocido, puede llegar a ser desafío aun mayor, sobre todo si no se tiene información y conocimiento suficiente al respecto.

No existe ninguna dificultad para llevar a cabo un proyecto de exportación, sin embargo, se debe considerar la planeación y la preparación adecuada para lograr este tipo de proyectos. La exportación es desarrollarse en un nuevo mercado, muy deferente al nacional al que se le conoce de forma natural. (SULSER, Rosario, PEDROZA, José, 2010g, p27)

El banano es uno de los alimentos de primera necesidad más importantes en las zonas tropicales, el Ecuador es uno de los países con mayor cultivo de banano para la exportación, por su calidad de la fruta.

### ***1.4.1.9. Importación***

El arancel de importación es un instrumento que permite la elaboración de estadísticas, facilitación de las operaciones de comercio y básicamente el desarrollo de un país, en ese sentido el Presidente de la República, a través del artículo 15 de la Ley Orgánica de Aduanas, le otorga la facultad de modificar el Arancel Nacional de Importaciones, mediante Decreto Ejecutivo, previo dictamen favorable del Consejo de Comercio Exterior, COMEXI. En el Ecuador; la I Etapa de la Reforma Arancelaria del Gobierno Nacional instrumentada mediante Resolución 389 del consejo de comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) y el Decreto Ejecutivo 592, publicado en el Suplemento al Registro Oficial No. 191 del 15 de octubre de 2007, puso en vigencia un Arancel Nacional de importaciones basado en la NANDINA 653. (TODOCOMERCIOEXTERIOR, 2011, p6)

Las importaciones permiten a los ciudadanos adquirir productos que en su país no se producen, o más baratos o de mayor calidad, beneficiándolos como consumidores. Al realizarse importaciones de productos más económicos, automáticamente se está librando dinero para que los ciudadanos ahorren inviertan o gasten en nuevos productos, aumentando las herramientas para la producción y la riqueza de la población. Pero por otro lado, también esto pone en competencia a la industria local, con industrias extranjeras que podrían tener mejores condiciones de producción, según algunos economistas, perjudicando la economía interna en su mercado laboral. (TODOCOMERCIOEXTERIOR, 2011, p12)

En economía, una importación es cualquier bien o servicio recibido desde otro país, provincia, pueblo u otra parte del mundo, generalmente para su intercambio, venta o incrementar los servicios locales. Los productos o servicios de importación son suministrados a consumidores locales por productores extranjeros

#### ***1.4.1.10. Inversión***

En general, invertir es renunciar a unas satisfacciones inmediatas y ciertas a cambio de unas expectativas, es decir, de unas esperanzas de beneficios futuros.

En un concepto empresarial, las renunciaciones y satisfacciones se medirán en unidades monetarias por lo cual se entenderán en este caso por inversión todo proceso que implique unos pagos más o menos inmediatos, inmediatamente a cambio de pescar más en el futuro o pescar lo mismo con menos esfuerzos (COMPANYS PASCUAL, Ramón, COROMINAS SUBÍAS Albert, 2009,p20)

Representan colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización de un interés, dividendo o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición. (MANOTOA, Carlos, 2008, p26)

Se podría decir que la inversión consiste en la aplicación de recursos financieros a la creación, renovación, ampliación o mejora de la capacidad operativa de la empresa se dice también que es un desembolso de recursos financieros para adquirir bienes concretos durables o instrumentos de producción, denominados bienes de equipo

#### ***1.4.1.11. Inversiones Temporales.***

Generalmente las inversiones temporales consisten en documentos a corto plazo (certificados de depósito, bonos tesorería y documentos negociables), valores negociables de deuda (bonos del gobierno y de compañías) y valores negociables de capital (acciones preferentes y comunes), adquiridos con efectivo que no se necesita de inmediato para las operaciones. Estas inversiones se pueden mantener temporalmente, en vez de tener el efectivo, y se pueden convertir rápidamente en efectivo cuando las necesidades financieras del momento hagan deseable esa conversión.(GIRONA, Manuel, 2010, p 35)

Esta representadas por valores negociables o por cualquier otro instrumento de inversión, convertible en efectos en el corto plazo y tienen por objeto, normalmente obtener un rendimiento hasta el momento en que estos recursos sean utilizados por la entidad. Los valores negociables son aquellos que se cotizan en bolsas de valores o son operados a través del sistema bancario (BROWE, Martin, 2008, p32)

Las inversiones acorto plazo son documentos de valores negociables la cual nos permite tener un ingresos en la bolsa de valores en un determinado plazo

#### ***1.4.1.12. Inversiones a Largo Plazo.***

Son colocaciones de dinero en las cuales una empresa o entidad, decide mantenerlas por un período mayor a un año o al ciclo de operaciones, contando a partir de la fecha de presentación del balance general. (MANOTOA, Carlos, 2009, p27)

Comprenden las inversiones financieras de recursos para la adquisición de Activos, los cuales no están relacionados con las actividades de la entidad. Estos Activos se adquieren sin la intención de tenerlos disponibles para el pago del Pasivo Circulante o de las operaciones corrientes, sino como fuentes de ingresos futuros. (QUINTO, Hernán, 2008, p6)

La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en renunciar a un consumo actual y cierto a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo.

## **1.4.2. Producción**

Los bienes de consumo se caracterizaron por que eran finales, es decir, estaban ya dispuestos para satisfacer las necesidades económicas del consumidor, ahora nos referimos al consumo, como actividad económica que se dirige precisamente a liquidarte esas necesidades de los sujetos.

Considerando que la actividad económica de producción se realiza por las empresas: pero ¿Cómo se lleva a cabo la producción? Y ¿Cómo se combinan los distintos factores en las unidades productivas, para hacer posible la obtención del producto? (CAMPILLO Lindo, 2009, p15)

Es la adición de valor a un bien, producto o servicio, por efecto de una transformación. Producir es extraer o modificar los bienes con el objeto de volverlos aptos para satisfacer ciertas necesidades. La palabra producción no está solamente asociada con la fabricación sino con varias actividades más. Por tanto, podemos hablar de producción de servicios y de producción de bienes materiales. (TAWFIK, L, CHAUVEL, A, M, WEB, 2009, p2)

La producción es la actividad donde se crea nuevos productos para la venta en mercados, la cual deben ser de agrado al consumidor y estos a su vez generan ingresos económicos.

### ***1.4.2.1. Producción Bananera***

La producción total continua expandiéndose a lo largo de la época de los 70, teniendo el más importante crecimiento entre 1998 y 2001, periodo en que creció en 1'345.369 toneladas métricas. Una expansión de esta magnitud no se observa en tan poco tiempo en ningún otro momentos de la producción bananera ecuatoriana hasta el año de 2005 en que subió 4.1 millones de toneladas métricas o entre 2008 y 2010 periodo q creció 5.4 millones. (MONTALBO, Manuel, 2010, p45)

### ***1.4.2.2 Precios Históricos del Banano***

Industria Bananera Ecuatoriana la única excepción ocurrió en el año 2003, cuando el invierno de ese año fue muy fuerte, hubo un verano caluroso en la zona norte del planeta, la guerra en el Golfo Pérsico, precios del Bunker elevados, sobreproducción de banano y otros factores afectaron los mercados y los precios a nivel internacional se redujeron drásticamente.. (SULSER, Rosario, PEDROZA, José, 2010g, p96)

En los últimos años, el Productor ha obtenido un precio superior al establecido por los Ministros de Agricultura y Ganadería y de Comercio Exterior, los que según la Ley vigente, debe establecerse cada tres meses.

### ***1.4.2.3. Productividad***

Para aumentar el poder adquisitivo de los trabajadores de un país o de una nación, solo existe una solución eficaz con carácter definitiva, que consiste en aumentar la renta o producto nacional neto por medio de los aumentos de la productividad de los factores humanos existentes en el conjunto del territorio considerado. La mayoría de las empresas aprovecha el mayor tiempo en los productos que en el puesto de trabajo. (BELTRAN, Fernando, 2009, 35p)

Es la relación entre la producción de un periodo y la cantidad de recursos consumidos para alcanzar sus objetivos. Cuando se estudia la evolución de la productividad de un factor, generalmente ha de suponerse que la del otro factor se mantiene constante.

En muchos casos, tiene interés conocer la productividad global de la empresa, que es cociente entre su producción total y la totalidad de los factores utilizados para alcanzarla. (CASANI, Fernando, LLORENTE, Augusto, 2008, p66)

La capacidad de producir más satisfactores, con menos recursos. La productividad depende en alto grado de la tecnología usada y la calidad de la

formación de los trabajadores. Una mayor productividad redundaría en una mayor capacidad de producción a igualdad de costes, o unos menores costes a igualdad de producto. Un coste menor permite precios más bajos o presupuestos menores

#### ***1.4.2.4. Competitividad***

La competitividad es esencialmente un reflejo de la productividad de la mano de obra, de que depende a su vez de toda la gama de factores humanos que influye en cómo trabajan las personas. Una empresa es competitiva en precios cuando tiene la capacidad de ofrecer sus productos a un precio que le permite cubrir los costos de producción y obtener un rendimiento sobre el capital invertido. Sin embargo, en ciertos mercados los precios de productos que compiten entre sí pueden variar, y una empresa puede tener la capacidad de colocar un producto a un precio mayor que la competencia debido a factores distintos del precio, como la calidad, la imagen, o la logística. (BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO, 2010, p170)

La competitividad es un concepto que no tiene límites precisos y se define en relación con otros conceptos. La definición operativa de competitividad depende del punto de referencia del análisis -nación, sector, firma-, del tipo de producto analizado -bienes básicos, productos diferenciados, cadenas productivas, etapas de producción- y del objetivo de la indagación -corto o largo plazo, explotación de mercados, reconversión, etcétera. (GARAY, Jorge Luis, 2009, p19)

El término competitividad es muy utilizado en los medios empresariales, políticos y socioeconómicos en general. A ello se debe la ampliación del marco de referencia de nuestros agentes económicos que han pasado de una actitud auto protectora a un planteamiento más abierto, expansivo y proactivo.

### ***1.4.2.5 Suelo***

Exige tierra ligera, suelta, fértil y fresca, pues debe en general mantener todo lo posible la humedad. La tendencia en cada finca es levantar el platanal en las zonas más bajas para aprovechar la humedad. En lugares de Centroamérica y Jamaica, donde el plátano "Johnson" se cultiva en escala muy grande, se tienen sistemas de regadío para mantener la humedad necesaria en los platanales. Casi todas las variedades exigen del terreno buena fertilidad; pero dos de ellas, el plátano "Macho" y el "Johnson" necesitan muy buena fertilidad o aplicación oportuna de abonos. Demanda materia orgánica (CAMUS, Albert, WEB, 2008, p2)

Los suelos cambian mucho de un lugar a otro. La composición química y la estructura física del suelo en un lugar dado, están determinadas por el tipo de material geológico del que se origina, por la cubierta vegetal, por la cantidad de tiempo en que ha actuado la meteorización, por la topografía y por los cambios artificiales resultantes de las actividades humanas. Las variaciones del suelo en la naturaleza son graduales, excepto las derivadas de desastres naturales. Sin embargo, el cultivo de la tierra priva al suelo de su cubierta vegetal y de mucha de su protección contra la erosión del agua y del viento, por lo que estos cambios pueden ser más rápidos. Los agricultores han tenido que desarrollar métodos para prevenir la alteración perjudicial del suelo debida al cultivo excesivo y para reconstruir suelos que ya han sido alterados con graves daños. BELAÑOZ, Andrés, 2009, p 235)

El suelo para el cultivo del banano debe ser un suelo curado con todas sus proteínas esenciales que este debe tener para su mejor producción y así de esta manera incrementar las exportaciones para el bien económico del país.



### ***1.4.2.6 Calidad***

La calidad del servicio produce beneficios por qué cree verdaderos clientes: clientes que se sienten contentos al seleccionar una empresa después de experimentar sus servicios, clientes que utiliza la empresa de nuevos y que hablan de la empresa en términos positivos con otras personas.

Los verdaderos clientes son como los alquileres: se mantiene y generan ingresos a los fondos de la empresa (VALARIE.A, ZEITHAML, A, 2009, p15)

La Calidad desde el punto de vista conceptual ha pasado por diferentes etapas, desde el surgimiento de la industria manufacturera donde se le consideraba como algo que debía ser inspeccionado para poder obtener determinados requerimientos técnicos que eran precisados por el productor; continuando la etapa posterior de control estadístico de la calidad, donde se aplicaban técnicas de muestreo a lo largo del proceso, con el objetivo de detectar a tiempo cualquier irregularidad y garantizar que el producto que saliera cumpliera, igualmente, los requisitos preestablecidos por el productor; en una etapa más actual se instrumentan programas y sistemas de calidad a todas las fases de concepción, diseño y producción, incluyendo el servicio posventa; y hoy la calidad es posible administrarla. (CARBALLAL DEL RÍO, Esperanza, WEB, 2008, p3)

Es muy importante la calidad del producto, Una mejora en la calidad puede modificar la elasticidad de la demanda, y el consumidor estará dispuesto a pagar un precio mayor. De modo inverso, el precio puede ser interpretado por el consumidor como un indicador de la calidad del producto. Este uso depende de la disponibilidad de otros indicadores de la calidad, de la diversidad de precios, del grado de conocimiento del precio por el consumidor.

#### ***1.4.2.7. Capital de Trabajo:***

El término capital de trabajo se originó como tal en una época en que la mayor parte de las industrias estaba estrechamente ligada con la agricultura; los procesadores compraban las cosechas en otoño, las procesaban, vendían el producto terminado y finalizaban antes de la siguiente cosecha con inventarios relativamente bajos. Se usaban préstamos bancarios con vencimientos máximos de un año para financiar tanto los costos de la compra de materia prima como los del procesamiento, y estos préstamos se retiraban con los fondos provenientes de la venta de los nuevos productos terminados (SELPA NAVARRO, Ambar, ESPINOSA CHONGO Daisy, WEB,2008)

El capital esta constituido por el conjunto d bienes que contribuyen al desarrollo de la actividad económica produciendo otros bienes y servicios.

Tradicionalmente utilizamos el término capital para designar al patrimonio de una persona física o jurídica, incluyendo el dinero y todos sus bienes.

El labrador siempre ha utilizado una serie de utensilios que, en el momento actual, se han convertido en grandes maquinas. (CASANI, Fernando, LLORENTE, Augusto, 2009, p11)

El capital de trabajo es importante por varias razones, es la inversión de una empresa en activos a corto plazo, lo cual estos generan una utilidad de bienestar para el comerciante.

#### ***1.4.2.8. Evolución de la Competitividad.***

El nuevo enfoque de la competitividad no es la automatización, ni la robótica, ni los CNC. Si no aplicar filosofías que producen a la excelencia en la fábrica, para lo que es imprescindible crear un proyecto de empresa hacia la excelencia centrado en la fabricación, pues es esta quien ha de asumir el rol de primer orden en la estrategia elegida siendo esta contemplada como un recurso de competitividad. (REY SACRISTAN, Francisco, 2010, p23)

La incorporación de los principios de competitividad al desarrollo de las funciones, actividades y operaciones de la empresa, permite a esta incrementar su nivel de competitividad, ahora bien la efectividad con que se apliquen estos principios determinará el nivel de esa competitividad que la empresa esté alcanzando, o bien el nivel en que se encuentre.

Las etapas de evolución de la competitividad son cuatro, cada una de ellas tiene un nombre específico y una serie de características que las distinguen es así como se tiene:

Etapa I. Incipiente Muy bajo nivel de competitividad

Etapa II. Aceptable Regular nivel de competitividad

Etapa III. Superior Buen nivel de competitividad

Etapa IV. Sobresaliente Muy alto nivel de competitividad.(PARKIN, Michael, 2008, p135)

La competitividad depende especialmente de la calidad del producto y del nivel de precios. Estos dos factores en principio estarán relacionados con la productividad, la innovación y la inflación diferencial entre países. Existen otros factores que se supone tienen un efecto indirecto sobre la competitividad como la cualidad innovaría del mismo, la calidad del servicio o la imagen corporativa del productor.

### **1.4.3. Costos**

El costo de un producto está formado por el precio de la materia prima, el precio de la mano de obra directa empleada en su producción, el precio de la mano de obra indirecta empleada para el funcionamiento de la empresa y el costo de amortización de la maquinaria y de los edificios.(MAZON, Fernando, 2008, 30p)

El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se

puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio).

### ***1.4.3.1. Materia Prima***

Una empresa de transformación se dedica a la adquisición de materias primas para transformarlas física y/o químicamente y ofrecer un producto a los consumidores diferentes al que ella adquirió.

La materia prima que se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados se clasifica como materia prima directa (MPD) y pasa a ser el primer elemento de la producción. La materia prima que no se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados se clasifica como Materia prima indirecta (MPI) y se acumula dentro de los cargos indirectos.(MAZON, Fernando, 2008, 30p)

Se llama materia prima a todo aquello que es constitutivo del mundo físico, formada por sustancias puras y por mezclas, existe dos tipos de materia prima directa e indirecta lo cual se lo conoce como un producto no elaborado utilizado en la prime fase del proceso de producción

### ***1.4.3.2 Control de Calidad***

Esta área interviene en la aprobación de los materiales recibidos, a la vez que efectúa revisiones técnicas, análisis químicos y todas las pruebas necesarias que permitan comprobar que su calidad es la establecida previamente.(MAZON, Fernando, 2008, 30p)

Es una estrategia para asegurar el cuidado y la mejora continua en la calidad ofrecida donde se recogen los proyectos y acciones orientados a maximizar la calidad de la operación y por consiguiente, la satisfacción de los consumidores

### ***1.4.3.3. Mano de Obra***

Es el segundo elemento del costo de producción y se refiere al esfuerzo humano necesario para transformar la materia prima en un producto terminado o manufacturado. Este esfuerzo es remunerado en efectivo, valor que interviene<sup>4</sup> como parte importante en la formación del costo de Producción(MAZON, Fernando, 2008, 30p)

En el ámbito de la investigación corresponde a toda la actividad remunerada de trabajadores que participan en algún proceso productivo para conseguir algún producto o servicio.

### ***1.4.3.4. Mano de Obra Directa e Indirecta***

Los salarios que se pagan a las personas que participan directamente en la transformación de la materia prima en un producto terminado y que pueden identificarse o cuantificar plenamente con el mismo se clasifica como mano de obra directa (MOD). Los sueldos y salarios y prestaciones que se pagan al personal de apoyo a la producción como por ejemplo directivos de la fábrica, supervisores, personal del almacén, personal de mantenimiento, etc. y que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con la elaboración de los productos, se clasifica como costo de mano de obra indirecta (MOI) .(MAZON, Fernando, 2008, 30p)

### ***1.4.3.5. El Contrato de Trabajo***

Es el convenio por medio del cual una persona o grupo de personas se obliga a ejecutar una obra o prestar ciertos servicios a otra y otras personas, bajo la dependencia de éstos y mediante el pago de determinada cuota por tiempo o por pieza liquidada en efectivo(MAZON, Fernando, 2008, 30p)

Es un acuerdo entre el trabajador y el empresario, en virtud el cual el trabajador se compromete a prestar a sus servicios de forma voluntaria, por cuenta ajena y dentro del ámbito de organización y dirección del empresario que se compromete al pago de una retribución.

#### ***1.4.3.6. El Capital***

Es el resultado de la acumulación de la producción humana y que desde el punto de vista del capitalismo es factor fundamental del crecimiento económico. A través de este es posible obtener bienes y servicios productivos que servirán para generar la riqueza social de las personas y elevar la calidad de vida. El capital ayuda a transformar los recursos naturales e intelectuales en bienes de utilidad para las personas.(MAZON, Fernando, 2008, 30p)

La noción de capital incluye no solo lo que conocemos como dinero, puede abarcar conceptos como bienes, equipos, conocimiento, plantas, edificios, dones, habilidades etc. Es decir, todos los insumos que se han acumulado a través del tiempo que pueden generar algún tipo de valorización y expansión.

#### ***1.4.3.7.El Interés:***

Es considerado un factor de producción, debido a que es la variable que más afecta el valor relativo del capital. La utilización del capital en el mundo moderno, depende de la valoración de alternativas de inversión, en donde las tasas de retorno de los proyectos, se comparan con las tasas de interés más atractivas que se ofrecen. (SULSER, Rosario, PEDROZA, José, 2010g, p27)

Interés se lo denomina a la utilidad que se busca a nivel moral o material en este caso, su acepción utilidad por otra parte, es el índice que se emplea ara indicarla rentabilidad de un ahorro o inversión o el costo de un crédito.

#### **71.4.4. Comercialización**

La comercialización tiene que estar enfocado al consumidor, la producción debe dirigirse a suministrar a los clientes lo que desean o necesitan, es la única razón por lo que la gente gasta su dinero (DIXIA G, 2009, p3)

La noción de comercialización tiene distintos usos según el contexto. Es posible asociar la comercialización a la distribución o legista, que se encarga de hacer llegar físicamente el producto o el servicio al consumidor final. El producto en el lugar y momento en que el consumidor desea adquirirlo (DEFINICION DE, WEB 2010, p1)

La comercialización es la actividad económica útil para la sociedad, la permite obtener ingresos y a su vez promocionar nuevos productos para la venta en el mercado.

##### ***1.4.4.1. Oferta.***

Siendo la oferta es la relación entre la cantidad de bienes ofrecidos por los productores y el precio de mercado actual, gráficamente se representa mediante una en donde la representación de la oferta es directamente proporcional al precio, resultando que la pendiente de una curva de oferta tiende a ser creciente. (AQUINO, Rita, DUARTE, Jazmín WEB, 2008, p1)

El sistema de economía de mercado, descansa en el libre juego de la oferta y la demanda. Centrándonos en el estudio de la oferta y la demanda en un mercado de un determinado bien. Supongamos que los planes de cada comprador y cada vendedor son totalmente independientes de los de cualquier otro comprador o vendedor. De esta forma nos aseguramos que cada uno de los planes de los vendedores dependa de las propiedades objetivas del mercado y no de conjeturas sobre posibles comportamientos. De los demás. Con estas características tendremos un mercado perfecto, en el sentido de que hay un número muy grande

de compradores y vendedores, de forma que cada uno realiza transacciones que son pequeñas en relación con el volumen total de las transacciones. (FERNÁNDEZ, Amador, 2008, p37)

La oferta es la cantidad de bien o servicio que el vendedor pone a la venta en este caso sería la exportación del banano del cual esta disposición del consumidor para su adquisición y ser demandado. El precio del producto es el factor fundamental que determina la cantidad que un fabricante ofrece de su producto, cuando el precio es alto la venta de ese producto se hace más rentable y por tanto la cantidad ofrecida del mismo es más elevada. Si el precio del bien disminuye la rentabilidad esperada por la venta disminuye y por tanto la cantidad que los fabricantes están dispuestos a vender.

#### ***1.4.4.2. Demanda***

La demanda es la cantidad de bienes y servicios que los consumidores desean y están dispuestos a comprar dependiendo de su poder adquisitivo. La curva de demanda representa la cantidad de bienes que los compradores están dispuestos a adquirir a determinados precios, suponiendo que el resto de los factores se mantienen constantes). La curva de demanda es por lo general decreciente, es decir, a mayor precio, los consumidores comprarán menos. (AQUINO, Rita. DUARTE, Jazmín, WEB, 2008, p3)

La cantidad demandada de un bien es la cantidad que los consumidores quieren y pueden comprar. A través de la demanda vamos a examinar la conducta de los compradores, que se relacionan con los vendedores a través de un mercado. En dicho mercado se intercambia un producto a un precio determinado por la interacción de la oferta y la demanda. (CERVERA OLIVER, Mercedes, 2009, p9)



La demanda es la cantidad de un bien o servicio que los consumidores desean adquirir. Casi todos los seres humanos del planeta demandan un bien o un servicio. Por lo tanto el banano es uno de los primeros alimentos que tiene una demanda en el consumidor

#### ***1.4.4.3. Distribución***

Es la actividad del Marketing que se ocupa de la organización de la distribución física y de la elección de los canales de distribución. Podría decirse que es la principal actividad del Marketing. (BRIONES, Carlos, WEB, 2010, p1)

El comercio realiza la función de interpretación entre los sectores de producción y consumo. Desde el momento en que unos son los que producen y otro los que consumen un bien, necesariamente ah tenido que producirse, al menos, un intercambio entre dos partes, y, además, un acoplamiento del espacio y del tiempo que separan las actividades de producir dicho bien y de consumirlo.

Las actividades que implica la distribución comercial son realizadas por numerosas personas y entidades, que actúan como eslabón intermedios entre productos y consumidores, formando los canales de distribución. El conjunto de esos eslabones intermedios constituye el sistema comercial (ARMATIO, Martin, 2009, p8)

El canal de distribución lo constituye un grupo de intermediarios relacionados entre sí que hacen llegar los productos y servicios de los fabricantes a los consumidores y usuarios finales

#### ***1.4.4.4. Las Funciones de los Canales de Comercialización***

Los fabricantes, mayoristas y minoristas, así como otros integrantes de los canales de distribución, se entran en estos para desempeñar una o más de las funciones generales siguientes: mantener inventarios, generar demandas, ventas, distribuir

físicamente los productos, proporcionar productos a los usuarios finales, debe asumir todas estas funciones o delegar algunas de ellas o todas en los intermediarios del canal de distribución (STERN, Louis, 2009, p68)

Un canal de distribución desplaza bienes y servicios de los productores a los consumidores, y elimina las brechas importantes de tiempo, lugar y posesión que separan los bienes y servicios de quienes los usarán. Los miembros del canal de marketing desempeñan muchas funciones (PARKIN, Michael, 2009)

La participación de los canales de distribución de los distintos flujos se asemejan a su calidad de miembros de un conjunto de canales de distribución física, uno financiero o uno proporcional la tarea de coordinar a los integrantes de los mismos, el intercambio de información es inherente de los canales flujo de la distribución

#### ***1.4.4.5 Canales de Distribución***

Dentro del capítulo del mercado, es necesario incluir el de los canales de distribución por ser éstos los que definen y marcan las diferentes etapas que la propiedad de un producto atraviesa desde el fabricante al consumidor final. Por ello los cambios que se están produciendo en el sector indican la evolución que está experimentando el marketing, ya que junto a la logística serán los que marquen el éxito de toda empresa. . (SULSER, Rosario, PEDROZA, José, 2010g, p31)

El canal de distribución representa un sistema interactivo que implica a todos los componentes del mismo: fabricante, intermediario y consumidor. Según sean las etapas de propiedad que recorre el producto o servicio hasta el cliente, así será la denominación del canal. La estructuración de los diferentes canales será la siguiente:

#### ***1.4.4.6. Marketing***

El marketing en la función comercial que identifica las necesidades y los deseos de los clientes, determina que mercados meta puede atender mejor la organización, y diseña productos, servicios y programas apropiados para atender a esos mercados. Sin embargo, el marketing es mucho más que una función aislada de los negocios: es una filosofía que guía y toda la organización. La meta del marketing es crear, satisfacción a todos los clientes de formas rentables, forjando relaciones cargadas de valor con cliente importante. (KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary, 2010, 5p)

El mundo del marketing y la publicidad está cambiando. Las inversiones millonarias ya no son tan efectivas como antes porque se diluyen y a veces ni siquiera llegan al consumidor final. Y cuando el bombardeo masivo de mensajes ha dejado de ser útil para posicionar una marca, hay que buscar otras fórmulas más personales y directas que conecten con el consumidor. Nuestra sociedad se ha convertido en una aldea global donde la comunicación es un valor prioritario. Pero comunicación heterogénea y segmentada en función de muchas variables. No hay un único público y sí muchos destinatarios individuales. Al mismo tiempo, el marketing ha dejado de ser patrimonio exclusivo de las grandes corporaciones y pasa a ser un componente esencial en la estrategia de cualquier empresa con independencia de su tamaño. (GIRÓN GONZÁLEZ Alicia, 2008, p93)

El marketing es el conjunto de técnicas que con estudios de mercado intentan lograr el máximo beneficio en la venta de un producto: mediante el marketing podrán saber a qué tipo de público le interesa su producto. Su función primordial es la satisfacción del cliente mediante las cuales pretende diseñar el producto, establecer precios, elegir los canales de distribución y las técnicas de comunicación más adecuadas.

### ***1.4.4.7 Marketing Mix***

El marketing mix es un análisis de estrategia de aspectos internos, desarrollada comúnmente por las empresas para analizar cuatro variables básicas de su actividad: producto, precio, distribución y promoción.

El objetivo de aplicar este análisis es conocer la situación de la empresa y poder desarrollar una estrategia específica de posicionamiento posterior. Esta estrategia es también conocida como las "4Ps", dado que en su origen anglosajón se conoce como: price (precio), product (producto), place (distribución) y promotion (promoción).. (SULSER, Rosario, PEDROZA, José, 2010g, p38)

#### **1.4.4.7.1. Precio**

En esta variable se establece la información sobre el precio del producto al que la empresa lo ofrece en el mercado. Este elemento es muy competitivo en el mercado, dado que, tiene un poder esencial sobre el consumidor, además es la única variable que genera ingresos.(SULSER, Rosario, PEDROZA, José, 2010g, p39)

#### **1.4.4.7.2.Producto**

Esta variable engloba tanto el producto (coreproduct) en sí que satisface una determinada necesidad, como todos aquellos elementos/servicios suplementarios a ese producto en sí. Estos elementos pueden ser: embalaje, atención al cliente, garantía, entre otros (SULSER, Rosario, PEDROZA, José, 2010g, p39)

#### ***1.4.4.7.3. Distribución***

En esta variable se analiza los canales que atraviesa un producto desde que se crea hasta que llega a las manos del consumidor. Además, podemos hablar también del almacenaje, de los puntos de venta, la relación con los intermediarios, el poder de los mismos, etc.(SULSER, Rosario, PEDROZA, José, 2010g, p40)

Para que la distribución se exitosa el productor debe estar a disposición del potencial comprador en el momento y lugar indicado

#### ***1.4.4.7.4. Promoción***

La promoción del producto analiza todos los esfuerzos que la empresa realiza para dar a conocer el producto y aumentar sus ventas en el público, por ejemplo: la publicidad, las relaciones públicas, la localización del producto, (SULSER, Rosario, PEDROZA, José, 2010g, p40)

Son distintos métodos que tiene el productor para vender su producto en la cual entra en los programas del marketing mix para lograr los objetivos deseados

#### ***1.4.4.8 Mercado.***

Los economistas ven la economía como un conjunto de mercados individuales, en cada mercado, el conjunto de compradores y vendedores será diferente, dependiendo de los que se comercie. Hay un mercado para los bananeros, otro para los automóviles, otro para bienes raíces y otros más para acciones corporativas, euros y otra cosa que se compre y se venda. (MARC, Lieberman, 2010, 53p)

Los Mercados que en la terminología económica de un mercado es el área dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a

unificarse.(GAVIRIA RÍOS, Alberto,SIERRASIERRA, Hedmann, Alberto, 2009, p42)

El mercado es, también, el ambiente social que propicia las condiciones para el intercambio. En otras palabras, debe interpretarse como la institución u organización social a través de la cual los ofertantes y demandantes de un determinado bien o servicio, entran en estrecha relación comercial a fin de realizar abundantes transacciones comerciales.

#### ***1.4.4.9. Mercados Primarios.***

En los mercados primarios las empresas obtienen capital nuevo, si IBM colocara una nueva emisión de acción comunes para obtener capital, esta actividad sería una transacción de mercado primario. La empresa que vende las acciones recién creadas recibe el producto de la venta en una transacción de mercado primario. (BRIHAM, Eugen, BESLEY, Scott, 2009, 92p)

Cuando se hace una nueva emisión de valores las casas de bolsa actúan como intermediarios entre las empresas emisoras y los inversionistas, poniendo en contacto a unas y otros, en un procedimiento conocido como “proceso de banca de inversión”. Este tipo de operaciones se realizan de un modo impersonal; esto significa que el emisor en muchas ocasiones no conoce a los inversionistas que adquirieron sus valores puesto que el contacto se realiza exclusivamente a través del intermediario. El papel de la casa de bolsa actuando en calidad de banquero de inversiones implica asumir diferentes grados de riesgo, dependiendo del arreglo al que se llegue con el emisor. Más aún, en ocasiones la casa de bolsa en su calidad de banquero de inversiones no asume riesgo alguno en la colocación y actúa simplemente como contacto entre los oferentes y los demandantes de los valores.(BRIHAM, Eugen, BESLEY, Scott, 2009, 92p)

En si este es el mercado en el que los demandantes requieren nueva financiación ya sea a través de la emisión de valores de capital-deuda o a través de valores de

capital-riesgo En el primer caso se acude a capital ajeno con la obligación por parte del prestatario de reintegrarlo en un plazo determinado y retribuirlo mientras tanto con el pago de y un interés fijo.

#### ***1.4.4.10. Mercados Secundarios.***

Se intercambian entre los inversionistas, valores existentes y previamente emitidos. De esta forma, el mercado secundario existen también para hipotecas, otros tipos de préstamos y otros activos financieros, la empresa cuyos valores se intercambia en el mercado secundario no participa en la transacción y, por tanto, no recibe recursos derivados de la misma. (BRIHAM, Eugen, BESLEY, Scott, 2008, 34p)

Es posible que los compradores originales de los títulos quieran venderlos para tener nuevamente el dinero en sus manos. Cuando se realizan estas operaciones los títulos se negocian en el mercado secundario. Las transacciones realizadas en el mercado secundario no aportan recursos a los emisores, sino que tienen por objeto proporcionar liquidez a los inversionistas por medio de la venta de sus instrumentos antes de su vencimiento. Sin embargo, cabe resaltar que sin la existencia de un mercado secundario tampoco podría haber un mercado primario y, como consecuencia, se dificultaría el financiamiento de las actividades productivas y el crecimiento de la economía. Por ejemplo, supongamos que Lucía tiene un excedente de dinero que quiere invertir en las acciones de una nueva empresa porque sabe que estos instrumentos le pueden permitir el aumento de su patrimonio en un futuro. Si no existiera un mercado secundario que le permitiera. De esta forma, el mercado secundario constituye un apoyo fundamental para el financiamiento de las actividades productivas.(BRIHAM, Eugen, BESLEY, Scott, 2009, 34p)

El mercado secundario o mercado de negociación es una parte del mercado financiero de capitales dedicado a la compraventa de valores que ya han sido

emitidos en una primera oferta pública o privada, en el denominado mercado primario.

### **1.4.5. Rentabilidad**

La rentabilidad es, un principio, sinónimo de ganancia de utilidad de beneficios, de lucro. Presupone la realización de negocios con márgenes positivos. Implica que en el largo plazo, el dinero que entra en la empresa es mayor que el dinero que sale de la misma (FAGA, Héctor, 2008, p14)

Lo importante de la noción de rentabilidad radica precisamente en tratarse de un índice, una relación, un “ratio”. Los valores absolutos suelen ser menos importantes, como instrumentos de acción que los relativos. Y el índice de rentabilidad es un valor relativo, importante no solo Conceptos financieros previos Concepto de rentabilidad en sí mismo considerado, sino en cuanto creador de un estado de opinión generalizada, (INCIATIVA EMPRESARIAL, 2009, WEB, p4)

La rentabilidad son los resultados económicos de una inversión realizada, o a su vez un balance del mercado para ver de tal manera la rentabilidad de los productos a comercializarse.

#### ***1.4.5.1. Indicadores de Rentabilidad***

Continuando con el análisis de los ratios financieros, en esta sección analizamos los ratios de rentabilidad, estos ratios miden el éxito de la empresa al obtener un retorno neto en ventas o de una inversión, considerando que la utilidad es el valor económico creado por la empresa luego de un ejercicio anual, es evidente que un resultado pobre es una llamada de alerta a los directivos, para que modifiquen ciertas políticas financieras y estrategias del negocio, -que si no se realizan pueden significar probablemente que la empresa salga del mercado.(BORÍSOV, Zhamin, WEB, 2009, p21)



Es todos los casos se trata de un índice, de una relación tal como .Por ejemplo una relación entre beneficio y un costo incurrido para obtenerlo, entre una utilidad y un gasto

#### ***1.4.5.1.1 El Margen Bruto***

En este punto, es conveniente analizar ¿A qué se debe que el margen bruto haya aumentado o reducido? Si el margen bruto aumenta al elevar el precio del producto, la empresa podría tener problemas de competitividad más adelante (a menos que este respaldado por un sólido portafolio de productos y servicios de alto valor agregado) y provocar una caída en las ventas, de ahí que una empresa debe cuidar su margen bruto, correlacionado este indicador con los otros indicadores de rentabilidad y si el margen bruto aumenta por mayor volumen de ventas este sería el ideal ya que esto haría aumentar las utilidades totales y también la productividad de la inversión(BORÍSOV, Zhamin, WEB, 2009, p22)

Es la diferencia entre los ingresos y los gastos, en otras palabras las ventas netas, no se incluyen las amortizaciones, los gastos de ventas ni los gastos financieros

#### ***1.4.5.1.2. Margen de Operación***

El margen de operación se obtiene deduciendo del margen bruto los gastos operativos del negocio, (habitualmente los costos fijos), es un indicador de que tan bien se está manejando los gastos generales fijos de la empresa y si existe coherencia entre el margen bruto y el margen de operación obtenido, considerando los volúmenes y precios.(BORÍSOV, Zhamin, WEB, 2009, p22)

Se propone más a ya de las consideraciones del margen bruto que nos proporciona el costo variable, la consideración de un tablero decisorio complementario, en el cual el margen de operaciones y el punto de equilibrio nos van a portar herramientas de interés académico y practico

#### ***1.4.5.1.3. Retorno de la Inversión (ROI)***

El ROI debe ser analizado horizontalmente (comparando la evolución de años anteriores), y también comparativamente (con cifras del sector), independientemente del tamaño de las inversiones, los objetivos estratégicos de cada negocio y las restricciones de cada sector; el ROI es la expresión más representativa para indicar si una empresa está realizando una óptima gestión de su negocios.(BORÍSOV, Zhamin, WEB, 2009, p23)

#### ***1.4.5.1.4. Retorno del Patrimonio***

Como ambos ratios emplean los datos de utilidades después de los pagos por intereses a los acreedores se ha sugerido que la cifra apropiada para el numerador debería ser utilidades antes de intereses e impuestos (EBIT) como se muestra en el siguiente ratio.(BORÍSOV, Zhamin, WEB, 2009, p23)

Como su nombre lo indica, la tasa de rendimiento que obtienen los propietarios de las haciendas respecto de su inversión representativa en el patrimonio registrado contable

#### ***1.4.5.1.5. Combinación de Ratios***

En nuestro caso ejemplo, la empresa tiene una ratio de liquidez bajo pero unos adecuados ratios de endeudamiento, cobertura de interés y rentabilidad, ¿Esto qué indica? Que la empresa está en buena posición para buscar una deuda adicional a largo plazo, o para recibir un aumento de capital, si es necesario. Cómo se explicó al comienzo, el ratio corriente podría ser mejorado, aumentando la deuda a largo plazo, y utilizando ese producto para cancelar la deuda a corto plazo(BORÍSOV, Zhamin, WEB, 2009, p25)

Relaciones de los ratios financieros son con el objeto de formarse una idea de la empresa y su estado económico permitiendo tomar tres clases de decisiones de carácter financiero

### ***1.4.5.2. Rentabilidad Segura.***

Entre dos proyectos con la misma rentabilidad media es lógico preferir el de resultados más ciertos, es decir, el que ofrece mayor seguridad lo que es lo mismo, menor riesgo.

El riesgo, mayor o menor, es inherente a la inversión. Recuérdese que invertir es, básicamente, renunciar a unas satisfacciones ciertas a cambio de unas expectativas, es decir a cambio de algo no totalmente seguro o inclusive muy incierto.

La cuantías y el momento de realizar los pagos se puede proveer muchas veces con poco error; pero en cuanto a los cobros siempre hay alguna indeterminación. (PASCUAL, Ramón, SUBIAS, Albert, 2010, p36).

En momentos de inestabilidad bursátil, cuando las incertidumbres y las dudas sobre el futuro del mercado son numerosas, los inversores vuelven a tener en cuenta la rentabilidad por dividendo a la hora de hacer sus compras. En los últimos dos meses, los valores que mejor han soportado las turbulencias bursátiles han sido aquéllos que daban un mayor dividendo a sus accionistas. Es el caso de las eléctricas y las compañías concesionarias de autopistas, principalmente. (GONZAGA DE SOUSA, Luis, 2008, p46)

En la economía, la rentabilidad financiera es considerada como aquel vínculo que existe entre el lucro económico que se obtiene de determinada acción y los recursos que son requeridos para la generación de dicho beneficio. En toda actividad económica es necesaria la contemplación de un riesgo para la obtención de una devolución económica. Es, en definitiva rentable o no la forma en que una empresa invierte fondos en determinadas operaciones para generar ingresos a cambio.

### **1.4.5.3. Liquidez.**

En determinados tipos de inversión, la liquidez es la facilidad con que se puede cambiar por dinero el objeto de la inversión. Al invertir habremos puesto dinero a cambio de un activo y nos interesa la factibilidad para andar el cambio inverso. Así, una inversión en acciones que se cotizan en bolsa es mas liquida que la inversión en un inmueble.

Desde el punto de vista que se acaba de expresar, los proyectos industriales serian casi siempre inversiones de muy escasa liquidez, puesto que una vez realizado el proyecto y efectuado los pagos correspondientes suele ser muy difícil vender los activos si no es a costa de grandes pérdidas, en estos casos, la liquidez se refiere a la capacidad de los activos para generar fondos con los que recuperar los pagos iniciales (PASCUAL, Ramón, SUBIAS, Albert, 2010, p36).

Entendemos por liquidez la capacidad que tiene la empresa de generar fondos para cubrir sus obligaciones de corto plazo.

A continuación se exponen una serie de criterios que son importantes a la hora de analizar situaciones de liquidez en las empresas. (GUERRA SOTILLO,Alexei, 2009,p53)

Desde el punto de vista contable, capital de trabajo es la diferencia entre activos corrientes y pasivos corrientes, concepto válido en la estructuración del balance general y del estado de cambios en la posición financiera, más no llena las expectativas desde el punto de vista financiero, donde lo que realmente importa es analizar el capital disponible para llevar a cabo operaciones de corto plazo.

### **1.4.5.4. Rendimiento.**

Al utilizar más recursos para producir un bien, puede ocurrir que esos recursos rindan cada vez menos. Este fenómeno es muy común y de ahí que los

economistas se refieran a el como la ley de rendimiento decreciente. Por cierto, hay que tener cuidado con lo que en las ciencias sociales se llama “ley” es un resabio de cuando se creía que se podía saber todo, pero la verdad es que no hay leyes en las ciencias sociales. (SCHETTINO, Macario, 2009,p17)

Cuando utilizamos recursos para producir un bien, ya no los podemos utilizar para producir otro. Como al final lo que nos interesa es cuanto tenemos de los bienes producidos, los rendimientos d los recursos utilizados de gran importancia.

#### ***1.4.5.5. Finanzas***

La función financiera no es un departamento dentro de una organización de una empresa. Si no que la forman un conjunto de procesos dentro de la empresa con otros participantes. La optimización de la cadena de valor financiero se puede conseguir mediante esa gestión colaborativa, esa visibilidad en los procesos, la toma de decisión acertada, y la utilización de técnicas, instrumentos y herramientas de gestión financiera. (MAZON, Fernando, 2008, 30p)

Las finanzas, en economía, son las actividades relacionadas con los flujos de capital y dinero entre individuos, empresas, o Estados. Por extensión también se denomina finanzas al análisis de estas actividades como especialidad de la economía y la Administración, en cuyo marco se estudia la obtención y gestión, por parte de una compañía, un individuo, o del propio Estado, de los fondos que necesita para cumplir sus objetivos, y de los criterios con que dispone de sus activos. En otras palabras, estudia lo relativo a la obtención y gestión del dinero, así como de otros valores o sucedáneos del dinero, como lo son los títulos, los bonos entre o tras.

Las finanzas tratan, por lo tanto, de las condiciones y oportunidad en que se consigue el capital, de los usos de éste, y de los pagos e intereses que se cargan a las transacciones en dinero.(MAZON, Fernando, 2008, 22p)

Las finanzas, en economía, son las actividades relacionadas con los flujos de capital y dinero entre individuos, haciendas bananeras Por extensión también se denomina finanzas al estudio de esas actividades como especialidad de la economía y la Administración

#### ***1.4.5.6. Finanzas a Largo Plazo***

La financiación a largo plazo se utiliza para acometer las inversiones que necesita cualquier empresa para poder seguir creciendo. Aquí es necesario utiliza una buena planificación financiera opera definir una estructura de financiación equilibrada y seleccionar los instrumentos concretos de financiación. Para que dicha financiación sean sostenible a largo plazo hay que asegurar también que las inversiones que se realizan dan una rentabilidad al accionista. . (MAZON, Fernando, 2008, p30)

Las finanzas a largo plazo permiten la creación de un nuevo capital la cual le servirá al productor una mejo ración económica y a su vez producir más.

#### ***1.4.5.7. Mercados Financieros.***

Estos se refieren a un mecanismo conceptual, más que a una ubicación n física o tipo específico de organización o estructura. Por los general los mercados financieros son definidos como un sistema que incluye tanto o individuos como a instituciones, instrumentos y procedimientos para reunir a prestarías y ahorradores. (BRIHAM, Eugen, BESLEY, Scott, 2008, 34p)

Los mercados financieros están afectados por las fuerzas de oferta y demanda. Los mercados colocan a todos los vendedores en el mismo lugar, haciendo así más fácil encontrar posibles compradores. A la economía que confía ante todo en la interacción entre compradores y vendedores para destinar los recursos se le llama economía de mercado, en contraste con la economía planificada.

#### ***1.4.5.8. Valoración y Economía Financiera***

Es la creación de un activo físico de larga duración. Así la constitución de una nueva planta, un nuevo producto o la puesta en marcha de una nueva red de distribución de los productos de la empresa, entre muchos otros, servirán como ejemplos (MARIN, José, 2010, p13)

La valoración de estos nos ayuda a la determinación de nuevos mercados la cual servirá para su mejor comercialización, esto es la garantía del banano que nos va a permitir su exportación segura.

#### **1.4.6. Gestión Empresarial**

Es la actividad empresarial que busca a través de personas (como directores institucionales, gerentes, productores, consultores y expertos) mejorar la productividad y por ende la competitividad de las empresas o negocios. Una optima gestión no busca sólo hacer las cosas mejor, lo más importante es hacer mejor las cosas correctas y en ese sentido es necesario identificar los factores que influyen en el éxito o mejor resultado de la gestión. (LEON Carlos, 2010, p1)

Gestión es un proceso mediante el cual la entidad asegura la obtención de recursos y su empleo eficaz y eficiente en el cumplimiento de sus objetivos. Esto busca Fundamentalmente la supervivencia y crecimiento de la entidad, se desarrolla dentro del marco determinado por los objetivos y políticas establecidos por el plan de desarrollo estratégico e involucra a todos los niveles de responsabilidad de la entidad (ADRIANA, Gutiérrez, 2010, p5)

La gestión empresarial es el proceso mediante al cual las empresas mejoran su producción, buscando diversas alternativas para ser los mejores en el mercado. Gestión empresarial es un término que abarca un conjunto de técnicas que se aplican a la administración de una empresa y dependiendo del tamaño de la empresa, dependerá la dificultad de la gestión del empresario o productor. El objetivo fundamental de la gestión del empresario es mejorar la productividad,

sostenibilidad y competitividad, asegurando la viabilidad de la empresa en el largo plazo.

#### ***1.4.6.1. Eficacia.***

Es la capacidad que tiene una empresa para lograr, con mucha rapidez, importantes resultados operativos que la coloquen en posición de alcanzar el éxito tanto corto como largo y a mediano plazo. En otras palabras. La eficacia representa a la clave para que una empresa llegue a ser líder y continúela siéndolo. (MERLI, Giorgio, 2009, p11)

Es la capacidad para hacer correctamente las cosas, es un concepto que se refiere a “insumos y productos”. Un gerente eficiente es el que obtiene productos, o resultados, medidos con relación a los insumos (mano de obra, Materiales y tiempo) usados para lograrlos. Los gerentes que pueden reducir al mínimo este costo de los recursos que se necesitan para alcanzar metas actuando eficientemente Por otra parte la eficiencia implican elegir las metas acertadas (STONER, James, FREEMAN, Robert, 2008, p10)

Hace referencia a los recursos empleados y los resultados obtenidos. Por ello, es una capacidad o cualidad muy apreciada por empresas u organizaciones debido a que en la práctica todo lo que éstas hacen tiene como propósito alcanzar metas u objetivos, con recursos limitados y en situaciones complejas y muy competitivas.

Capacidad y habilidad para lograr determinar los objetivos y metas propuestas por la empresa. En el caso de las haciendas bananeras es la meta de donde llegar con su producto en la exportación.

#### **1.4.6.2. Administración.**

Al pensar en administración, suele pensarse en las decisiones relavas al personal y los empleados, en la planeación estratégica y las operaciones generales de la



empresa. La planeación estratégica una de las actividades más importante de la administración, no se puede lograr sin considerar su influencia en el bienestar financiero general de la empresa. Las dediciones relacionadas con el personal, como establecer salarios, contratar personal nuevo y pagar bonos, deben estar disponibles. Por estas razones, los directivos deben tener menos una comprensión general de los conceptos, de la administración financiera para tomar decisiones informadas en sus aéreas. (BRIHAM, Eugen, BESLEY, Scott, 2008, 26p)

Es un proceso que consiste en las actividades de planeación , organización , ejecución y control desempeñadas para determinar y alcanzar los objetivos señalados , con el uso de personas y otros recursos , el grupo dirige sus acciones hacia metas comunes, implica la aplicación de técnicas mediante los cuales un grupo principal de personas coordinan las actividades de otras (MARTINEZ, Ámbar, 2000, p8)

La administración se define como el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas trabajando en grupo alcance con eficiencia metas seleccionadas. Esta se aplica a todo tipo de organizaciones bien sean pequeñas o grandes empresas lucrativas y no lucrativas, a las industrias manufactureras y a las de servicio.

En fin la administración consiste en darle forma, de manera consistente y constante a las organizaciones. Todas las organizaciones cuentan con personas que tienen el encargo de servirle para alcanzar sus metas, llamados Gerente, administradores

### **1.4.6.3. Posibilidades de Producción de la Economía.**

Nuestro punto de atención hasta sesta momento ha sido analizar como el individuo elige usar sus recursos escasos y satisfacer sus necesidades ilimitadas y mas específicamente, como se especializa basado en las ventajas competitivas. El énfasis en el individuo es apropiado por que el mundo económico está dirigido

por las elecciones individuales de quienes toman decisiones, sean consumidores, productores o funcionarios públicos. Cuando los recursos son escasos para el individuo, son escasos para la economía en su totalidad. No hay falacia de composición en esto. La economía tiene millones de recursos diferentes que pueden combinarse de innumerables maneras para producir millones de bienes y servicios disponibles. (EACHERN, William, 2008, p34)

La economía política clásica consideró tres factores de producción: tierra, trabajo y capital, a cada uno de los cuales correspondía una clase específica de ingresos: las rentas, los salarios y las ganancias o beneficios, respectivamente. La moderna teoría económica ya no exige una explicación separada para la comprensión de cada uno de estos factores y la trata de un modo similar. La distinción entre los mismos, por lo tanto, ha devenido más formal que práctica, y se utiliza especialmente como herramienta clasificatoria para la presentación de ciertas estadísticas o para el estudio de algunos problemas concretos. (GUERRA, Arnoldo, 2010, p15)

En las economías modernas, a diferencia de lo que ocurría en tiempos de los clásicos, el trabajo es un factor altamente diferenciado que engloba una cantidad de oficios y profesiones de muy diversa naturaleza; del mismo modo hay factores intangibles, como la capacidad empresarial, el entorno tecnológico o diversos servicios que, contribuyendo decisivamente a la producción, no son tomados en cuenta en la clasificación clásica. De allí que para la economía interese ahora, primordialmente, la forma en que es necesario combinar los variados factores productivos disponibles, de modo de lograr la eficiencia productiva, es decir, la maximización de los ingresos de la empresa. (GUERRA, Arnoldo, 2010,p15)

El nivel de vida de una comunidad, y el grado de desarrollo económico de la misma, dependen esencialmente de la cantidad de bienes y servicios que estén a su disposición para el consumo y ésta, a su vez, depende de la cantidad de mercancías que sean producidas en un período dado. Cualquiera sea la forma en que se distribuyen los ingresos de una población, ésta tendrá bajos niveles de consumo si el volumen de los bienes disponibles es insuficiente; por ello la

riqueza de las sociedades modernas se basa en una expansión enorme de la producción con respecto a la existente en épocas anteriores, y no en las políticas redistributivas que se hayan llevado a cabo. El volumen de la producción depende de la división del trabajo y ésta de la existencia del mercado. La producción moderna se basa en un acervo tecnológico que se ha ido expandiendo a lo largo del tiempo e implica el uso intensivo de capital y de mano de obra cada vez más calificada. La amplitud de los mercados modernos ha hecho que pueda producirse una variedad inmensa de bienes y servicios.

#### **1.4.6.4. La Motivación.**

Un factor crucial en las organizaciones es la productividad, y esto nos plantea la siguiente pregunta: ¿Por qué unas personas rinden más que otras en el trabajo?.

Lógicamente, la motivación juega un papel esencial para explicar este interrogante, junto a otras variables como la aptitud, la percepción del rol, la experiencia.(MARTINEZ, GUILLEN, María, 2010, p21)

Por tanto, el estudio de las relaciones entre el hombre y su rendimiento este interrogante requiere analizar la motivación entre el hombre y su rendimiento en el trabajo, requiere analizar la motivación, así como las principales teorías e investigaciones que se han desarrollado sobre el tema en el campo de psicología de las organizaciones. (MARTINEZ, GUILLEN, María, 2008, p21)

La motivación también es considerada como el impulso que conduce a una persona a elegir y realizar una acción entre aquellas alternativas que se presentan en una determinada situación. En efecto, la motivación está relacionada con el impulso, porque éste provee eficacia al esfuerzo colectivo orientado a conseguir los objetivos de la empresa, por ejemplo, y empuja al individuo a la búsqueda continua de mejores situaciones a fin de realizarse profesional y personalmente, integrándolo así en la comunidad donde su acción cobra significado. (LÓPEZ SALAZAR, Alejandra, p12, 2008)

La motivación es, lo que hace que un individuo actúe y se comporte de una determinada manera. Es una combinación de procesos intelectuales, fisiológicos y psicológicos que decide, en una situación dada, con qué vigor se actúa y en qué dirección se encausa la energía. Factores que hacen que las poblaciones o las personas actúen en cierta forma. La motivación es un término genérico que se aplica a una amplia serie de impulsos, deseos, necesidades, anhelos, y fuerzas similares.

#### ***1.4.7. Bananeras***

La actividad bananera continúa siendo uno de los pilares básicos de la agricultura y el comercio exterior de muchos países de América latina y el Caribe y objeto de particulares consideraciones en el marco de las negociaciones comerciales multilaterales (QUIROZ Rodolfo, 2009, p9)

La situación actual del sector bananero es caótica e incierta, la crisis económica internacional ha reducido la demanda de banano a nivel mundial, una sobreoferta de banano que ha producido la caída de los precios internacionales y la crisis económica interna, que ha puesto en constante conflicto a productores y exportadores al punto de que cada cual defiende su tesis en lugar de dar respuestas, hay un enfrentamiento cada vez más profundo entre los sectores. (JARAMILLO Santiago, WEB.2008, p7)

La bananeras son grandes campos de cultivo de banano en la cuales existe el recurso humano y económico los más importantes, las haciendas bananeras, influyen bastante en la economía ya que es uno de los principales productos que el Ecuador exporta a otros países

### **1.4.7.1. Marcas**

En el Ecuador, a diferencia de los otros países productores de banano, gracias a la labor de las empresas exportadoras, se ha logrado que todas las marcas más importantes y conocidas en el mundo se nutran del banano ecuatoriano; permitiendo con ello una diversidad de tipos de cajas de banano que satisfacen la demanda mundial de los consumidores.

Las principales marcas son:

Dolé, Bonita, Favorita, LeFruit, DelMonte, Derby, Don Carlos, Gold Sun, Bonanza, GoldenB, Excelba, Chiquita

### **1.4.7.2 Recurso Humano:**

La actividad del hombre se realiza siempre dentro de la institución empresarial, interpreta en su sentido más amplio. Cuando definimos a la institución como corporación implica que la empresa es una comunidad social, abierta, integrada en otros entornos y que su respuesta a este entorno va a tener uno u otro resultado. (GARCIA ECHEVARRIA, Santiago, LATIMANN, Charles. 2009, p3)

Hoy en día se reconoce al conocimiento como talento o capital humano y esto es tan así que algunas empresas a nivel mundial están incluyendo dentro de sus estados financieros su capital intelectual. A pesar de que el factor monetario es vital y pareciera el más importante, no es sino a través de la gente que se toman las decisiones sobre los recursos financieros y materiales de una empresa. Es el capital humano quien puede multiplicar el recurso financiero a través de sus decisiones. Para competir dentro de un entorno globalizado, altamente competitivo, de transformaciones profundas, aceleradas y dinámicas se exige un cambio radical en las creencias, costumbres y valores de la empresa, donde las personas deben asumir roles diferentes y adoptar una visión de mayor apertura y flexibilidad ante el cambio. Para lograr esto se debe luchar por obtener el compromiso del talento humano el cual solo se alcanzará si existe equilibrio y

justicia empresarial. El verdadero tesoro que puede generar sostenibilidad y ventaja competitiva a la empresa es el talento humano. (SOLANO, José, 2008, p24)

El recurso humano es uno de los elementos importantes de la producción bananera, el amplio conocimiento de sus labores hacen de este uno de los primordiales productos de exportación a nivel nacional, la cual permite el incremento de la economía en el país.

### **1.4.7.3. Trabajo.**

La economía mundial experimenta un cambio radical en la naturaleza del trabajo con profundas consecuencias para el futuro de la sociedad. En la era industrial, la mano de obra humana masiva trabajaba junto con las maquinas para producir bienes y ser vicios. En la era del acceso, las maquinas inteligentes, en forma de software de ordenador, robótica, nanotecnológica y biotecnología, sustituyen progresivamente la mano de obra humana en la agricultura. (RIFKIN, Jeremy, 2009, p7)

A la luz de la historia, las distintas escuelas económicas han sustentado diferentes versiones o teorías sobre el trabajo y su productividad.

El trabajo es el factor productivo que aporta a nla actividad económica de formas combinadas los esfuerzos físicos, manuales o intelectuales de los individuos para conseguir riquezas. (CASANI, Fernando, LLORENTE, Augusto, 2008, p23)

El trabajo es la actividad realizada por el hombre con la meta de recibir algo a cambio, es decir, una remuneración, así tanto el que contrata al trabajador para determinada función, como el trabajador mismo, se benefician mutuamente.

#### **1.4.7.4. Trabajo en Equipo.**

Mucho se habla de “equipo de trabajo”, pero poco se hace de “equipo de trabajo”=. No porque no se quiera, si no porque ello tiene no pocas dificultades, y por porque un equipo no se forma con solo decirlo. Necesita madurar en un proceso que, aun cuando se intente, no necesariamente se garantiza. (ANDER, Ezequiel, AGUILAR, María, 2010, p11)

Es un conjunto de personas que comparten un propósito común, claramente conocido y por ello se necesitan mutuamente, alcanzado resultados de calidad, enfocando los problemas en todos sus niveles. Los buenos Equipos de Trabajos se caracterizan porque sus reuniones son productivas, su continua participación y creatividad durante el tiempo que el equipo trabaje, tiene como razón básica lo siguiente:

- Responsabilidad del grupo de trabajo y el Gerente.
- Comentar su eficacia participativa. En resumen, dentro del ambiente de trabajo del equipo, el clima estimula continuamente la franqueza, se distribuyen las responsabilidades, los equipos comparten el poder, es una continua visión para todos, dando así la oportunidad de permitirle a desarrollar, destrezas Organizacionales y de Liderazgos. (GUERRERO, Peter, 2009, p3)

La Creatividad constituye específicamente una ayuda para la solución de problemas dentro de una hacienda bananera el equipo de trabajo es muy indispensable. También aporta nuevas formas para analizar la naturaleza de un problema y para generar una amplia variedad de opciones para su solución.

#### ***1.4.7.5. Ventas:***

En el campo de las ventas muy rara vez, remarcando el término, he podido encontrar un vendedor, no importando su rango que sepa una definición de ventas. En ocasiones tratan de deducir, pero estos convierten en un asunto que llama la atención. (DE LA PARRA, Eric, MADER, María del Carmen, 2010, p43)

Se practica en su forma más agresiva en el caso de bienes no buscados (como seguros de vida y fosas en los cementerios). En el área de organizaciones sin fines de lucro, también practican el concepto de venta los recaudadores de fondos, las oficinas de inscripción de universidades y los partidos políticos.

La venta radica en el hecho de que los prospectos son literalmente "bombardeados" con mensajes de venta. El resultado es que este público termina identificando éstas acciones como una publicidad insistente o marketing basado en las ventas bajo presión; lo cual, genera el riesgo de crear una resistencia natural hacia las empresas u organizaciones que la practican. (THOMPSON, Iván, 2009, p47)

La venta es una de las actividades más pretendidas por empresas, organizaciones o personas que ofrecen algo productos, servicios u otros en su mercado meta, debido a que su éxito depende directamente de la cantidad de veces que realicen ésta actividad, de lo bien que lo hagan y de cuán rentable les resulte hacerlo.



## **CAPITULO II**

### **2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **2.1 Breve caracterización del diagnóstico de la producción, comercialización y rentabilidad del banano (musa paradisiaca-Cavendish)**

##### **2.1.1. Identificación**

La Maná era un recinto que perteneció a la parroquia El Tingo del cantón Pujilí por varios años pero debido a su crecimiento y desarrollo sus habitantes organizaron un comité pro-parroquialización buscando un mejor porvenir para su pueblo hasta que, finalmente lograron la cantonización de La Maná, gracias a la tenaz gestión de hombres patriotas y decididos.

Esta joven ciudad alberga a grupos humanos de diversa procedencia, tanto serranos como costeños conviven en La Maná formando un solo pueblo donde las manifestaciones culturales de todos ellos se han fusionado, dando lugar a una población inmensamente rica en tradiciones folclóricas.

Los habitantes del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi, en su mayoría se dedican al comercio y a la agricultura; tales como, banano, yuca, cacao, café, naranja etc. mientras, otro grupo muy importante obtiene sus principales ingresos económicos a partir del turismo. En cuanto a Estero Hondo, la población se dedica al turismo, ya que este lugar reúne características muy particulares debido a su ubicación geográfica, sin embargo, si bien la afluencia de turistas ayuda a la generación de riqueza; también causa impactos sobre los recursos naturales: suelo,

agua, flora y fauna. Otra característica en Estero Hondo se halla la Planta Envasadora Splend'OR., que está afectando la calidad de aire debido a la utilización de diesel para la producción de energía; así como también, la contaminación en los influentes originando problemas a nivel biofísico, social y ambiental. A estos factores se suman las actividades agrícolas y pecuarias existentes en la zona.

### **2.1.2 Localización**

El Cantón La Maná está localizado en la región natural occidental de las estribaciones externas de la cordillera de Los Andes, en la Provincia de Cotopaxi. Se ubica en la zona templada subtropical entre los 200 y 1150 msnm. Está situada a unos 150 Km de Latacunga, capital de la provincia, siendo una zona importantísima del país en producción agrícola, ganadera, turística y cultural.

La vegetación está comprendida mayoritariamente por la tropical y la subtropical hacia los pisos más altos formando un tipo mixto con predominio de las formaciones vegetales típicas del bosque húmedo tropical y la subtropical con las formaciones vegetales de la región subandina.

Los cultivos son de carácter subtropical, especialmente de caña de azúcar, banano, café, cacao, yuca y cítricos.

### 2.1.3. Macro localización

Grafico N°1



#### **LIMITES.**

**Norte:** con la Parroquia Alluriquín, Cantón Santo Domingo

**Sur:** el río Calope es el accidente geográfico que la separa de la parroquia Moraspungo, Cantón Pangua

**Este:** la parroquia La Esperanza del Cantón Pujilí y Sigchos

**Oeste:** el Cantón Valencia y Quinsaloma de la Provincia de Los Ríos.

#### **PARROQUIAS URBANAS Y RURALES DE LA MANÁ**

**URBANAS:** El Carmen, El Triunfo.

**RURALES:** Guasaganda, Pucayacu.

### **2.1.3.1. Micro localización (Productor Grande)**

**Nombre del Productor:** FREIRE ZURITA CARLOS

**Nombre De La Hacienda:** SAN ENRIQUE

**Recinto:** San Antonio de Manguila

**Parroquia:** El Carmen

**Cantón:** La Maná

**Provincia:** Cotopaxi

### **2.1.3.2. Micro localización (Mediano Productor)**

**Nombre del Productor:** CHAVEZ PACHECO NESTORALEJANDRO

**Nombre De La Hacienda:** MARIA FELICIDAD

**Recinto:** San Antonio de Manguila

**Parroquia:** El Carmen

**Cantón:** La Maná

**Provincia:** Cotopaxi

### **2.1.3.3. Micro localización (Pequeño Productor)**

**Nombre del Productor:** ALTAMIRANO GERARDO EDGAR

**Nombre De La Hacienda:** ALEXANDRA

**Recinto:** La Esmeralda, Colonia Chipe Hamburgo

**Parroquia:** La Maná

**Cantón:** La Maná

**Provincia:** Cotopaxi

## 2.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

### 2.2.1. Diseño Metodológico

#### 2.2.1.1. *Tipos de Investigación*

Para la elaboración del proyecto de tesis se utilizó la investigación exploratoria por cuanto permita conocer y familiarizar con la problemática a resolver, mediante la búsqueda de suficientes información para la elaboración del diagnóstico de la producción, comercialización y rentabilidad del banano (**MUSA PARADISIACA-CAVENDISH**) mediante la búsqueda de antecedentes estadísticos o referenciales útiles para el adelanto de la tesis.

De la misma manera, se utilizó la investigación descriptiva la cual permitió conocer las características de las bananeras del cantón La Maná, para analizar y evaluar los beneficios del proceso técnico de las distintas variables tales como la producción comercialización y rentabilidad así poder identificar en forma más detallada la resolución del problema.

Adicionalmente, en el trabajo investigativo se utilizo estudios correlacionales, por cuanto se ha establecido varias relaciones de variables de manera simple, tales como:

- La producción, comercialización, rentabilidad y la economía.
- La cadena productiva, canales de distribución y ventas.

Por últimos en esta investigación se llevó a cabo los estudios explicativos para estudiar y determinar las causas y efectos de la problemática a resolverse.

## 2.2.1.2. Matriz de Operacionalización de las variables

### Cuadro 2

VARIABLE	DIMENCION	SUB-DIMENCION	INDICADORES	INSTRUMENTOS
G E S T I O N  E M P R E S A R I A L	PRODUCCION	Producción bananera	Precio histórico	ENCUESTA
			Producción	
			Suelo	
		Trabajo	Eficacia	
			eficiencia	
			Motivación	
			Recurso humano	
	COMERCIALIZACION	Oferta	Trabajo en equipo	ENCUESTA
			Mercador financieros	
		Demanda	Valoración económica	
	RENTABILIDAD	Capital	Rendimiento	ENCUESTA
			Finanzas a largo plazo	
		Marketing	Finanzas	
			Marketing mix	
	E C O N O M I A	AGENTES ECONOMICOS	Mercados	Finanzas a largo plazo
Finanzas				
Bananeras			Marketing mix	ENCUESTA
		Calidad		
IMPORTACION		Precios	Promoción	ENCUESTA
			Precio techo	
		Globalización	Inserción	
Ingreso per cápita				
EXPORTACION		Ventas	El PIB	ENCUESTA
			Distribución	
	Rendimiento	Producto	ENCUESTA	
		Interés		
COSTOS	Índices de rentabilidad	El margen bruto	ENCUESTA	
		Margen operacional		
	Directos	Mano de obra directa	ENCUESTA	
		Materia prima		
Indirectos	Mano de obra indirecta	ENCUESTA		

### **2.2.1.3. Metodología**

La propuesta de investigación se basa en el diseño no experimental orientada al mejoramiento de la producción mediante el lineamiento y levantamiento de datos.

Además, la metodología utilizada en la investigación se basa en aspectos técnicos orientados a procedimientos y métodos relacionados con: Planificación preliminar, planificación específica, planificación estratégica, ejecución, informe final.

### **2.2.1.4. Unidad de Estudio.**

La población de la investigación realizada está formada por 80 productores de banano los mismos que están ubicados en el Cantón La Maná, por lo tanto para la obtención de datos se utilizó el método del Censo. Fuente: Investigación Personal

#### **2.2.1.4.1. Población universo**

La población universo inmersa en la investigación, está compuesta por 80 productores, que son del Cantón de La Maná, Provincia de Cotopaxi.

### **POBLACIÓN GLOBAL**

**CUADRO 3**

<b>CANTON</b>	<b>CANTIDAD DE PRODUCTORES</b>
LA MANA	80
PANGUA	63
PUJILI	29
<b>TOTAL</b>	<b>172</b>

**Fuente:** MAGAP Sede La Maná e INEC proyección de población, año 2011

**Elaborado por:** OlveraResabala Evelin Lisseth

La población global de la producción bananera es de 172 productores lo cual está dividido en tres Cantones La Mana 80 productores, Pangua 63 productores, Pujili 29 productores.

## POBLACIÓN POR ESTRATO

**CUADRO 4**

<b>Estatus</b>	<b>Población</b>
<b>Productores</b>	80
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>

**Fuente:** MAGAP Sede La Maná e INEC proyección de población, año 2011

**Elaborado por:** OlveraResabala Evelin Lisseth

### ***2.2.1.5. Métodos y Técnicas a ser Empleadas.***

El presente estudio del banano (*Musa Paradisiaca-Cavendish*), se lo aplico mediante la investigación de inducción por cuanto, los resultados de la encuesta, fueron generalizados por toda la población del Cantón La Maná.

Se utilizo deducción en base a los siguientes razonamientos:

- Los proyectos de inversión necesitan canales de distribución, promoción y publicidad para impulsar las ventas; por tanto los productores de banano (*Musa Paradisiaca-Cavendish*) requiere de tales herramientas para vender su producto.

Es importante señalar que el diagnóstico se lo realizó con el método de análisis, para identificar los elementos y las relaciones existentes entre ellos.

- Para generalizarlo todo es la gestión empresarial de banano (*Musa Paradisiaca-Cavendish*), de esta manera el estudio tuvo los siguientes elementos como: Estudio de Producción, Estudio de Comercialización y Estudio de Rentabilidad de la fruta ya mencionada, siendo una relación



relevante de dichos elementos, la generación de estadísticas del banano (Musa Paradisiaca-Cavendish) en el Cantón La Maná.

Se utilizó síntesis, se estudió los elementos establecidos en el diagnóstico, con el fin de verificar que cada uno de ellos, con la recopilación suficiente de datos que se obtuvo se dará un estudio final para llegar a cumplir con los objetivos que se han establecido anteriormente.

#### ***2.2.1.6. Posibles alternativas de interpretación de los resultados***

Para la redacción de datos del anteproyecto y tesis se lo realizó en el programa Microsoft Word, así como los cálculos de tabulación de datos y gráficos se realizó con en el programa Microsoft Excel y para la realización de diapositivas para exponer se lo realizó con el programa de Microsoft PowerPoint.

El estudio realizado permitió conocer cómo se encuentra la situación actual de la producción, comercialización y rentabilidad del banano (Musa Paradisiaca-Cavendish) en el Cantón La Maná y de esta manera sugerir posibles alternativas para dar solución a las causas que generan este problema.

*2.2.2. Análisis e interpretación de datos obtenidos de la encuesta realizada a los señores productores de banano del Cantón La Maná.*

1. **¿Realiza Ud. contratos de ventas de banano con algún intermediario para su entrega segura semanal?**

**CONTRATOS DE BANANO CON INTERMEDIARIOS**

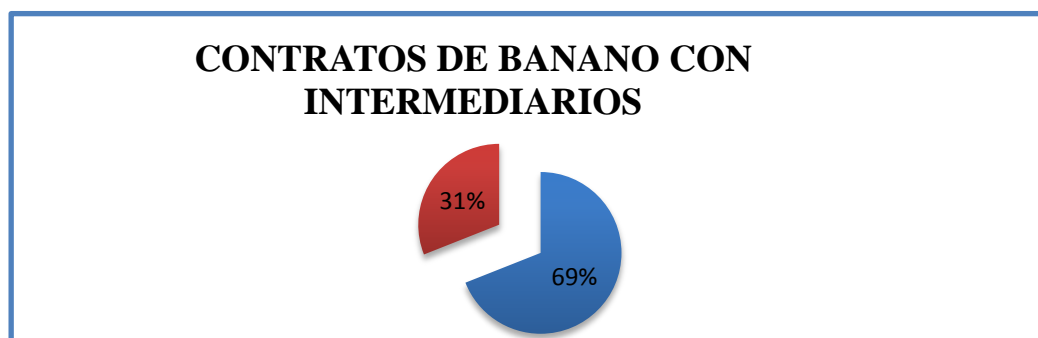
**Cuadro 5**

Opciones	Frecuencia	%
Si	55	69
No	30	31
TOTAL	80	100%

**Fuente:** Encuestas a bananeros

**Elaborado por:** Olvera Resabala Evelin Lisseth

**Grafico 2**



**Fuente:** Encuestas a bananeros

**Elaborado por:** Olvera Resabala Evelin Lisseth

### **Análisis e Interpretación**

El 69% de los productores de banano realiza contratos con intermediarios para la venta de su fruta y el otro 31% no hace los contratos lo que nos lleva a los resultados de que la mayoría de productores de banano se aseguran con la venta de su fruta por medio del contrato con intermediarios.

2. ¿Porque cantidad es realizado el contrato de venta del banano con la empresa intermediaria? (realizada a los 55 productores de contrato)

CANTIDAD EN VENTA DE BANANO CON LA EMPRESA CONTRATADA

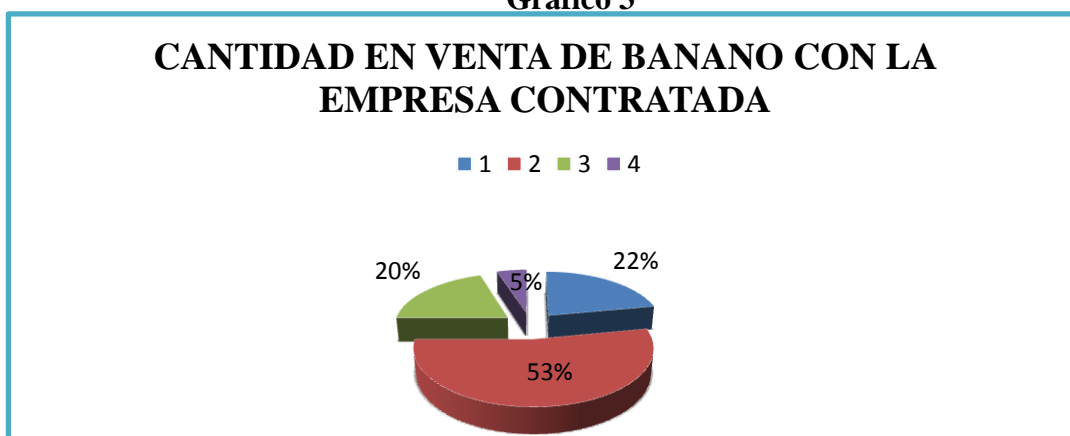
Cuadro 6

Opciones	Frecuencia	%
500	12	22%
2000	29	53%
3000	11	20%
Mas	3	5%
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a bananeros

Elaborado por:Olvera Resabala Evelin Lisseth

Grafico 3



Fuente: Encuestas a bananeros

Elaborado por:Olvera Resabala Evelin Lisseth

### Análisis e Interpretación

El 53% de los productores realizan un contrato de venta de 2000 cajas de banano, el 22% de los productores realizan un contrato de 500 cajas de banano, el 20% es un contrato de 3000 cajas de banano y un 5% de productores realizan más caja de banano por lo que se llega a la conclusión de que la mayoría de los productores solo realizan contrato por 2000 cajas que es la producción en casi la mayoría de la haciendas.

### 3. ¿Esta Ud. De acuerdo con el precio actual de la caja de banano?

#### PRECIO DEL BANANO

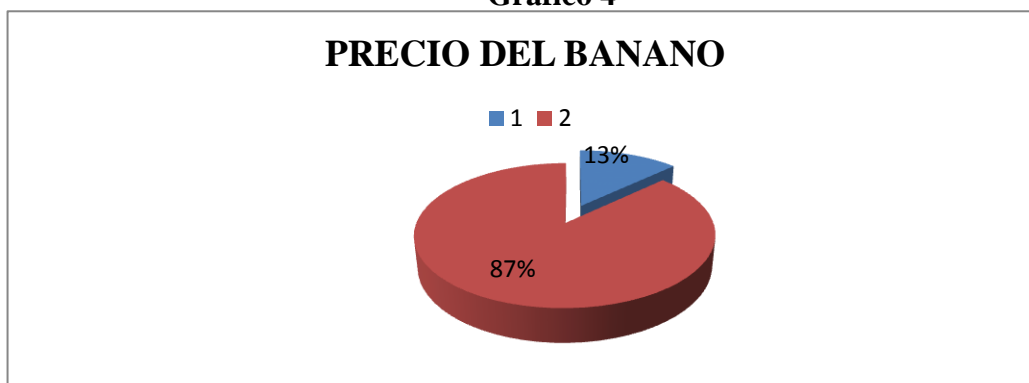
Cuadro 7

Opciones	Frecuencia	%
Si	70	73%
No	10	27%
Total	<b>80</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a bananeros

Elaborado por: Olvera Resabala Evelin Lisseth

Grafico 4



Fuente: Encuestas a bananeros

Elaborado por: Olvera Resabala Evelin Lisseth

### Análisis e Interpretación

El 73% de los productores están de acuerdo con el precio actual del banano y mientras el 27% está en total desacuerdo del precio del banano

#### 4. Realiza créditos para la inversión en su hacienda?

##### CREDITOS PARA LA INVERSIÓN DEL BANANO

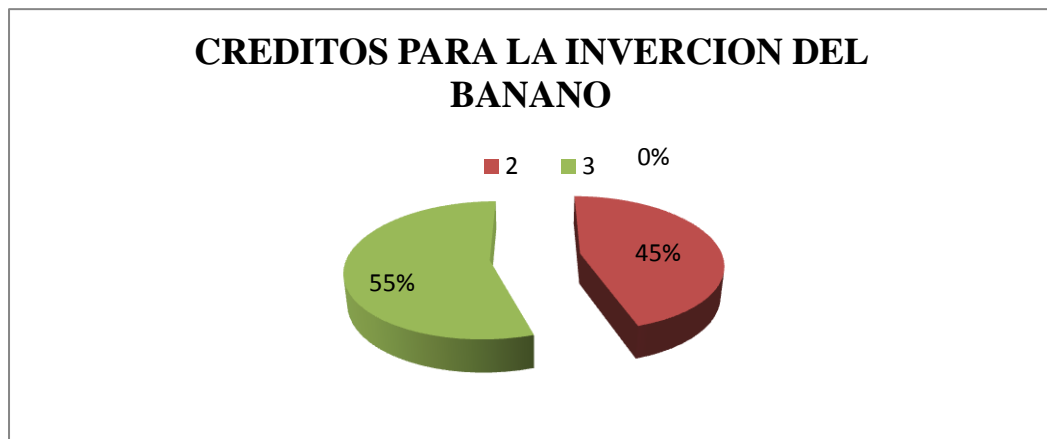
**Cuadro 8**

Opciones	Frecuencia	%
Si	36	45%
No	44	55%
	<b>80</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a bananeros

Elaborado por:Olvera Resabala Evelin Lisseth

**Grafico 5**



Fuente: Encuestas a bananeros

Elaborado por: Olvera Resabala Evelin Lisseth

#### **Análisis e Interpretación**

EL 55% de los productores no realizan créditos para la producción de banano, pero el 45% de los productores si realizan los créditos, esto nos indica que la mayoría de los productores realizan el cultivo con dinero propio

5. ¿Sus ganancias mensuales en qué rango de porcentaje se encuentran?

GANANCIAS MENSUALES DE LA PRODUCCIÓN

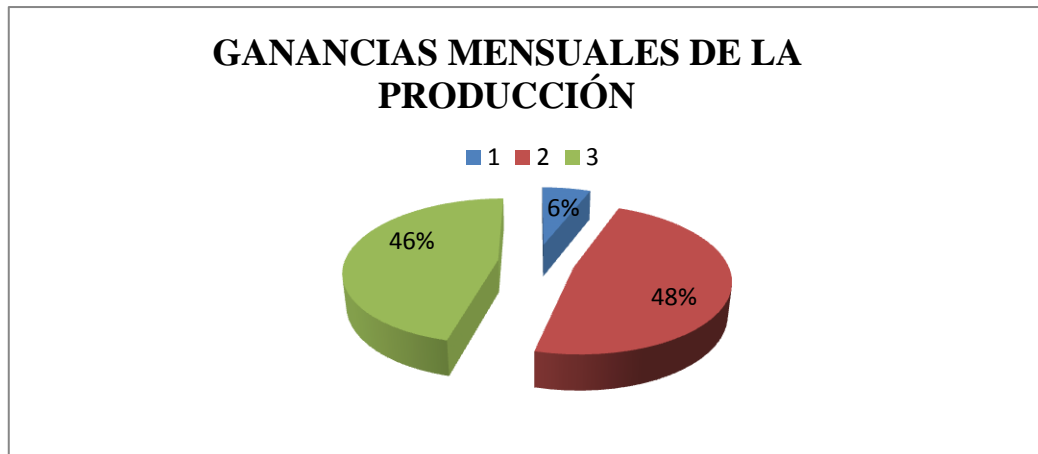
Cuadro 9

Opciones	Frecuencia	%
10% - 30%	5	6%
30% - 50%	38	48%
50% - 70%	37	46%
Total	80	100%

Fuente: Encuestas a bananeros

Elaborado por: Olvera Resabala Evelin Lisseth

Grafico 6



Fuente: Encuestas a bananeros

Elaborado por: Olvera Resabala Evelin Lisseth

### Análisis e Interpretación

El 48% de los productores tienen una ganancia de entre el 30% - 50% mensuales de su producción, el 46% de los productores tienen de entre el 50% - 70% total de ganancias mensuales y 6% de los productores tienen una ganancia del 10% - 30%, estos datos nos indican que la mayor parte de los productores tienen una ganancia mayor al 50%, lo que da como resultado que la producción de banano es totalmente rentable en el cantón la Maná

## 6. ¿Qué tipo de abono utiliza Ud. para el cuidado de la tierra?

### ABONO UTILIZADO PARA LA PRODUCCIÓN

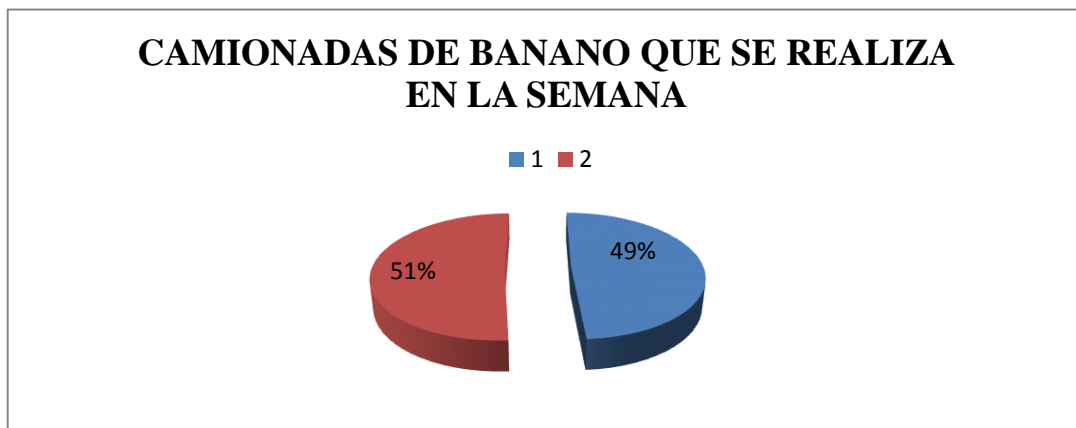
**Cuadro 10**

Opciones	Frecuencia	%
Orgánico	0	0%
Químico	41	51%
Ambas	39	49%
Total	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a bananeros

**Elaborado por:** Olvera Resabala Evelin Lisseth

**Grafico 7**



**Fuente:** Encuestas a bananeros

**Elaborado por:** Olvera Resabala Evelin Lisseth

### **Análisis e Interpretación**

El 51% de los productores utilizan solo abono químico y el 49% de los productores utilizan ambos abonos el químico y el orgánico, por lo tanto en el cantón la Maná hay un mayor consumo de productos químicos

## 7. ¿Cuántas camionadas de banano realiza Ud. En la semana?

### CAMIONADAS DE BANANO QUE SE REALIZA EN LA SEMANA

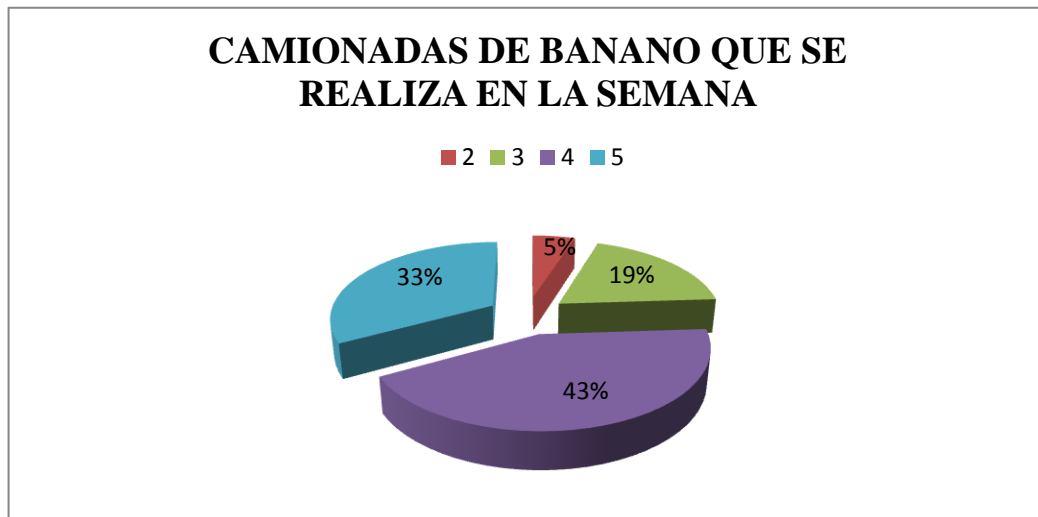
**Cuadro 11**

Opciones	Frecuencia	%
2	0	0%
3	4	5%
4	15	19%
5	35	43%
Más de 5	26	33%
Total	80	100%

**Fuente:** Encuestas a bananeros

**Elaborado por:** Olvera Resabala Evelin Lisseth

**Grafico 8**



**Fuente:** Encuestas a bananeros

**Elaborado por:** Olvera Resabala Evelin Lisseth

### **Análisis e Interpretación**

El 43% de los productores realizan 5 camionadas de banano cada semana, el 33% realiza más de 5 camionadas, el 19% realiza 4 camionadas y el 5% realizan 3 camionadas.



## 8. ¿Cuántas Hectáreas de cultivo de banano tiene Ud. En la actualidad?

### HECTÁREAS DE BANANO QUE TIENE

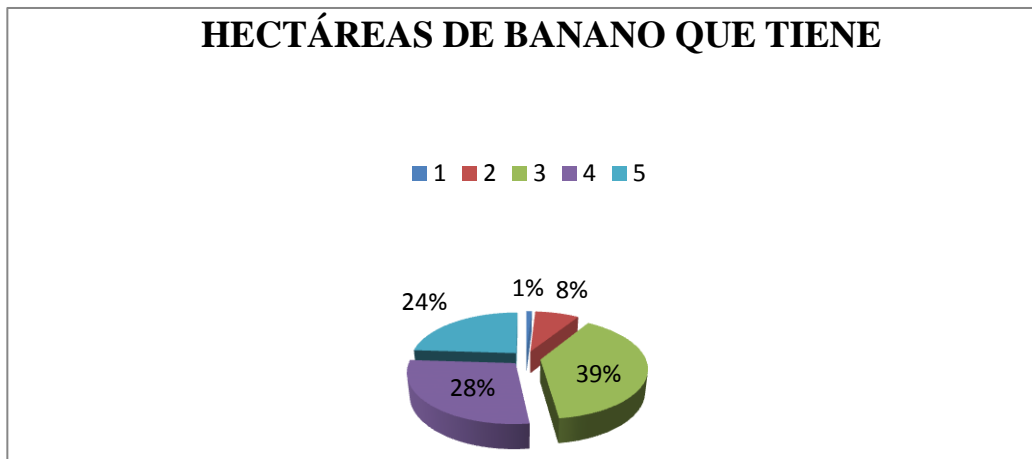
**Cuadro 12**

Opciones	Frecuencia	%
10 Has.	1	1%
20 Has.	6	8%
30 Has.	31	39%
50 Has.	23	28%
Más de 50 Has	19	24%
Total	80	100%

**Fuente:** Encuestas a bananeros

**Elaborado por:** Olvera Resabala Evelin Lisseth

**Grafico 9**



**Fuente:** Encuestas a bananeros

**Elaborado por:** Olvera Resabala Evelin Lisseth

### Análisis e Interpretación

El 39% de los productores tienen 30 hectáreas de banano, el 28% de los productores tienen 50 hectáreas, el 24% de los productores tienen más de 50 hectáreas, el 8% tienen 20 hectáreas y el 1% tiene 10 hectáreas. Estos indican que la mayor parte del cultivo en el cantón la Maná es el banano.

9. ¿Con que regularidad Ud. Contrata un Inspector de calidad para la evolución de la fruta?

INSPECTOR DE CALIDAD PARA LA EVALUACIÓN DEL BANANO

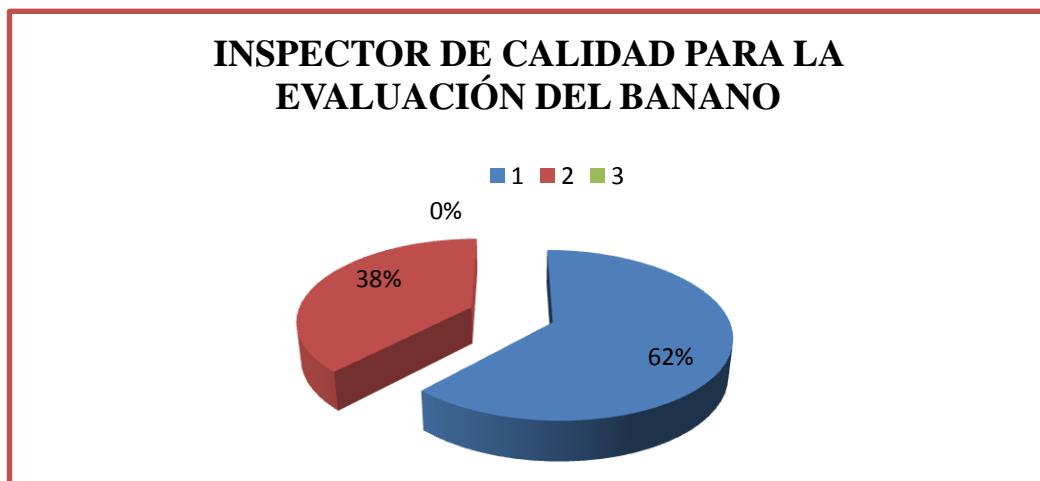
Cuadro 13

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	50	62%
Casi siempre	30	38%
Nunca	0	
	80	100%

Fuente: Encuestas a bananeros

Elaborado por: Olvera Resabala Evelin Lisseth

Gráfico 10



Fuente: Encuestas a bananeros

Elaborado por: Olvera Resabala Evelin Lisseth

### Análisis e Interpretación

El 62% contratan un inspector de calidad siempre, ya sea este que la fruta lo necesita o tan solo por prevenir enfermedades, per el 38% de los productores lo hacen solo cuando la fruta lo necesita.

## 10. ¿Qué marcas de etiqueta utiliza Ud. Para el empaque del banano?

### MARCAS DE ETIQUETAS PARA EL EMPAQUE DEL BANANO

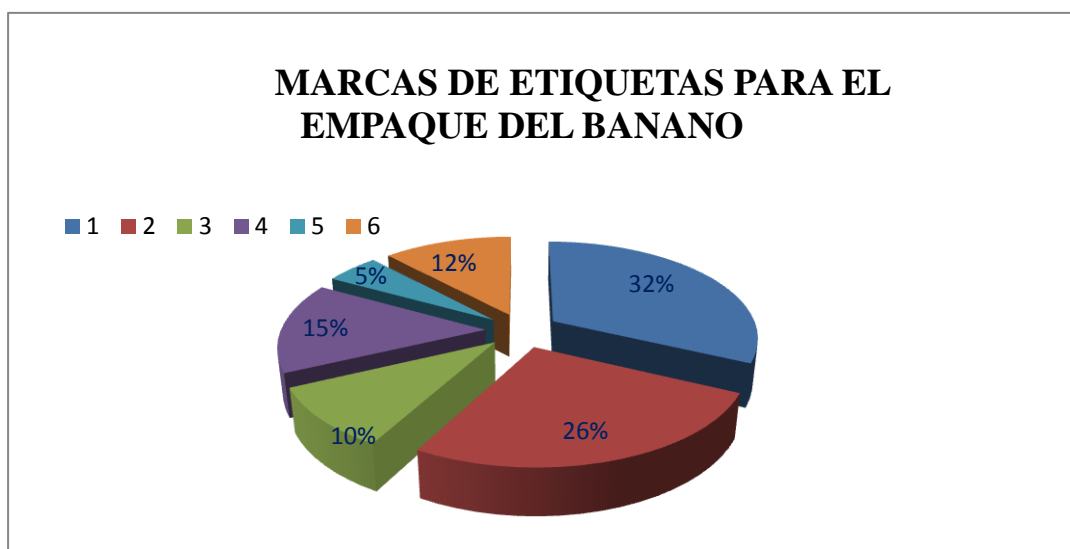
Cuadro 14

Opciones	Frecuencia	%
<b>Chiquita</b>	69	32%
<b>Bonita</b>	56	26%
<b>Nelfrance</b>	22	10%
<b>Ok</b>	31	15%
<b>Sabrostar</b>	10	5%
<b>Otras</b>	30	12%

Fuente: Encuestas a bananeros

Elaborado por: Olvera Resabala Evelin Lisseth

Grafico 11



Fuente: Encuestas a bananeros

Elaborado por: Olvera Resabala Evelin Lisseth

### Análisis e Interpretación

El 32% de los productores prefieren utilizar la marca chiquita por su alta calidad de frutas, el 26% de los productores prefieren bonita, el 15% utiliza la etiqueta Ok, 10% le entregan Nelfrance, el 5% Sabrostar y por último el 12% de los productores prefieren a entregar a otras marcas que no son tan reconocidas en el mercado.

11. ¿El personal fijo que está trabajando en su hacienda se encuentra afiliado o asegurado al IESS?

EL PERSONAL ASEGURADO DE LA HACIENDA

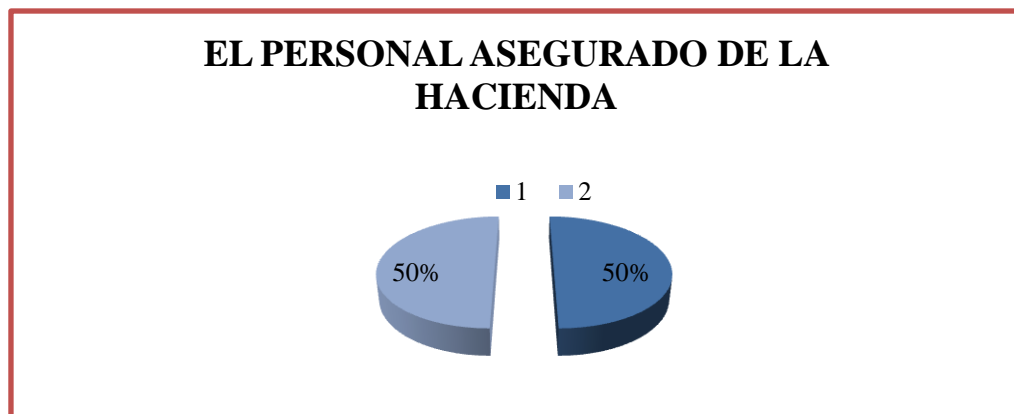
Cuadro 15

Opciones	Frecuencia	%
Si	40	50%
No	40	50%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a bananeros

Elaborado por:Olvera Resabala Evelin Lisseth

GRAFICO 12



Fuente: Encuestas a bananeros

Elaborado por:OlveraResabala Evelin Lisseth

### Análisis e Interpretación

El 50% de los trabajadores que laboran en la haciendas bananeras no se encuentran afiliados al seguro como la ley lo determina, mientras que el otro 50% si está afiliado.

**12. Esta Ud. Está de acuerdo que se realice un estudio de la producción, comercialización y rentabilidad del banano en el cantón la maná**

**ESTUDIO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DEL BANANO**

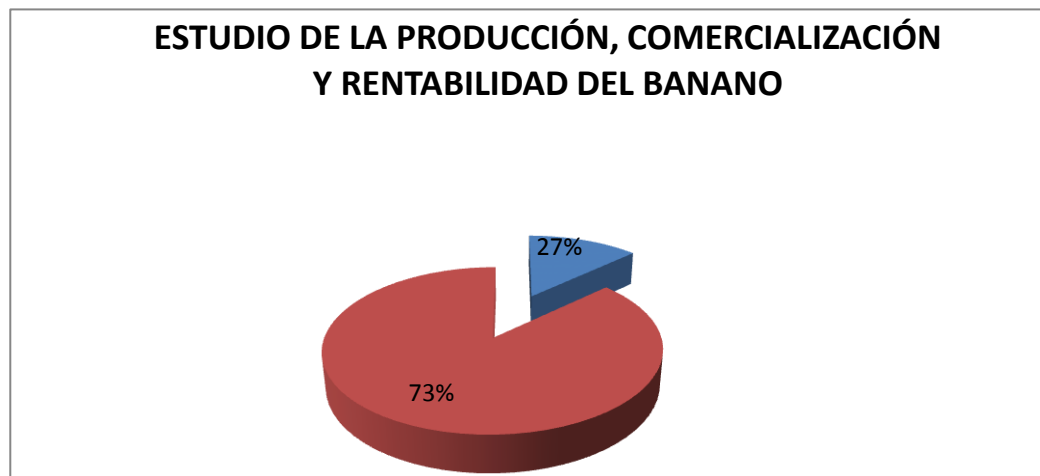
**Cuadro 16**

Opciones	Frecuencia	%
Si	70	73%
No	10	27%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a bananeros

**Elaborado por:** Olvera Resabala Evelin Lisseth

**GRAFICO 13**



**Fuente:** Encuestas a bananeros

**Elaborado por:**OlveraResabala Evelin Lisseth

**Análisis e interpretación de datos.**

El 73% de los productores están de acuerdo a que se realice el trabajo de investigación mientras que el 27 % no esta de acuerdo.

*2.2.2.1. Análisis e interpretación de datos obtenidos de la encuesta realizada a los señores compradores de banano del cantón La Mana.*

**1. Me permite Ud. realizar unas preguntas las cuales serán de mucha utilidad para la realización de tema de tesis?**

**PERMISO DE REALIZAR PREGUNTAS**

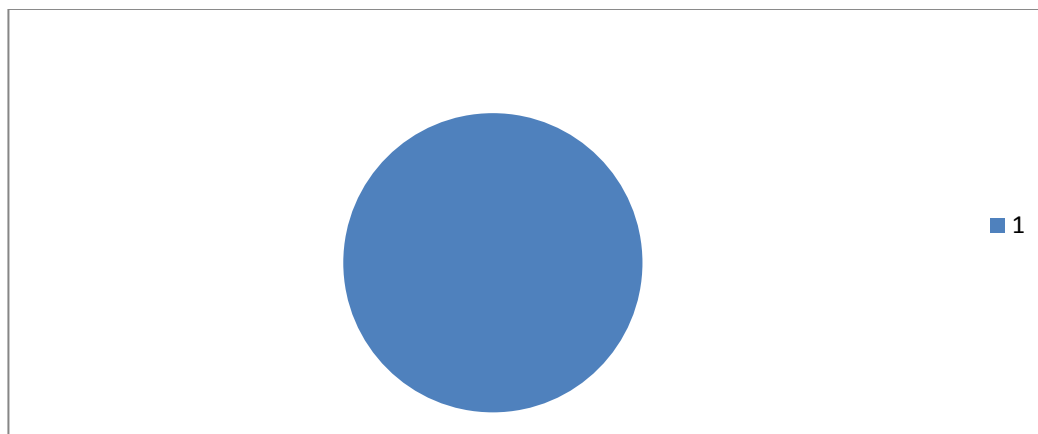
**CUADRO 17**

Opciones	Frecuencia	%
Si	5	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a bananeros

**Elaborado por:** Olvera Resabala Evelin Lisseth

**GRAFICO 14**



**Fuente:** Encuestas a bananeros

**Elaborado por:** Olvera Resabala Evelin Lisseth

**Análisis e interpretación de datos.**

El 100% de los compradores de banano están en total de acuerdo en contestar las preguntas que se les va a realizar.

2. Cuantas cajas de banano recibe Ud. a la semana solo del Cantón la Maná?

**CANTIDAD DE BANANO RECIBIDO**

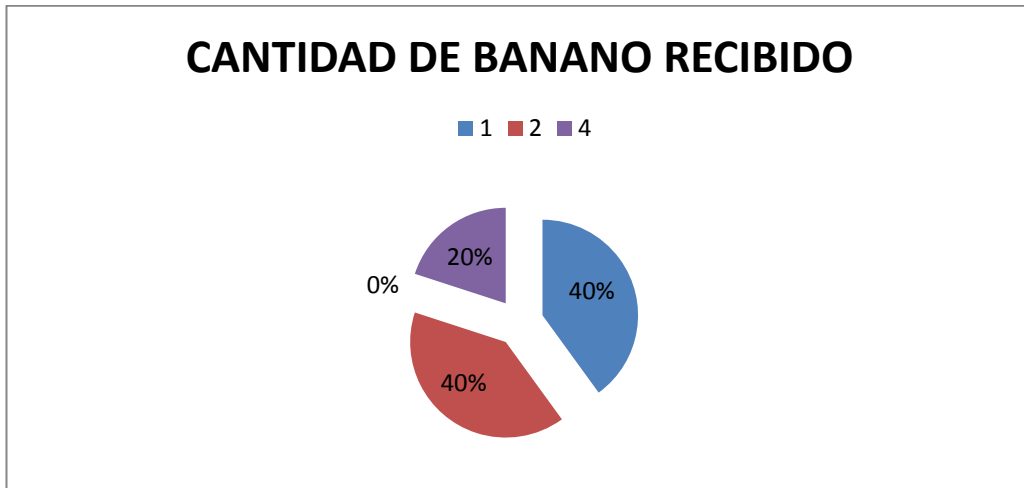
**CUADRO 18**

Opciones	Frecuencia	%
10.000 – 15 0000	2	40%
15000 – 25000	2	40%
Mas	1	20%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a bananeros

Elaborado por: Olvera Resabala Evelin Lisseth

**GRAFICO 15**



Fuente: Encuestas a bananeros

Elaborado por: Olvera Resabala Evelin Lisseth

**Análisis e interpretación de datos.**

El 20 de los compradores de banano reciben entre 10.000 – 15 0000 cajas de banano a la semana el 40% 15000 – 25000 y el otro 40% recibe más

3. Envían inspectores de calidad para cada proceso de cosecha que realizan en las haciendas bananera?

### CALIDAD DE PROCESO

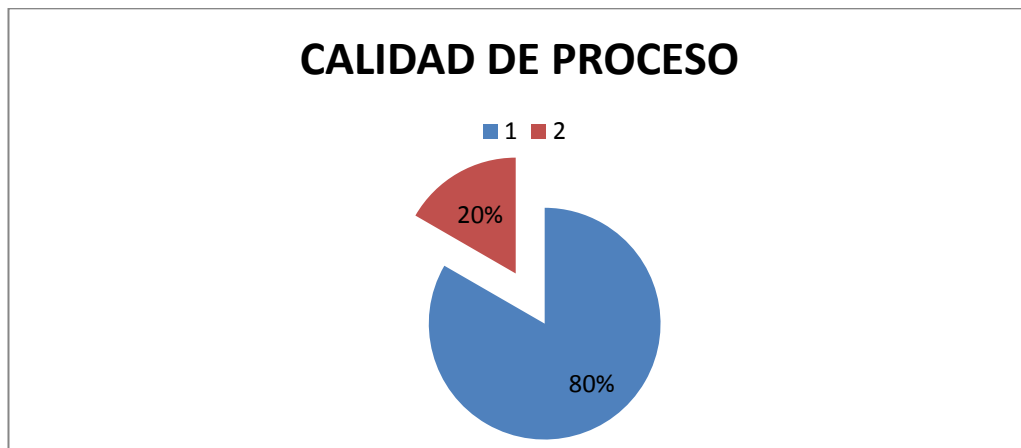
CUADRO 19

Opciones	Frecuencia	%
SIEMPRE	4	80%
CASI SIEMPRE	1	20%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a bananeros

Elaborado por: Olvera Resabala Evelin Lisseth

GRAFICO 16



Fuente: Encuestas a bananeros

Elaborado por: Olvera Resabala Evelin Lisseth

### Análisis e interpretación de datos.

El 80% de los productores de banano siempre mandan a los inspectores de calidad para cada proceso de producción y el otro 20 casi siempre



4. Los pagos a los productores por la entrega del banano cada que tiempo se los realiza?

### PAGO A LOS PRODUCTORES

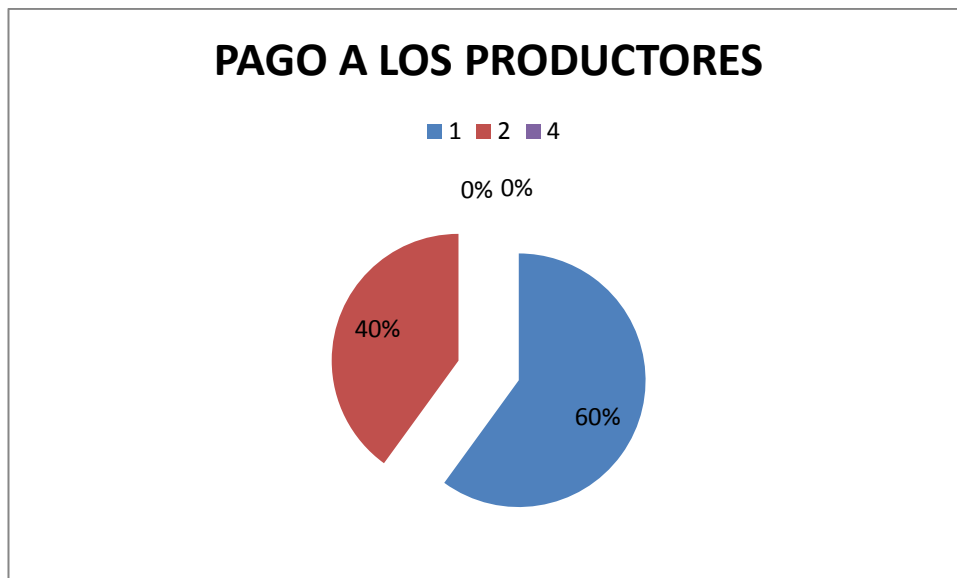
CUADRO 20

Opciones	Frecuencia	%
Inmediato	3	60%
A los 8 días	2	40%
Al mes	0	
<b>Total</b>		<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a bananeros

Elaborado por: Olvera Resabala Evelin Lisseth

GRAFICO 17



Fuente: Encuestas a bananeros

Elaborado por: Olvera Resabala Evelin Lisseth

### Análisis e interpretación de datos.

El 60% de los compradores realizan pagos inmediatos al momento de la entrega del banano y el 40% lo hacen 8 días después de la entrega.

## **2.3. Verificación de las Preguntas Científicas**

### **5. Cuales son los fundamentos teóricos y accesorios para la realización de un diagnóstico de comercio producción y rentabilidad?**

Para la realización de la investigación, se cumplieron diferentes instrumentos para la realización de la misma como son: libros, tesis de grados, paginas Web la misma que sirvieron como fundamentos para el desarrollo del primer capítulo.

#### **Aceptación.**

La fundamentación teórica y accesorios para la realización de este diagnóstico se ha cumplido en su totalidad, gracias al aporte teórico e investigativo de muchas fuentes importantes

### **2. ¿Qué aspectos generan las causas de la ausencia de un diagnóstico de producción comercialización y rentabilidad del banano (musa paradisiaca-Cavendish) para recomendar sugerencias de mejoramiento de economía del Cantón La Maná?**

Una vez terminada con las respectivas investigaciones de encuestas con cada uno de los productores y compradores de banano , dio como resultado que la producción de banano es la mayor fuente de trabajo que existe en el cantón la Maná pero su principal problema que genera es la no existencia de una planificación en producción bananera y por ende una mala calidad del producto que va acorde con el mal estado de la mayoría de las empacadoras que no permiten sacar al mercado un banano con los altos estándares de calidad y siguiendo con el sueldo muy bajo que perciben los obreros, los mismo que no son incentivos para su desempeño en un 100%.

### **Aceptación.**

Las principales causas de la situación del entorno que se genera es la falta de un diagnóstico de la producción y comercialización que permitirá acercarse al problema que se engloba y así permitir la búsqueda de información para su posible solución.

3. **¿Cuáles son las características que debe tener el diagnóstico de la producción, comercialización, rentabilidad en base a la investigación realizada?**

Para la comercialización producción y rentabilidad del banano (musa-paradisiaca Cavendish) se utilizan los mejores insumos que existen en el mercado, su buen sabor y vitaminas que poseen esta fruta permite que sea la más consumida del mundo,

### **Aceptación**

Con las características de la fruta de sus vitaminas y su buen sabor da la pauta que es un negocio rentable con un amplio mercado para promocionarla y venderla aplicando el marketing mix permitiría que la comercialización se mantenga en altos estándares económicos.

## **2.4. Diseño de la Propuesta.**

### 3.1. Aplicación De La Propuesta

#### **3.1.1. Grandes Productores del Banano**

##### 3.1.1.1. Antecedentes

##### 3.1.1.2. Análisis FODA

#### 3.1.2. Estados Financieros

Estado de situación inicial

Balance general

Estado de resultados

Estado de costo de producción

Estado de flujo de caja

Estado de situación inicial

#### 3.1.3. Cálculo y Análisis de los Ratios Financieros

##### 3.1.3.1. Índices de Liquidez

##### 3.1.3.2. Índices de Productividad

##### 3.1.3.3. Índices de Rentabilidad

##### 3.1.3.4. Índices de Endeudamiento

#### 3.1.4. Cálculo y Análisis de la TIR y el VAN

##### 3.1.4.1 Valor Actual Neto

##### 3.1.4.2. Tasa interna de retorno

#### 3.1.5. Distribución en planta

#### 3.1.6. Flujograma de producción

#### 3.1.7 Flujograma de comercialización productor grande

#### 3.1.8 Caracterización de la comercialización productor grande

#### 3.1.9. Conclusiones específicas

##### 3.1.9.1. Producción

##### 3.1.9.2. Rentabilidad

#### **3.2 Medianos Productores del banano**

##### 3.2.1. Antecedentes

##### 3.2.1.1 Análisis FODA

### 3.1.2. Estados Financieros

Estado de situación inicial

Balance general

Estado de resultados

Estado de costo de producción

Estado de flujo de caja

Estado de situación inicial

### 3.2.3. Cálculo y Análisis de los Ratios Financieros

3.2.3.1. Índices de liquidez

3.2.3.2. Índices de productividad

3.2.3.3. Índices de rentabilidad

3.2.3.4. Índices de endeudamiento

### 3.2.4. Cálculo y análisis de la TIR y el VAN

3.2.4.1 Valor actual neto

3.2.4.2. Tasa Interna de retorno

3.2.5. Distribución en planta

3.2.6. Flujograma de producción

3.2.7 Flujograma de comercialización productor mediano

3.2.8 Caracterización de la comercialización mediano productor

3.2.9. Conclusiones específicas

3.2.9.1. Producción

3.2.9.2. Rentabilidad

## **3.3 Pequeños Productores del Banano**

3.3.1. Antecedentes

3.3.1.1 Análisis FODA

3.3.2. Estados Financieros

Estado de situación inicial pequeño productor

Balance general pequeño productor

Estado de resultados pequeño productor

Estado de costo de producción del pequeño productor

Estado de flujo de caja pequeño productor

Estado de situación inicial pequeño productor

- 3.3.3. Cálculo y Análisis de los Ratios Financieros
  - 3.3.3.1. Índices de liquidez
  - 3.3.3.2. Índices de productividad
  - 3.3.3.3. Índices de rentabilidad
  - 3.3.3.4. Índices de endeudamiento
- 3.3.4. Cálculo y análisis de la TIR y el VAN
  - 3.3.4.1. Valor actual neto
  - 3.3.4.2. Tasa interna de retorno
- 3.3.5. Distribución en planta
- 3.3.6. Flujograma de producción
- 3.3.7. Flujograma de comercialización productor pequeño
- 3.3.8. Caracterización de la comercialización pequeño productor
- 3.3.9. Conclusiones específicas
  - 3.3.9.1. Producción
  - 3.3.9.2. Rentabilidad
- 3.4. El Proceso de producción de banano de los tres productores de banano se detalla de la siguiente forma
  - 3.4.3. Siembra
  - 3.4.4. Manejo
  - 3.4.5. Procesamiento
  - 3.4.6. Limpieza y clasificación
  - 3.4.7. Empacado
  - 3.4.8. Transporte
  - 3.4.9. Canales de Distribución

#### ***2.4.1. Datos Informativos***

**Nombre de la fruta:** Banano (Musa Paradisiaca - Cavendish)

**Ubicación:** Provincia de Cotopaxi, Cantón La Maná, Parroquia La Maná

**Extensión total de la producción:** su extensión es de 4696 hectáreas

**Marcas utilizadas:** chiquita, nelfrance, bonita, favorita, okey,

**Peso promedio cajas:** 4.5 libras

**Forma de presentación:** banano en caja

### ***2.4.2. Justificación***

El cultivo de banano en el cantón La Maná tiene una gran importancia social y económica, por ser uno de los productos fundamentales del comercio y sobre todo un suplemento alimenticio para la humanidad.

Un 20% de las áreas de cultivo se centran en la región sierra en la cual en la zona del Cantón La Mana hay 10%, donde se constituye en una fuente alimenticia importante dentro del consumo familiar y al mismo tiempo le permite la generación de ingresos económicos en forma permanente, como producto de la comercialización local y regional.

El banano es una fruta que se caracteriza por ser una valiosa fuente alimenticia para el consumidor de esta fruta, se caracteriza por contener grandes cantidades de energía (90 calorías por 100g) sin colesterol, al consumir una fruta, ésta proporciona más potasio que los requerimientos diarios de un adulto (380 mg), también contienen altos niveles de fósforo y calcio. Así mismo es la mejor fuente fresca de piridoxina (vitamina B6), un nutrimento que interviene en la transformación del triptofano en serotonina (una sustancia relajante que reduce la ansiedad).

Esta investigación tiene como finalidad el diagnóstico de la producción, comercialización y rentabilidad del banano y su relación con la economía del cantón la Maná con el objetivo de llegar a determinar cuál es la demanda y comercialización dentro de la misma.

En el proceso de la investigación se aplicarán varios instrumentos para la recopilación de los datos de fuentes primaria, tales como el censo con los diferentes propietarios de las haciendas bananeras, compradores, elaborando matrices y modelos para la clasificación de la información, la que servirá como base para otras investigaciones que se desarrollen en el futuro

La realización de la investigación es factible y viable en el plano económico debido a que la persona responsable cubrirán la totalidad de los gastos que se generen en el proceso de investigación.

En lo relacionado a la obtención de la información no existirá problema alguno por lo que son datos generales y los productores del Cantón la Maná no tienen problema al proporcionar la información.

### ***2.4.3. Objetivos***

#### ***2.4.3.1. Objetivo General***

Aplicar un análisis de la producción y comercialización del banano (Musa Paradisiaca-Cavendish) para determinar su rentabilidad

#### ***2.4.3.2. Objetivos Específicos***

- Aplicar estados financieros que den resultados de la producción, comercialización y rentabilidad del banano
- Ejecutar los índices de rentabilidad así como el TIR y el VAN para obtener resultados de la rentabilidad de cada productor
- Establecer conclusiones y recomendaciones de cada uno de los productores
- Determinar el FODA, distribución en planta, y flujos gramas para cada uno de los productores



## **CAPITULO III**

### **3.1. APLICACIÓN DE LA PROPUESTA**

#### **3.1.1. Grandes Productores del Banano**

##### ***3.1.1.1. Antecedentes***

Dentro de la industria bananera se encuentra el Sr. Carlos Freire, quien inició sus actividades agrícolas desde hace 30 años, situado en el Cantón La Maná, cuenta con un espacio promedio de 150 hectáreas destinado específicamente a la siembra de banano, con una infraestructura longitudinal de 1200 m<sup>2</sup>, en la que el productor provee plazas de trabajo a más de 150 personas quienes colaboran en esta producción.

El productor ha logrado expandir la producción de banano a nivel internacional, cabe recalcar que dentro del mercado local existen otros productores potenciales quienes conforman su principal competencia, para que esta actividad del productor siga optimizando la calidad del producto, requiere contar con asistencia técnica personalizada, además es necesario ampliar la infraestructura para mayor comodidad de sus trabajadores, a la vez debe modernizar las herramientas y equipos que se emplean en la producción y así mejorar la agilidad laboral de sus colaboradores.

Actualmente el Sr. Freire se encuentra afiliado a una Asociación de Productores Bananeros, con el propósito de resguardarse sus derechos como productores y a la

vez obtener beneficios como asegurar los cupos de cajas para exportación y lograr conseguir mejores precios del mismo.

Asevera el productor de seguir en este negocio de la producción bananera, ya que es muy rentable, que abastece sus necesidades básicas y da paso a la inversión en la misma, razón por la cual no requiere de realizar créditos económicos de instituciones financieras.

### 3.1.1.2. Análisis FODA

*Cuadro N. 21*

FACTORES INTERNOS Controlables	FACTORES EXTERNOS No controlables
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Disponibilidad del terreno	Aplicar créditos con Instituciones financieras-
Permanencia en la actividad bananera	Afiliación a Asociaciones
Producción semanal	Recurso humano suficiente
Infraestructura adecuada	
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Falta de tecnología	Fuerte competencia
Requiere modernización de herramientas y equipos	Variedad de precios de la caja de banano

**Realizado por:** Olvera Resabala Evelin Lisseth

**Fuente:** Productores

**3.1.2. Estados Financieros**  
**ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL**  
**GRANDE PRODUCTOR**  
**ENERO 1 DEL 2011**  
**CUADRO 22**

<b>ACTIVO</b>					
<b>ACTIVO CORRIENTES</b>					
<b>DISPONIBLE</b>					
Caja				20.000,00	
<b>EXIGIBLE</b>					
Cuentas por Cobrar				8.000,25	
<b>REALIZABLE</b>					
<b>INVENTARIOS DE MATERIAS PRIMAS</b>					275.804,80
	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>		
<b>MATERIA PRIMA EN PRECESO</b>				81.600,00	
Semillas	4.000	0,75	3.000,00		
Banano por cosechar planta orgánica	7.000	7,00	49.000,00		
Banano por cosechar planta convencional	8.000	3,70	29.600,00		
<b>Inventario de producción en proceso</b>					
<b>I/I</b>				79.484,80	
Banano cosechado (planta orgánica)	7.452	7,00	52.164,00		
Banano cosechado (planta convencional)	7.384	3,70	27.320,80		
<b>Inventario de producción terminados</b>					
<b>I/I</b>				114.720,00	
Cajas de banano orgánico	7.680	9,00	69.120,00		
Cajas de banano convencional	8.000	5,70	45.600,00		
<b>Inventarios de Insumos</b>				16.970,00	
Herbicidas Orgánicos (galones)	120	26,00	3.120,00		
Fungicidas Orgánicos (galones)	130	20,00	2.600,00		
Fertilizantes Orgánicos (quintales)	100	24,00	2.400,00		
Fungicidas Químicos (galones)	150	23,00	3.450,00		
Herbicidas Químicos (galones)	180	15,00	2.700,00		
Fertilizantes Químicos (quintales)	150	18,00	2.700,00		
<b>Inventario de Herramientas</b>				23.216,00	
Hoz	50	1,20	60,00		
Podón	10	3,00	30,00		
Rozadora guadaña	4	850,00	3.400,00		
Aspersores pateros (riego)	500	20,00	10.000,00		
Bomba de riego (cater pila)	1	2.510,00	2.510,00		
Bombas manuales	5	120,00	600,00		
Machete	20	5,00	100,00		
Moto bomba	3	500,00	1.500,00		

Palancas	15	2,00	30,00		
Protectores (paquetes de 100)	150	20,00	3.000,00		
Garruchas	160	8,00	1.280,00		
Palillos	152	3,00	456,00		
Cunas	10	25,00	250,00		
<b>Inventario de materiales</b>				35.396,00	
Zuncho (rollo)	5	40,00	200,00		
Cinta roja (rollos)	4	10,00	40,00		
Cinta amarilla (rollos)	5	10,00	50,00		
Cinta blanca (rollos)	4	10,00	40,00		
Cinta negra (rollos)	4	10,00	40,00		
Cinta verde (rollos)	4	10,00	40,00		
Cinta azul (rollos)	4	10,00	40,00		
Cinta lila (rollos)	4	10,00	40,00		
Cinta ploma (rollos)	5	10,00	50,00		
Cinta tomate (rollos)	4	10,00	40,00		
Cinta celeste (rollos)	4	10,00	40,00		
Cinta café (rollos)	4	10,00	40,00		
Cinta rosada (rollos)	4	10,00	40,00		
Corbatín	600	3,00	1.800,00		
Fundas (paquete de 300)	80	20,00	1.600,00		
Etiquetas ( 5000 por rollo)	40	10,00	400,00		
Cartón (tapa, fondo, cartulina)	10.000	3,00	30.000,00		
Fundas de empaque (paquetes / 500)	32	25,00	800,00		
Ligas	32	3,00	96,00		
<b>Suministros de oficina</b>				149,9	
Carpetas	300	0,25	75,00		
Cuadernos	10	1,20	12,00		
Lápiz	10	0,50	5,00		
Borrador	10	0,25	2,50		
Marcadores	1	0,80	0,80		
Lápiz de color	1	0,60	0,60		
Sellos	4	6,00	24,00		
Hojas unitarias (resmas)	5	6,00	30,00		
<b>TOTAL DE ACTIVO CORRIENTE</b>					<u>379.536,95</u>
<b>ACTIVO NO CORRIENTES</b>					-
<b>FIJO DEPRECIABLE</b>					
<b>Muebles y enseres</b>				1.370,00	1.096,00
Escritorios	4	120,00	480,00		
Sillas platicas	10	7,00	70,00		
Sillas de escritorio	4	30,00	120,00		
Archivadores	5	140,00	700,00		
Depreciación Acum. muebles y enseres					<u>274</u>

<b>Equipos de oficina</b>				2.711,00	1808
Computadora	3	800,00	2.400,00		
Calculadora	3	15,00	45,00		
Televisor	1	180,00	180,00		
Grapadoras	2	3,00	6,00		
Teléfono	1	80,00	80,00		
(-)Depreciación Acum. equipos de oficina				<u>903,67</u>	
<b>Vehículo</b>				275.000,00	231.500,00
Camiones	4	40.000,00	160.000,00		
Contenedor	1	70.000,00	70.000,00		
Camioneta	1	20.000,00	20.000,00		
Camiones 350 de carga	1	25.000,00	25.000,00		
(-) Depreciación Acumulada vehículo				<u>43.500,00</u>	
<b>FIJO NO DEPRECIABLE</b>					
<b>Terreno</b>					750.000,00
Terrenos (has.)	125	5.000,00	625.000,00		
Terreno vacío (has.)	25	5.000,00	125.000,00		
<b>TOTAL DE ACTIVO NO CORRIENTE</b>					<u>984.404,00</u>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>					<b>1.363.940,95</b>
<b>PASIVO</b>					
<b>CORRIENTES</b>				131.913,00	
cuentas por pagar			100.253,00		
Sueldos y Salarios	150	210,00	31.500,00		
Servicios Básicos			160,00		
<b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>				96.859,00	
hipoteca por pagar			96.859,00		
<b>TOTAL DE PASIVOS</b>					<u>228.772,00</u>
<b>PATRIMONIO</b>					<b>1.135.168,95</b>
<b>capital social</b>				<u>1.135.168,95</u>	
<b>TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO</b>					<b>1.363.940,95</b>

---

CONTADOR

---

PROPIETARIO

**BALANCE GENERAL  
GRANDE PRODUCTOR  
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011**

**CUADRO 23**

<b>ACTIVO</b>					
<b>ACTIVO CORRIENTES</b>					
					25.000,00
Caja				<u>20.500,00</u>	
<b>EXIGIBLE</b>					8.500,00
Cuentas por Cobrar				<u>8.500,00</u>	
<b>REALIZABLE</b>					
<b>INVENTARIOS DE MATERIAS PRIMAS</b>					298.320,25
	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>		
<b>MATERIA PRIMA EN PRECESO</b>					92.600,25
Semillas	5987	0,75	4.490,25		
Banano por cosechar (planta orgánica)	8200	7,00	57.400,00		
Banano por cosechar (planta convencional)	8300	3,70	30.710,00		
<b>Inventario de producción en proceso 1/31</b>					79.880,00
Banano cosechado (planta orgánica)	7500	7,00	52.500,00		
Banano cosechado (planta convencional)	7400	3,70	27.380,00		
<b>Inventario de producción terminados 1/31</b>					125.840,00
Cajas de banano orgánico	7720	9,50	73.340,00		
Cajas de banano convencional	7500	7,00	52.500,00		
<b>Inventarios de Insumos</b>					17.750,00
Herbicidas Orgánicos (galones)	130	26,00	3.380,00		
Fungicidas Orgánicos (galones)	140	20,00	2.800,00		
Fertilizantes Orgánicos (quintales)	110	24,00	2.640,00		
Fungicidas Químicos (galones)	160	23,00	3.680,00		
Herbicidas Químicos (galones)	170	15,00	2.550,00		
Fertilizantes Químicos (quintales)	150	18,00	2.700,00		
<b>Inventario de Herramientas</b>					55.685,00
Hoz	70	1,60	112,00		
Podón	15	4,00	60,00		
Rozadora guadaña	4	956,00	3.824,00		
Aspersores pateros (riego)	600	27,00	16.200,00		
Bomba de riego (cater pila)	1	6.987,00	6.987,00		
Bombas manuales	6	150,00	900,00		
Machete	30	7,00	210,00		
Moto bomba	4	4.678,00	18.712,00		
Palancas	20	4,00	80,00		
Protectores (paquetes de 100)	200	25,00	5.000,00		

Garruchas	200	10,00	2.000,00		
Palillos	200	5,00	1.000,00		
Cunas	20	30,00	600,00		
<b>Inventario de materiales</b>				52.576,00	
Zuncho (rollo)	6	40,00	240,00		
Cinta roja (rollos)	5	10,00	50,00		
Cinta amarilla (rollos)	5	10,00	50,00		
Cinta blanca (rollos)	5	10,00	50,00		
Cinta negra (rollos)	5	10,00	50,00		
Cinta verde (rollos)	5	10,00	50,00		
Cinta azul (rollos)	5	10,00	50,00		
Cinta lila (rollos)	5	10,00	50,00		
Cinta ploma (rollos)	5	10,00	50,00		
Cinta tomate (rollos)	5	10,00	50,00		
Cinta celeste (rollos)	5	10,00	50,00		
Cinta café (rollos)	5	10,00	50,00		
Cinta rosada (rollos)	5	10,00	50,00		
Corbatín	600	3,00	1.800,00		
Fundas (paquete de 300)	80	20,00	1.600,00		
Etiquetas ( 5000 por rollo)	40	10,00	400,00		
Cartón (tapa, fondo, cartulina)	15.680	3,00	47.040,00		
Fundas de empaque (paquetes / 500)	32	25,00	800,00		
Ligas	32	3,00	96,00		
<b>Suministros de oficina</b>				149,90	
Carpetas	300	0,25	75,00		
Cuadernos	10	1,20	12,00		
Lápiz	10	0,50	5,00		
Borrador	10	0,25	2,50		
Marcadores	1	0,80	0,80		
Lápiz de color	1	0,60	0,60		
Sellos	4	6,00	24,00		
Hojas unitarias (resmas)	5	6,00	30,00		
<b>TOTAL DE ACTIVO CORRIENTE</b>					453.481,15
<b>ACTIVO NO CORRIENTES</b>					-
<b>FIJO DEPRECIABLE</b>					
<b>Muebles y enseres</b>				1.370,00	959,00
Escritorios	4	120,00	480,00		
Sillas platicas	10	7,00	70,00		
Sillas de escritorio	4	30,00	120,00		
Archivadores	5	140,00	700,00		
(-) Depreciación Acumulada muebles y enseres				<u>411,00</u>	
<b>Equipos de oficina</b>				2.711,00	995,00

Computadora	3	800,00	2.400,00		
Calculadora	3	15,00	45,00		
Televisor	1	180,00	180,00		
Grapadoras	2	3,00	6,00		
Teléfono	1	80,00	80,00		
(-) Depreciación Acumulada equipos de oficina				<u>1.716,00</u>	
<b>Vehículo</b>				275.000,00	200.500,00
Camiones	4	40.000,00	160.000,00		
Contenedor	1	70.000,00	70.000,00		
Camioneta	1	20.000,00	20.000,00		
Camiones 350 de carga	1	25.000,00	25.000,00		
(-) Depreciación Acumulada vehículo				<u>74.500,00</u>	
<b>FLJO NO DEPRECIABLE</b>				750.000,00	
<b>Terreno</b>					750.000,00
Terrenos (has.)	125	5.000,00	625.000,00		
Terreno vacío (has.)	25	5.000,00	125.000,00		
<b>TOTAL DE ACTIVO DIFERIDO</b>					952.454,00
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>					<b>1.405.935,15</b>
<b>PASIVOS</b>					
<b>PASIVO CORRIENTES</b>				112.961,00	
cuentas por pagar			90.001,00		
Sueldos y Salarios (personar de campo)	120	190,00	22.800,00		
Servicios Básicos			160,00		
<b>PASIVOS A LARGO PLAZO</b>				50.100,00	
hipoteca por pagar			50.100,00		
<b>TOTAL DE PASIVOS</b>					<u>163.061,00</u>
<b>PATRIMONIO</b>					<u>1.242.874,15</u>
<b>CAPITAL</b>					-
Capital social				<b>1.135.168,95</b>	
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>				107.705,20	
<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL</b>					1.405.935,15

\_\_\_\_\_  
CONTADOR

\_\_\_\_\_  
PROPIETARIO



**ESTADO DE RESULTADOS  
GRANDE PRODUCTOR  
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011**

**CUADRO 24**

<b>INGRESOS</b>		
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		
VENTAS		723.804,35
(-)COSTO DE PRODUCCION		<u>567.876,35</u>
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		155.928,00
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>		
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		48.222,80
Suministros de oficina	1.798,80	
Sueldos y Salarios	13.200,00	
Servicios Básicos	1.872,00	
Depreciación muebles y enseres	137,00	
Depreciación vehículo	31.000,00	
Depreciación equipo de oficina	215,00	
<b>Utilidad Operacional</b>		107.705,20

CONTADOR

PROPIETARIO

**ESTADO DE COSTO DE PRODUCCIÓN  
GRANDE PRODUCTOR  
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011  
CUADRO 25**

<b>MATERIALES DIRECTOS UTILIZADOS</b>		688.071,55
Inventario Inicial de materia prima	275.804,80	
compras	710.587,00	
<b>Materia prima para produccion</b>	<u>986.391,80</u>	
Inventario Final de materia prima	298.320,25	
<b>MANO DE OBRA DIRECTA UTILIZADA</b>	-	17.160,00
<b>COSTO PRIMO</b>		705.231,55
<b>COSTO DE PRODUCCION DEL PERIODO</b>		784.716,35
<b>Inventario de producción inicial</b>	<b>79.484,80</b>	
Banano cosechado (planta orgánica)	52.164,00	
Banano cosechado (planta convencional)	<u>27.320,80</u>	
<b>Costo de productos en proceso</b>		704.836,35
<b>Inventario de producción final</b>	<b>79.880,00</b>	
Banano cosechado (planta orgánica)	52.500,00	
Banano cosechado (planta convencional)	<u>27.380,00</u>	
<b>Costo de productos terminados</b>		819.556,35
<b>Inventario de producción inicial</b>	<b>114.720,00</b>	
Cajas de banano orgánico	69.120,00	
Cajas de banano convencional	<u>45.600,00</u>	
<b>Costo de productos disponibles para la venta</b>		693.716,35
<b>Inventario de producción final</b>	<b>125.840,00</b>	
Cajas de banano orgánico	73.340,00	
Cajas de banano convencional	52.500,00	
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>		567.876,35

---

CONTADOR

---

PROPIETARIO

Para calcular el Valor Total del Estado de Costo de Producción, en Grandes Productores; se utiliza la siguiente fórmula:

Cantidad \* el Valor Unitario

Mientras que el Costo de Producción = Subtotal de Materia Prima + subtotal de Mano de Obra + subtotal de Gasto de Fabricación – Inventario final de Materia Prima.

En lo concerniente a Gasto de Fabricación; la cuenta de Servicios Básicos, Insumos y Materiales para las plantaciones, fue hallada en el Balance General.

**ESTADO DE FLUJO DE CAJA  
GRANDE PRODUCTOR  
DEL 1 DE ENERO DEL 2011 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015  
CUADRO 26**

	0	AÑOS				
		2011	2012	2013	2014	2015
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		723.804,35	<b>781.708,70</b>	<b>844.245,39</b>	<b>911.785,03</b>	<b>984.727,83</b>
Ventas		723.804,35	781.708,70	844.245,39	911.785,03	984.727,83
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>616.099,15</b>	<b>665.387,08</b>	<b>718.618,05</b>	<b>776.107,49</b>	<b>838.196,09</b>
Costo de Producción		<u>567.876,35</u>	613.306,46	662.370,97	715.360,65	772.589,50
Gastos de Administración		48.222,80	52.080,62	56.247,07	60.746,84	65.606,59
INVERSIÓN						
<b>FLUJO FONDOS NETO</b>	-167.980,00	107.705,20	116.321,62	125.627,35	135.677,53	146.531,74

---

CONTADOR

---

PROPIETARIO.

Explicando que, para sacar los valores que se muestran en los años siguientes, se ha correspondido a multiplicar por el 7% (por incremento del costo de vida anual) a cada valor de cada año

### 3.1.3. Cálculo y Análisis de los Ratios Financieros

#### 3.1.3.1. Índices de Liquides

FORMULAS	Grande Productor Sr. Carlos Freire	
1. RAZON CORRIENTE		
<u>Activo Corriente=</u>	<u>453.481,15</u>	<b>4,2%</b>
Pasivo Corriente	112.961,00	

Los productores bananeros en su razón corriente en el año 2011, nos indica que tienen capacidad para responder a sus proveedores con sus activos circulantes. Lo que significa que por cada dólar adecuado por las entidades disponen de la siguiente manera Grande Productor Bananero 4,2;

FORMULAS	Grande Productor Sr. Carlos Freire	
2. PRUEBA DE ACIDO		
<u>Activo Corriente - Inventarios</u>	<u>453.481,15 - 298.320,25</u>	<b>= 1,37%</b>
Pasivo Corriente	112.961,00	

En su prueba ácida las entidades reflejan que por cada dólar que adeuda tienen para cubrir sus obligaciones más exigentes, Grande Productor Bananero con 1,37%; número de veces demostrándonos que no es necesario que vendan sus inventarios para cubrir sus deudas.

Grande Productor		
FORMULAS	Sr. Carlos Freire	
3. ROTACION DE INV PRODUCTOS TERMINADOS		
<u>Costo de Producción</u>	567.876,35	0,7
Promedio Inv Artículos Term	819.556,35	

En su rotación de inventarios terminados los productores bananeros manifiestan el número de veces que cambian cada año, con el Grande Productor Bananero 0,7, es decir la rapidez con la que los inventarios se convierten en efectivo a través del costo de producción.

Grande Productor		
FORMULAS	Sr. Carlos Freire	
ROTACION DE INVENTARIO ANTICIPADOS EN PROCESO		
Costo de Producción	567.876,35	8%
Promedio Inv. deProd. Proceso	704.836,35	

Su rotación de inventario anticipados en proceso los productores bananeros reflejan el número de días que el inventario de productos en proceso permanece el Grande Productor Bananero 8 en el año.

Grande Productor		
FORMULAS	Sr. Carlos Freire	
5. ROTACION DE INVENTARIO DE MATERIALES		
Materiales utilizados	52.576,00	1,00
Promedio Inv. de materiales	52.576,00	

En el periodo del 2011 los productores bananeros rotan los materiales utilizados con el Grande Productor Bananero 1 demostrando que el promedio del inventario de materiales es utilizado adecuadamente.

### 3.1.3.2. Índices de Productividad

FORMULAS	Grande Productor Sr. Carlos Freire	
1. MARGEN DE UTILIDAD		
Utilidad Neta	107.705,20	14%
Ventas Netas	723.804,35	

Permite concluir que los productores bananeros que han generado utilidades equivalentes al 14% para Grande Productor indicando que la utilidad que generada es alta

FORMULAS	Grande Productor Sr. Carlos Freire	
2. MARGEN DE UTILIDAD BRUTA		
Utilidad Bruta	155.928,00	21%
Ventas Netas	723.804,35	

Determina cuanto se ha alcanzado por cada dólar vendido luego de deducir el costo de ventas, los resultados obtenidos en los productores fueron los siguientes:  
Grande Productor Bananero el 21%,

FORMULAS	Grande Productor Sr. Carlos Freire	
3. MARGEN DE OPERACIÓN		
<u>Utilidad de operación</u>	107.705,20	14%
Ventas Netas	723.804,35	

Los ingresos que adquieren los productores bananeros después de pagar los gastos administrativos son los siguientes: para el Grande Productor el 14 total de gastos de ventas

### 3.1.3.3. Índices de Rentabilidad

FORMULAS	Grande Productor Sr. Carlos Freire	
TAZA DE RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIONES EN ACTIVOS		
<u>Utilidad de operación</u>	107.705,20	7,65%
Promedio de Act.Tot.	<b>1.405.935,15</b>	

En este ratio demuestra que por cada dólar invertido en activos retorna para la entidad Grande Productor Bananero el 7,65%, cuenta con un mínimo porcentaje de rendimiento.

FORMULAS	Grande Productor Sr. Carlos Freire	
TAZA DE RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSION		
Utilidad Neta	107.705,20	18,80%
Patrimonio	<u>1.242.874,15</u>	

El rendimiento porcentual por cada dólar invertido en las actividades productoras ha generado para el Grande Productor Bananero el 18,80%,



### 3.1.3.4. Índices de Endeudamiento

FORMULAS	Grande Productor Sr. Carlos Freire	
RAZON DE PATRIMONIO A PASIVO		
Patrimonio	<u>1.242.874,157,60</u>	
Pasivo	163.061,00	

Este índice nos permite deducir que por cada dólar que adeudan a corto plazo, observando que el Grande Productor Bananero tiene un 7,60

FORMULAS	Grande Productor Sr. Carlos Freire	
RAZON DE PATRIMONIO A ACTIVO		
Patrimonio	<u>1.242.874,15</u>	0,80
Activo	<b>1.405.935,15</b>	

Permite conocer que gracias al aporte de capital de sus propietarios los productores bananeros en estudio han adquirido activos para el Grande Productor con 0,80

FORMULAS	Grande Productor Sr. Carlos Freire	
4.	RAZON DE PASIVO A ACTIVO	
Pasivo	<u>100933.00</u>	6,45
Activo	<b>156259.62</b>	

Esta razón demuestra la inversión total en activo que ha sido financiado por los acreedores, en términos generales, los resultados obtenidos en los productores de banano son los siguientes: Grande Productor con 6,45 % mínimo endeudamiento en relación a sus activos.

### 3.1.4. Cálculo y Análisis de la TIR y el VAN

	GRANDE PRODUCTOR
	Sr. Carlos Freire
Inversión	-167.980,00
Año 1	107.705,20
Año 2	116.321,62
Año 3	125.627,35
Año 4	135.677,53
Año 5	146.531,74
Tasa de descuento 7 %	
VAN	344.811,05
TIR	64%

#### 3.1.4.1. VALOR ACTUAL NETO

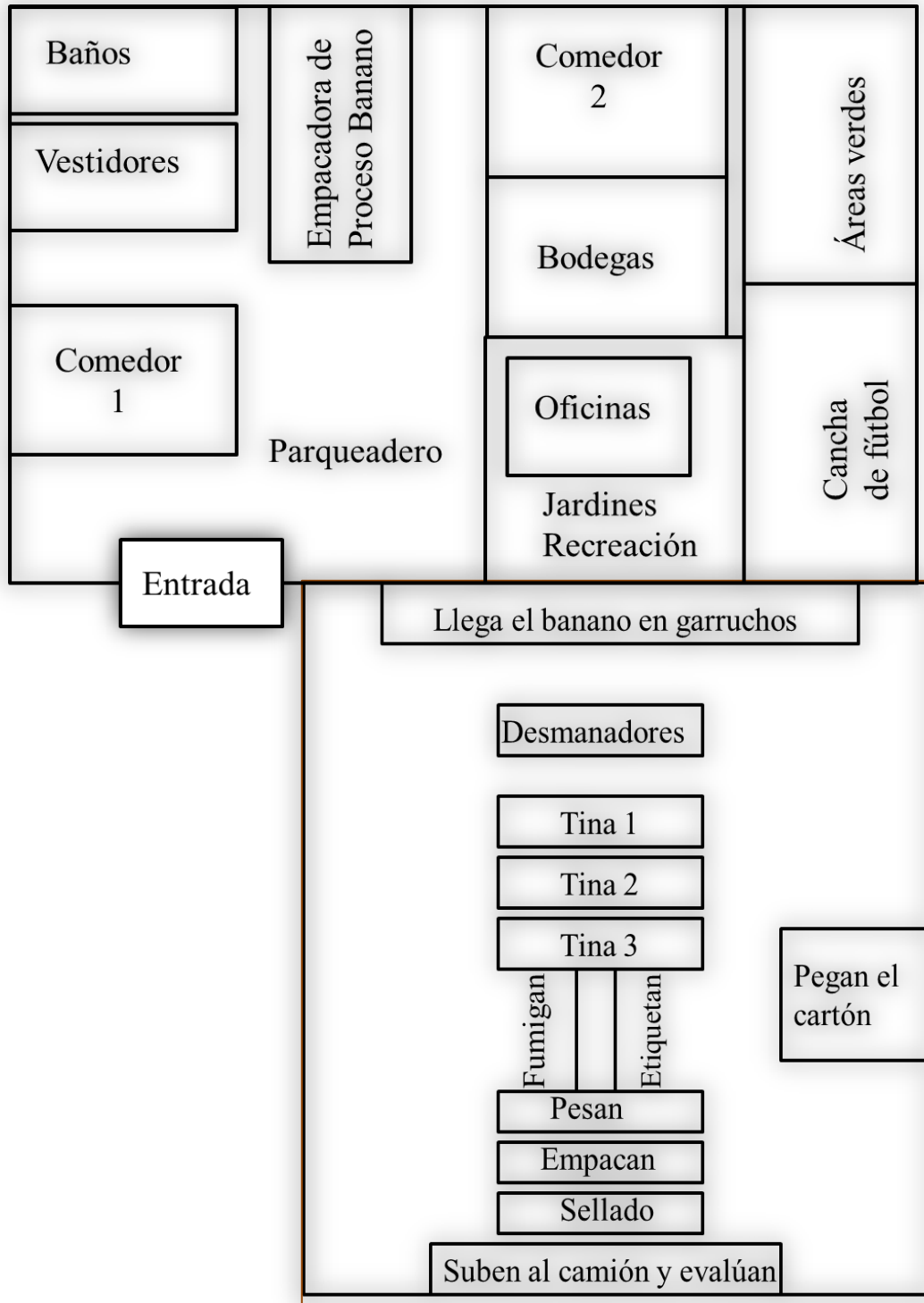
Se deduce que el VAN de los productores es superior a cero, con una tasa de descuento del 7% para las tres entidades presentando su VPN de la siguiente forma para el Grande Productor Bananero de \$344.811,05 superando la inversión inicial que fue de \$-167.980,00 en esta entidad es más representativa que las otras;

#### TASA INTERNA DE RETORNO

La TIR evalúa en tasa única de rendimiento por periodos, lo cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual conociendo que la TIR para el Grande productor Bananero es del 64%. Todos los mencionados de la TIR son mayores a la tasa de descuento del 7%, por lo que se concluye que esta actividad industrial es conveniente.

### 3.1.5. DISTRIBUCIÓN EN PLANTA

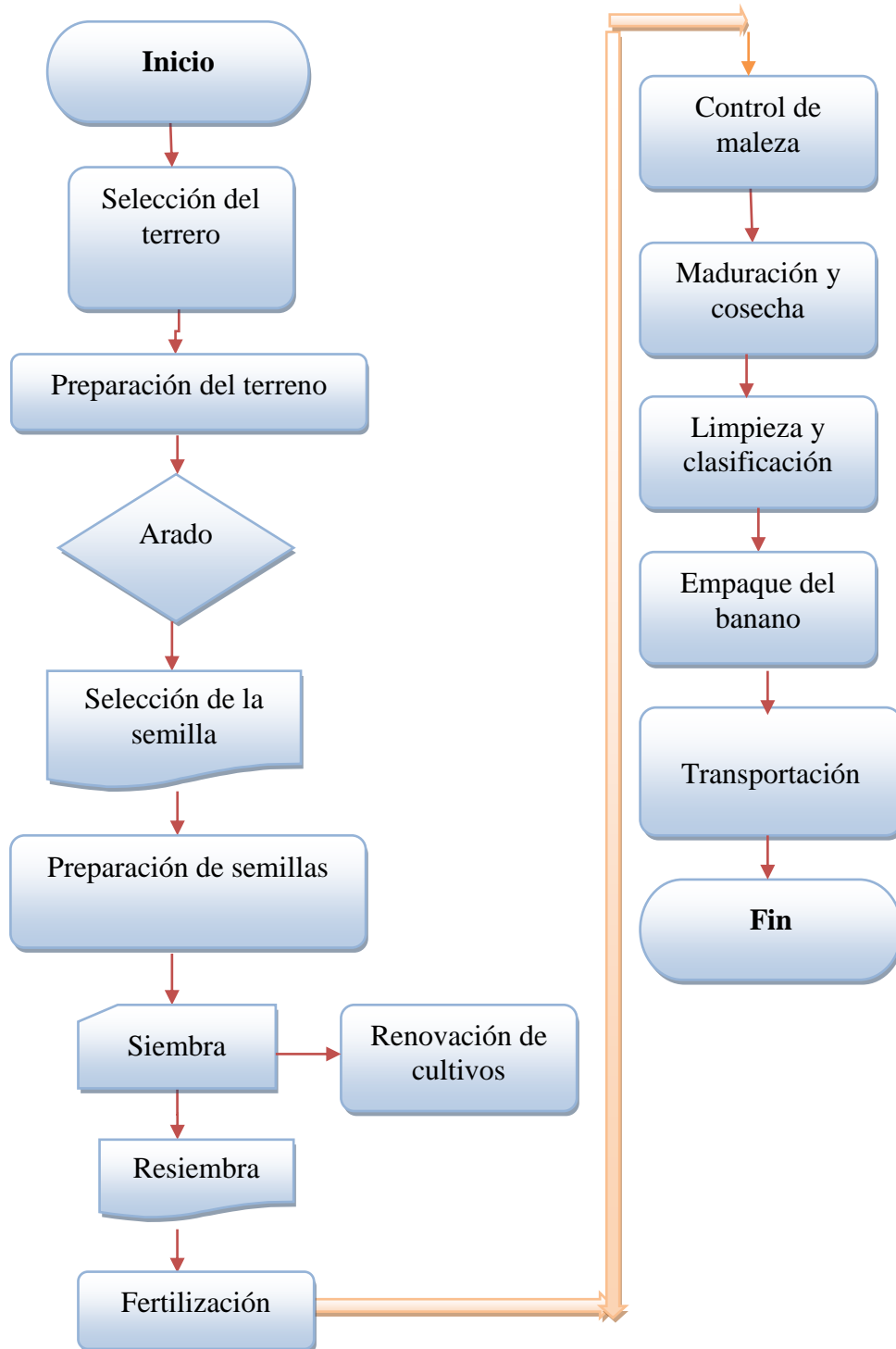
GRÁFICO 18



Fuente: Proceso del Banano

Realizado por: Olvera ResabalaEvelinLiseth

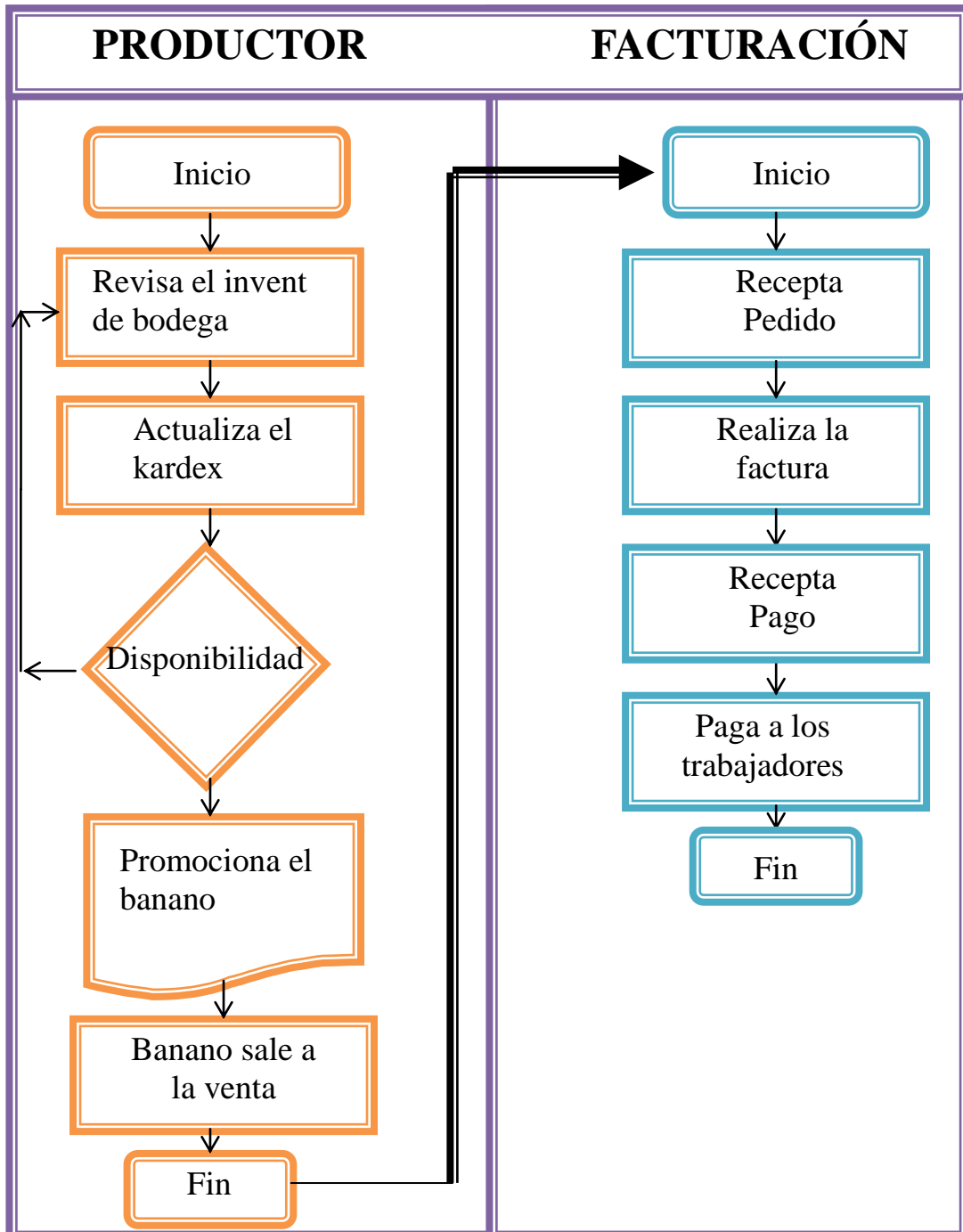
**3.1.6. FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN DEL GRANDE  
PRODUCTOR  
GRAFICO 19**



**Fuente:** Proceso del banano  
**Realizado por:** Olvera ResabalaEvelin Lisseth

### 3.1.6.FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN PRODUCTOR GRANDE

GRAFICO 20



**Fuente:** Proceso del banano  
**Realizado por:** OlveraResabala Evelin Lisseth

### 3.1.8 CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN PRODUCTOR GRANDE

**CUADRO 27**

<b>Determinación del precio</b>	Productor	Comprador	Mercado	Otros
<b>Canales de distribución</b>	Consumidor	Mayoristas	Minorista	Otros
<b>Realización de promoción</b>	Siempre	Casi siempre	De repente	Nunca
<b>Realización de publicidad</b>	Siempre	Casi siempre	De repente	Nunca
<b>Forma de pago</b>	Efectivo	Cheque	Crédito	Otro
<b>Mercado</b>	Local	Regional	Nacional	Internacional
<b>Periodicidad de venta</b>	Semanal	Mensual	Trimestral	Semestral

**Realizado por:** Olvera Resabala Evelin Lisseth

La producción del banano de grandes productores el precio, es el ya establecido en el mercado. La distribución siendo una herramienta utilizada para la comercialización del producto este tiene una distribución indirecta entre el productor y los mayoristas, la promoción es aplicada casi siempre, de esta manera genera una determinada respuesta en el mercado.

La publicidad se aplica de repente, así mismo se indica que la forma de pago en los grandes productores es recibido en cheque, tienen un mercado nacional e internacional. Por la cual realizan una periodicidad de venta semanal.

### ***3.1.9. Conclusiones específicas***

#### **3.1.9.1. Producción**

El patrimonio inicial indica ser mayor a los pasivos iniciales. Así mismo ocurre con el patrimonio final a los pasivos finales en el tiempo anual 2011.

En la producción el mayor costo es de la Mano de Obra Directa, mientras que el menor valor se relaciona con la depreciación. De la misma manera los ingresos en ventas totales son mayores que los egresos generales del negocio.

Los ingresos formados por ventas permiten liquidar materia prima, mano de obra, gastos indirectos de fabricación, gastos administrativos, reparto de utilidades, impuesto a la renta y la reserva legal. Como resultado se logra una utilidad neta positiva.

#### **3.1.9.2. Rentabilidad**

El VAN 2011 – 2015 es igual a \$344.811,05; siendo un valor positivo, demuestra que la producción del banano es provechosa desde el punto de vista económico. La TIR tiene el valor de 64% siendo mayor que la TMAR del 7%, se puede determinar que el negocio de producción y comercialización de banano es rentable.

## **3.2 Medianos Productores del banano**

### ***3.2.1 Antecedentes***

El productor Néstor Chávez Pacheco, dedicado a la producción de banano por 25 años, en el cantón La Maná sector La Carmela, su terreno esta promediado por 85 hectáreas de banano, cuenta una empacadora de aproximadamente 800 m<sup>2</sup>, en la que procesa fruta, además tiene una oficina de aproximadamente 30 m<sup>2</sup>, donde realiza sus actividades administrativas.

Debido a que se trata de un mediano productor tiene la necesidad de acudir a instituciones financieras para solicitar créditos, para poder invertir en mejoras como la ampliación de la infraestructura y modernización de sus herramientas equipos y maquinarias, además necesita de asistencia técnica para mejorar su producción, todo estos factores se beneficia el dueño y sus trabajadores conformados por 45 personas.

El Sr. Chávez cree conveniente en ampliar su producción, ya que se encuentra dentro una zona productoras de banano en la que es muy competitivo, por otro lado, el productor se encuentra afiliado en una asociación de productores, es una manera de garantizar las ventas de caja de banano y así obtener mejores precios en el mismo, además recibe el apoyo de los gobiernos seccionales donde le brinda asesoría productiva.



### 3.2.1.1 Análisis FODA

**Cuadro 28**

FACTORES INTERNOS		FACTORES EXTERNOS	
Controlables		No controlables	
<b>FORTALEZAS</b>		<b>OPORTUNIDADES</b>	
Producción semanal		Ampliar el mercado	
Disponibilidad del terreno		Apoyo de gobiernos seccionales	
Aplicación de créditos			
Afiliación a asociaciones			
<b>DEBILIDADES</b>		<b>AMENAZAS</b>	
Publicidad insuficiente		Existe mucha competencia	
Fijación del precio del mercado			
Requiere de asistencia técnica			
Ampliación de infraestructura			
Modernización de herramientas, equipos o maquinarias			

**Realizado por:** Olvera Resabala Evelin Lisseth

**Fuente:** Productores de Banano

**3.2.2. Estudio de la Producción y Rentabilidad**  
**ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL**  
**MEDIANO PRODUCTOR**  
**ENERO DEL 2011**  
**CUADRO 29**

<b>ACTIVO</b>					
<b>ACTIVO CORRIENTES</b>					
<b>DISPONIBLE</b>					
Caja				800,00	
<b>EXIGIBLE</b>					
Cuentas por Cobrar				5.000,00	
<b>REALIZABLE</b>					
<b>INVENTARIOS DE MATERIAS PRIMAS</b>					139.680,00
	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>		
<b>MATERIA PRIMA EN PRECESO</b>				18.454,00	
Semillas	900	0,70	630,00		
Banano por cosechar (planta orgánica)	1.542	7,00	10.794,00		
Banano por cosechar (planta convencional)	1.900	3,70	7.030,00		
<b>Inventario de producción en proceso 1/1</b>				36.986,00	
Banano cosechado (planta orgánica)	3.698	7,00	25.886,00		
Banano cosechado (planta convencional)	3.000	3,70	11.100,00		
<b>Inventario de producción terminados 1/1</b>				84.240,00	
Cajas de banano orgánico	4.800	9,00	43.200,00		
Cajas de banano convencional	7.200	5,70	41.040,00		
<b>Inventarios de Insumos</b>				7.679,00	
Herbicidas Orgánicos (galones)	68	26,00	1.768,00		
Fungicidas Orgánicos (galones)	63	20,00	1.260,00		
Fertilizantes Orgánicos (quintales)	40	24,00	960,00		
Fungicidas Químicos (galones)	59	23,00	1.357,00		
Herbicidas Químicos (galones)	68	15,00	1.020,00		
Fertilizantes Químicos (quintales)	73	18,00	1.314,00		
<b>Inventario de Herramientas</b>				17.983,00	
Hoz	20	1,20	24,00		
Podón	8	3,00	24,00		
Rozadora guadaña	2	850,00	1.700,00		
Aspersores pateros (riego)	230	25,00	5.750,00		
Bomba de riego (cater pila)	1	5.000,00	5.000,00		
Bombas manuales	5	120,00	600,00		

Machete	13	5,00	65,00		
Moto bomba	3	500,00	1.500,00		
Palancas	10	2,00	20,00		
Protectores (paquetes de 100)	100	20,00	2.000,00		
Garruchas	100	8,00	800,00		
Palillos	100	3,00	300,00		
Cunas	8	25,00	200,00		
<b>Inventario de materiales</b>				7.352,00	
Zuncho (rollo)	3	40,00	120,00		
Cinta roja (rollos)	3	10,00	30,00		
Cinta amarilla (rollos)	3	10,00	30,00		
Cinta blanca (rollos)	3	10,00	30,00		
Cinta negra (rollos)	3	10,00	30,00		
Cinta verde (rollos)	3	10,00	30,00		
Cinta azul (rollos)	3	10,00	30,00		
Cinta lila (rollos)	3	10,00	30,00		
Cinta ploma (rollos)	3	10,00	30,00		
Cinta tomate (rollos)	3	10,00	30,00		
Cinta celeste (rollos)	3	10,00	30,00		
Cinta café (rollos)	3	10,00	30,00		
Cinta rosada (rollos)	3	10,00	30,00		
Corbatín	400	3,00	1.200,00		
Fundas (paquete de 300)	50	20,00	1.000,00		
Etiquetas ( 5000 por rollo)	40	10,00	400,00		
Cartón (tapa, fondo, cartulina)	1.200	3,00	3.600,00		
Fundas de empaque (paquetes / 500)	24	25,00	600,00		
Ligas	24	3,00	72,00		
<b>Suministros de oficina</b>				31	
Carpetas	20	0,25	5,00		
Cuadernos	3	1,20	3,60		
Lápiz	5	0,50	2,50		
Borrador	2	0,25	0,50		
Marcadores	1	0,80	0,80		
Lápiz de color	1	0,60	0,60		
Sellos	2	6,00	12,00		
Hojas unitarias (resmas)	1	6,00	6,00		
<b>TOTAL DE ACTIVO CORRIENTE</b>					<u>178.525,00</u>
<b>ACTIVO NO CORRIENTES</b>					-
<b>FIJO DEPRECIABLE</b>					
<b>Muebles y enseres</b>				481,00	318,65
Escritorios	1	150,00	150,00		
Sillas platicas	5	7,00	35,00		
Sillas de escritorio	1	50,00	50,00		

Archivadores	2	123,00	246,00		
(-) Depreciación Acumulada muebles y enseres				<u>162,35</u>	
<b>Equipos de oficina</b>				1.038,00	934,33
Computadora	1	680,00	680,00		
Calculadora	1	10,00	10,00		
Televisor	1	300,00	300,00		
Grapadoras	1	3,00	3,00		
Teléfono	1	45,00	45,00		
(-) Depreciación Acumulada equipos de oficina				<u>103,67</u>	
<b>Vehículo</b>				105.000,00	94.500,00
Camiones	2	40.000,00	80.000,00		
Camiones 350 de carga	1	25.000,00	25.000,00		
(-) Depreciación Acumulada vehículo				<u>10.500,00</u>	
<b>FIJO NO DEPRECIABLE</b>					
<b>Terreno</b>					65.000,00
Terrenos (has.)	8	5.000,00	40.000,00		
Terreno vacío (has.)	5	5.000,00	25.000,00		
<b>TOTAL DE ACTIVO NO CORRIENTE</b>					<u>160.752,98</u>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>					<b>339.277,98</b>
<b>PASIVOS</b>					
<b>PASIVO CORRIENTES</b>				101.081,35	
cuentas por pagar			8.625,69		
Sueldos y Salarios	45	192,00	8.640,00		
Servicios Básicos			156,00		
<b>PASIVOS A LARGO PLAZO</b>				83.659,66	
hipoteca por pagar			83.659,66		
<b>TOTAL DE PASIVOS</b>					<b>184.741,01</b>
<b>PATRIMONIO</b>					<b>154.536,97</b>
CAPITAL SOCIAL				<b>154.536,97</b>	
<b>TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO</b>					<b>339.277,98</b>

\_\_\_\_\_  
CONTADOR

\_\_\_\_\_  
PROPIETARIO

**BALANCE GENERAL  
MEDIANO PRODUCTOR  
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011  
CUADRO 30**

<b>ACTIVO</b>					
<b>ACTIVO CORRIENTES</b>					
<b>DISPONIBLE</b>					1.000,00
Caja				1.000,00	
<b>EXIGIBLE</b>					5.500,00
Cuentas por Cobrar				5.500,00	
<b>REALIZABLE</b>					
<b>INVENTARIOS DE MATERIAS PRIMAS</b>					170.297,50
	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>		
<b>MATERIA PRIMA EN PROCESO</b>				<b>9.397,50</b>	
Semillas	650	0,75	487,50		
Banano por cosechar (planta orgánica)	800	7,10	5.680,00		
Banano por cosechar (planta convencional)	850	3,80	3.230,00		
<b>Inventario de producción en proceso 1/1</b>					73.150,00
Banano cosechado (planta orgánica)	8.550	7,00	59.850,00		
Banano cosechado (planta convencional)	3.500	3,80	13.300,00		
<b>Inventario de producción terminados 1/1</b>					87.750,00
Cajas de banano orgánico	5.000	9,00	45.000,00		
Cajas de banano convencional	7.500	5,70	42.750,00		
<b>Inventarios de Insumos</b>					9.140,50
Herbicidas Orgánicos (galones)	75	26,50	1.987,50		
Fungicidas Orgánicos (galones)	71	21,00	1.491,00		
Fertilizantes Orgánicos (quintales)	60	24,00	1.440,00		
Fungicidas Químicos (galones)	70	25,00	1.750,00		
Herbicidas Químicos (galones)	70	15,50	1.085,00		
Fertilizantes Químicos (quintales)	73	19,00	1.387,00		
<b>Inventario de Herramientas</b>					24.582,00
Hoz	24	1,50	36,00		
Podón	10	3,00	30,00		
Rozadora guadaña	5	860,00	4.300,00		
Aspersores pateros (riego)	240	26,00	6.240,00		
Bomba de riego (cater pila)	1	5.500,00	5.500,00		
Bombas manuales	10	122,00	1.220,00		
Machete	15	6,00	90,00		
Moto bomba	6	550,00	3.300,00		
Palancas	12	3,00	36,00		
Protectores (paquetes de 100)	105	21,00	2.205,00		
Garruchas	105	9,00	945,00		
Palillos	105	4,00	420,00		

Cunas	10	26,00	260,00		
<b>Inventario de materiales</b>				9.758,00	
Zuncho (rollo)	5	42,00	210,00		
Cinta roja (rollos)	3	11,00	33,00		
Cinta amarilla (rollos)	3	11,00	33,00		
Cinta blanca (rollos)	3	11,00	33,00		
Cinta negra (rollos)	3	11,00	33,00		
Cinta verde (rollos)	3	11,00	33,00		
Cinta azul (rollos)	3	11,00	33,00		
Cinta lila (rollos)	3	11,00	33,00		
Cinta ploma (rollos)	3	11,00	33,00		
Cinta tomate (rollos)	3	11,00	33,00		
Cinta celeste (rollos)	3	11,00	33,00		
Cinta café (rollos)	3	11,00	33,00		
Cinta rosada (rollos)	3	11,00	33,00		
Corbatín	400	4,00	1.600,00		
Fundas (paquete de 300)	50	21,00	1.050,00		
Etiquetas ( 5000 por rollo)	40	11,00	440,00		
Cartón (tapa, fondo, cartulina)	1.500	3,50	5.250,00		
Fundas de empaque (paquetes / 500)	28	25,50	714,00		
Ligas	28	3,50	98,00		
<b>Suministros de oficina</b>				42,15	
Carpetas	20	0,25	5,00		
Cuadernos	3	1,20	3,60		
Lápiz	5	0,50	2,50		
Borrador	5	0,25	1,25		
Marcadores	5	0,80	4,00		
Lápiz de color	3	0,60	1,80		
Sellos	2	6,00	12,00		
Hojas unitarias (resmas)	2	6,00	12,00		
<b>TOTAL DE ACTIVO CORRIENTE</b>					213.820,15
<b>ACTIVO NO CORRIENTES</b>					-
<b>FIJO DEPRECIABLE</b>					
<b>Muebles y enseres</b>				865,00	540,30
Escritorios	2	170,00	340,00		
Sillas platicas	5	8,00	40,00		
Sillas de escritorio	2	55,00	110,00		
Archivadores	3	125,00	375,00		
(-) Depreciación Acumulada muebles y enseres				324,7	
<b>Equipos de oficina</b>				1.111,00	903,66
Computadora	1	700,00	700,00		

Calculadora	1	11,00	11,00		
Televisor	1	350,00	350,00		
Grapadoras	1	4,00	4,00		
Teléfono	1	46,00	46,00		
(-) Depreciación equipos de oficinas				<u>207,34</u>	
<b>Vehículo</b>				105.000,00	84.000,00
Camiones	2	40.000,00	80.000,00		
Camiones 350 de carga	1	25.000,00	25.000,00		
(-) Depreciación Acumulada vehículo				<u>21.000,00</u>	
<b>FIJO NO DEPRECIABLE</b>				65.000,00	
<b>Terreno</b>					
Terrenos (has.)	8	5.000,00	40.000,00		
Terreno vacío (has.)	5	5.000,00	25.000,00		<b>85.443,96</b>
<b>TOTAL DE ACTIVO DIFERIDO</b>					
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>					<b>305.764,11</b>
<b>PASIVOS</b>					
<b>PASIVO CORRIENTES</b>				18.260,00	
cuentas por pagar			8.010,00		
Sueldos y Salarios	60	168,00	10.080,00		
Servicios Básicos			170,00		
<b>PASIVOS A LARGO PLAZO</b>				82.673,00	
hipoteca por pagar			82.673,00		
<b>TOTAL DE PASIVOS</b>					<u>100.933,00</u>
<b>PATRIMONIO</b>					<u>204.831,11</u>
<b>CAPITAL</b>					
Capital social				<b>154.536,97</b>	
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>				50.294,14	
<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL</b>					305.764,11

---

CONTADOR

---

PROPIETARIO

**ESTADO DE RESULTADOS  
MEDIANO PRODUCTOR  
DEL 1DE ENERO AL 31DE DICIEMBRE DEL 2011**

**CUADRO 31**

<b>INGRESOS</b>		
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		
VENTAS		431.054,36
(-)COSTO DE PRODUCCION		<u>346.803,07</u>
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		84.251,29
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>		
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		33.957,15
Suministros de oficina	42,15	
Sueldos y Salarios	10.680,00	
Servicios Básicos	1.880,00	
Depreciación muebles y enseres	48,10	
Depreciación vehículo	21.000,00	
Depreciación equipo de oficina	306,90	
<b>Utilidad Operacional</b>		50.294,14

---

CONTADOR

---

PROPIETARIO



**ESTADO DE COSTO DE PRODUCCIÓN  
MEDIANO PRODUCTOR  
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011**

**CUADRO 32**

<b>MATERIALES DIRECTOS UTILIZADOS</b>		457.372,50
Inventario Inicial de materia prima	139.680,00	
compras	487.990,00	
<b>Materia prima para producción</b>	<u>627.670,00</u>	
Inventario Final de materia prima	170.297,50	
<b>MANO DE OBRA DIRECTA UTILIZADA</b>		16.854,57
<b>COSTO PRIMO</b>		474.227,07
<b>COSTO DE PRODUCCION DEL PERIODO</b>		511.213,07
<b>Inventario de producción inicial</b>		36.986,00
Banano cosechado (planta orgánica)	25.886,00	
Banano cosechado (planta convencional)	<u>11.100,00</u>	
<b>Costo de productos en proceso</b>		438.063,07
<b>Inventario de producción final</b>		73.150,00
Banano cosechado (planta orgánica)	59.850,00	
Banano cosechado (planta convencional)	<u>13.300,00</u>	
<b>Costo de productos terminados</b>		522.303,07
<b>Inventario de producción inicial</b>		84.240,00
Cajas de banano orgánico	43.200,00	
Cajas de banano convencional	<u>41.040,00</u>	
<b>Costo de productos disponibles para la venta</b>		434.553,07
<b>Inventario de producción final</b>		87750
Cajas de banano orgánico	45.000,00	
Cajas de banano convencional	42.750,00	
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>		346.803,07

---

CONTADOR

---

PROPIETARIO

Para calcular el Valor Total del Estado de Costo de Producción, en Medianos Productores; se utiliza la siguiente fórmula:

Cantidad \* el Valor Unitario

Mientras que el Costo de Producción = Subtotal de Materia Prima + subtotal de Mano de Obra + subtotal de Gasto de Fabricación – Inventario final de Materia Prima.

En lo concerniente a Gasto de Fabricación; la cuenta de Servicios Básicos, Insumos y Materiales para las plantaciones, fue hallada en el Balance General.

**ESTADO DE FLUJO DE CAJA  
MEDIANO PRODUCTOR  
DEL 1 DE ENERO DEL 2011 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015}**

**CUADRO 33**

costo de Producción	0	AÑOS				
		2011	2012	2013	2014	2015
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		431.054,36	465.538,71	502.781,81	543.004,35	586.444,70
Ventas		431.054,36	465.538,71	502.781,81	543.004,35	586.444,70
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>380.760,22</b>	<b>411.221,04</b>	<b>444.118,72</b>	<b>479.648,22</b>	<b>518.020,08</b>
Costo de Producción		<u>346.803,07</u>	374.547,32	404.511,10	436.871,99	471.821,75
Gastos de Administración		33.957,15	36.673,72	39.607,62	42.776,23	46.198,33
INVERSIÓN						
<b>FLUJO FONDOS NETO</b>	-80.763,00	50.294,14	54.317,67	58.663,08	63.356,13	68.424,62

---

CONTADOR

---

PROPIETARIO

Explicando que, para sacar los valores que se muestran en los años siguientes, se ha correspondido a multiplicar por el 8% (por incremento del costo de vida anual) a cada valor de cada año

### 3.2.3. Cálculo y Análisis de los Ratios Financieros

#### 3.2.3.1. Índices de Liquides

		Mediano Productor	
FORMULAS		Sr. Néstor Chávez	
<b>1. RAZON CORRIENTE</b>			
<u>Activo Corriente=</u>		213.820,15	11%
Pasivo Corriente		18.260,00	

Los productores bananeros en su razón corriente en el año 2011, nos indica que tienen capacidad para responder a sus proveedores con sus activos circulantes. Lo que significa que por cada dólar adeudado por las entidades disponen Mediano productor Bananero con 11%

		Mediano Productor	
FORMULAS		Sr. Néstor Chávez	
<b>2. PRUEBA DE ACIDO</b>			
Activo Corriente -			2,38%
Inventarios		213.820,15 ÷ 170.297,50	
Pasivo Corriente		18260.00	

En su prueba ácida las entidades reflejan que por cada dólar que adeuda tienen para cubrir sus obligaciones más exigentes, Mediano productor Bananero con 2,38% de veces demostrándonos que no es necesario que vendan sus inventarios para cubrir sus deudas.

		<b>Mediano Productor</b>	
<b>FORMULAS</b>		<b>Sr. Néstor Chávez</b>	
<b>3.</b>	<b>ROTACION DE INV PRODUCTOS TERMINADOS</b>		
	<u>Costo de Producción</u>	<u>346.803,07</u>	6,60
	Promedio Inv Artículos Term.	522.303,07	

En su rotación de inventarios terminados los productores bananeros manifiestan el número de veces que cambian cada año, el Mediano Productor Bananero 6,60% es decir la rapidez con la que los inventarios se convierten en efectivo a través del costo de producción.

		<b>Mediano Productor</b>	
<b>FORMULAS</b>		<b>Sr. Néstor Chávez</b>	
<b>4.</b>	<b>ROTACION DE INVENTARIO ANTICIPADOS EN PROCESO</b>		
	<u>Costo de Producción</u>	<u>346.803,07172</u>	
	Promedio Inv. deProd. Proceso	438.063,07	

Su rotación de inventario anticipados en proceso los productores bananeros reflejan el número de días que el inventario de productos en proceso permanece el 17 el Mediano Productor Bananero en el año.

		<b>Mediano Productor</b>	
<b>FORMULAS</b>		<b>Sr. Néstor Chávez</b>	
<b>5.</b>	<b>ROTACION DE INVENTARIO DE MATERIALES</b>		
	<u>Materiales utilizados</u>	<u>9758,00</u>	=1
	Promedio Inv. de materiales	9.758,00	

En el periodo del 2011 los productores bananeros rotan los materiales utilizados con el Mediano Productor Bananero 1 demostrando que el promedio del inventario de materiales es utilizado adecuadamente.

### 3.2.3.2. *Índices de Productividad*

<b>Mediano Productor</b>		
<b>FORMULAS</b>		
<b>Sr. Néstor Chávez</b>		
<b>MARGEN</b>	<b>DE</b>	
<b>1. UTILIDAD</b>		
Utilidad Neta	50.294,14	1,16%
Ventas Netas	431.054,36	

Permite concluir que los productores bananeros que han generado utilidades equivalentes al 1,60% para el Mediano Productor,

		<b>Mediano Productor</b>
<b>FORMULAS</b>		<b>Sr. Néstor Chávez</b>
<b>2. MARGEN DE UTILIDAD BRUTA</b>		
Utilidad Bruta	84.251,29	19%
Ventas Netas	431.054,36	

Determina cuanto se ha alcanzado por cada dólar vendido luego de deducir el costo de ventas, los resultados obtenidos en el productor fue:

Mediano Productor Bananero el 19%

		<b>Mediano Productor</b>	
<b>FORMULAS</b>		<b>Sr. Néstor Chávez</b>	
<b>3. MARGEN DE OPERACIÓN</b>			
<u>Utilidad de operación</u>	50.294,14		11
Ventas Netas	431.054,36		

Los ingresos que adquieren los productores bananeros después de pagar los gastos administrativos Mediano Productor el 11%

### **3.2.3.3 Índices de Rentabilidad**

		<b>Mediano Productor</b>	
<b>FORMULAS</b>		<b>Sr. Nestor Chavez</b>	
<b>TAZA DE RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIONES</b>			
<b>1. EN ACTIVOS</b>			
<u>Utilidad de operación</u>	50.294,14		16%
Promedio de Act.Tot.	<b>305.764,11</b>		

En este ratio demuestra que por cada dólar invertido en activos retorna para la entidad Mediano Productor Bananero el 16% cuenta con un mínimo porcentaje de rendimiento por que sus utilidades son bajas.

		<b>Mediano Productor</b>	
<b>FORMULAS</b>		<b>Sr. Néstor Chávez</b>	
<b>2. TAZA DE RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSION</b>			
<u>Utilidad Neta</u>	50.294,14		2.4
Patrimonio	<u>204.831,11</u>		

El rendimiento porcentual por cada dólar invertido en las actividades productoras ha generado para el Mediano Productor Bananero el 2.4%

### 3.2.3.4. Índices de Endeudamiento

Mediano Productor		
FORMULAS	Sr. NestorChavez	
<b>1. RAZON DE PATRIMONIO A PASIVO</b>		
Patrimonio	<u>204831.11</u>	24,2%
Pasivo	100933.00	

Este índice nos permite deducir que por cada dólar que adeudan a corto plazo, observando que el Mediano Productor Bananero con el 24,2

Mediano Productor		
FORMULAS	Sr. Néstor Chávez	
<b>3. RAZON DE PATRIMONIO A ACTIVO</b>		
Patrimonio	<u>204.831,11</u>	0,66
Activo	<b>305764.11</b>	

Permite conocer que gracias al aporte de capital de sus propietarios los productores bananeros en estudio han adquirido activos para el Mediano productor con 0,66 no superan a uno mostrando que sus activos no son representativos.



<b>FORMULAS</b>	<b>Mediano Productor</b>	
	<b>Sr. NestorChavez</b>	
<b>4. RAZON DE PASIVO A ACTIVO</b>		
Pasivo	100.933,00	3.3
Activo	<b>305764.11</b>	

Esta razón demuestra la inversión total en activo que ha sido financiado por los acreedores, en términos generales, los resultados Mediano productor con 3.3% posee un mínimo endeudamiento en relación a sus activos.

### 3.2.4. Cálculo y Análisis de la TIR y el VAN

<b>MEDIANO PRODUCTOR</b>	
<b>Sr. Néstor Chávez</b>	
<b>Inversión</b>	-80.763,00
<b>Año 1</b>	50.294,14
<b>Año 2</b>	54.317,67
<b>Año 3</b>	58.663,08
<b>Año 4</b>	63.356,13
<b>Año 5</b>	68.424,62
<b>Tasa de descuento</b>	<b>7%</b>
<b>VAN</b>	158.690,48
<b>TIR</b>	62%

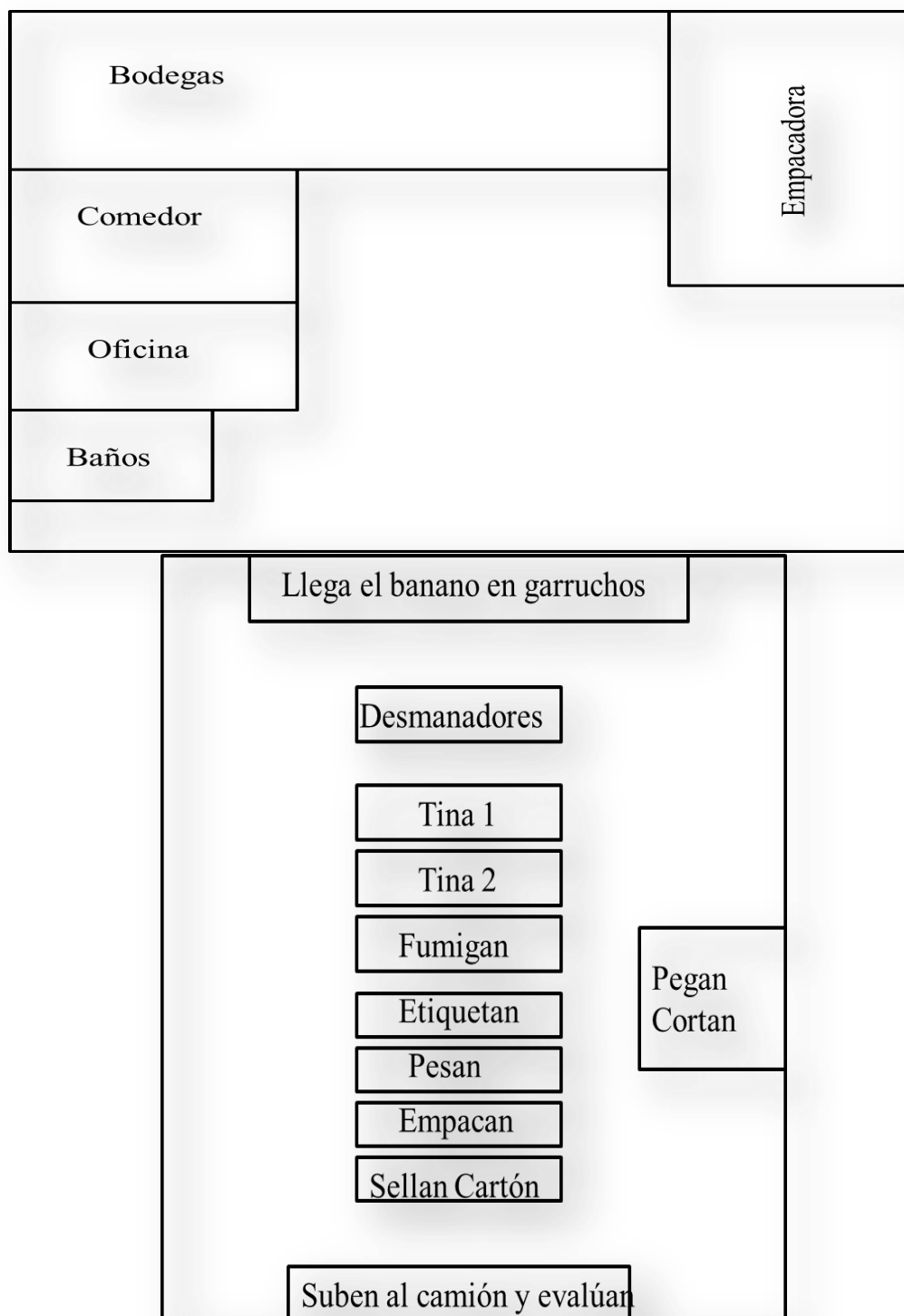
### **3.2.4.1. VALOR ACTUAL NETO**

Se deduce que el VAN de los productores es superior a cero, con una tasa de descuento del 7% para las tres entidades presentando su VPN de la siguiente forma el Mediano Productor Bananero con el Van de \$158.690,48prevaleciendo al origen de la inversión que es de \$80.763,00 convirtiéndolo en factible

### **3.2.4.2. TASA INTERNA DE RETORNO**

La TIR evalúa en tasa única de rendimiento por periodos, lo cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual conociendo que la TIR para el Mediano Productor Bananero la TIR es de 62 %

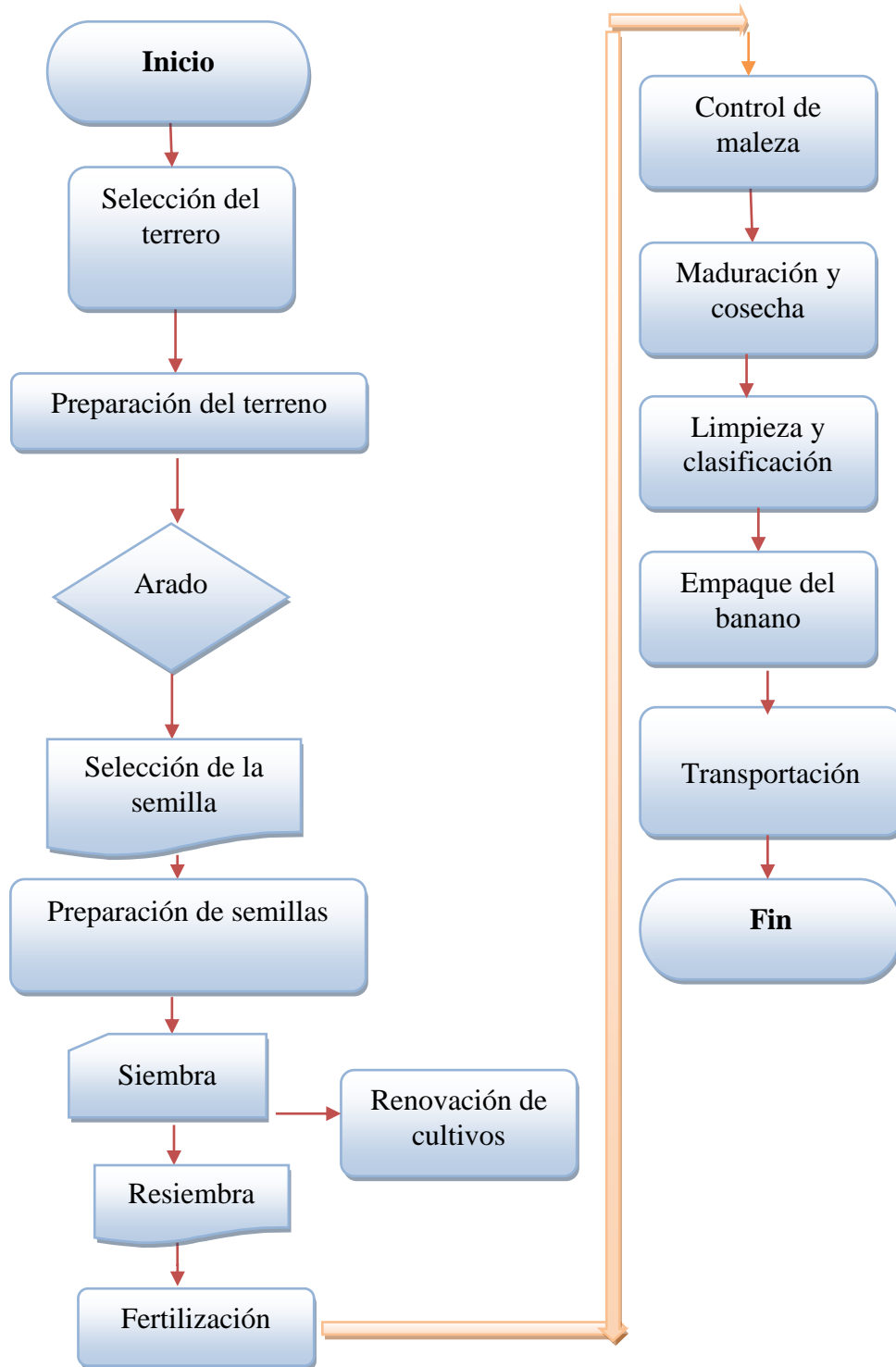
### 3.2.5. DISTRIBUCIÓN EN PLANTA GRÁFICO 21



**Fuente:** Proceso del banano  
**Realizado por:** OlveraResabalaEvelin Lisseth

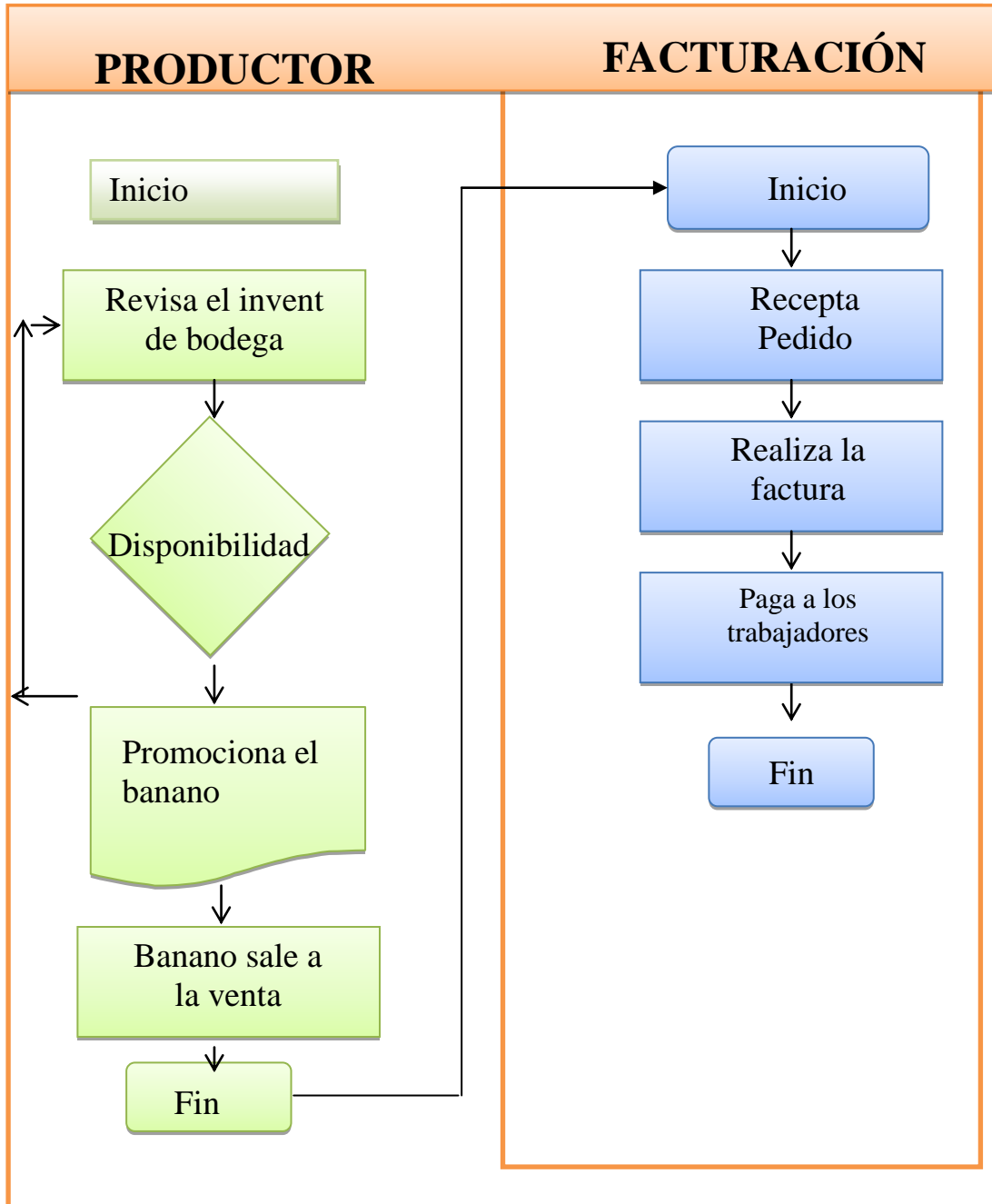
### 3.2.6. FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN

GRAFICO 22



**Fuente:** Proceso del banano  
**Realizado por:** Evelin Olvera Resabala

3.2.7 FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN  
PRODUCTOR MEDIANO  
GRAFICO 23



Fuente: Proceso del banano  
Realizado por: Evelin Olvera Resabala

### 3.2.8 CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN MEDIANO PRODUCTOR

CUADRO 34

<b>Determinación del precio</b>	Productor	Comprador	Mercado	Otros
<b>Canales de distribución</b>	Consumidor	Mayoristas	Minoristas	Otros
<b>Realización de promoción</b>	Siempre	Casi siempre	De repente	Nunca
<b>Realización de publicidad</b>	Siempre	Casi siempre	De repente	Nunca
<b>Forma de pago</b>	Efectivo	Cheque	Crédito	Otro
<b>Mercado</b>	Local	Regional	Nacional	Internacional
<b>Periodicidad de venta</b>	Semanal	Mensual	Trimestral	Semestral

**Realizado por:** Evelin Olvera Resabala

En la producción de banano medianos productores el precio ya está estimado en el mercado. De acuerdo a los canales de distribución se la realiza a los mayoristas. Observando se dice que los productores realizan promoción y la publicidad, de repente, para de esta forma persuadir e informar al mercado sobre los productos de la empresa.

El pago, en contraposición a los cobros, será una salida de dinero de nuestra empresa para hacer frente a alguna obligación adquirida, como que debamos una factura a un proveedor, devolvamos un préstamo al banco, etc. Ya vemos que, de entrada, esto de pagar no le va a gustar mucho a nadie, pero ¡qué le vamos a hacer! La forma de pago en los medianos productores es en cheque. Se da un mercado internacional y las ventas son efectuadas semanalmente.

### **3.2.9. Conclusiones Específicas**

#### **3.2.9.1. Producción**

El patrimonio inicial es mayor a los pasivos iniciales. Lo mismo ocurre con el patrimonio final y los pasivos finales en el periodo anual 2011.

En la producción el mayor costo es de materia prima, mientras que el menor costo es el relacionado con el Costo Indirecto de Fabricación. Los ingresos totales por ventas son ascendientes que los egresos totales del negocio lo cual resulta con una utilidad neta positiva.

Los ingresos adquiridos por las ventas permiten cubrir los gastos de materia prima, mano de obra, gastos indirectos de fabricación, gastos administrativos, reparto de utilidades, impuesto a la renta y la reserva legal.

#### **3.2.9.2. Rentabilidad**

El VAN 2011 – 2015 es igual a \$ 158.690,48; existiendo un valor positivo, indica que la producción del banano es rentable desde el punto de vista financiero.

La TIR tiene el valor de 62 %siendo mayor que la TIO del 7%, se puede determinar que el negocio de producción y comercialización de banano es rentable.

### **3.3 Pequeño Productor del Banano**

#### ***3.3.1 Antecedentes***

El pequeño comerciante el Sr. Gerardo Altamirano, dedicado a la producción bananera desde hace 7 años, tiene una superficie plantada de aproximadamente 40 hectáreas, con infraestructura de 400 m<sup>2</sup>, así mismo cuenta con una oficina de 20 m<sup>2</sup>, en la puede atender sus procesos administrativos.

La producción de banano lo realiza a nivel regional y nacional, razón por la cual el productor estima conveniente ampliar el mercado, de este modo generaría fuentes de trabajo y a la vez obtendría una mejor rentabilidad en su negocio.

El Sr. Altamirano actualmente utiliza el recurso del crédito, financiado por el Banco Nacional del Fomento. Así mismo, cree que es necesario de ampliar la infraestructura que posee para mejorar el espacio que requieren sus trabajadores, que son alrededor de 45 personas, de igual manera, necesita de asesoría técnica y modernizar sus herramientas equipos y maquinarias para ofertar un producto de buena calidad.

Debido a que este tipo de negocios es rentable, el productor asevera continuar con esta actividad, ya que cuenta con el apoyo de gobiernos seccionales, en programas de productividad que ayudan al desarrollo de la producción bananera, actualmente el Sr. Altamirano se encuentra afiliado a una asociación de productores que se dedican a esta actividad, en la que obtienen excelentes beneficios.



### 3.3.1.1. Análisis FODA

**CUADRO 35**

FACTORES INTERNOS Controlables		FACTORES EXTERNOS No controlables	
<b>FORTALEZAS</b>		<b>OPORTUNIDADES</b>	
Producción semanal		Ampliar el mercado	
Determinación del precio		Apoyo de gobiernos seccionales	
Afiliación a asaciones			
<b>DEBILIDADES</b>		<b>AMENAZAS</b>	
Publicidad insuficiente		Gran competencia	
Ampliar infraestructura		Poco crédito bancario	
Modernización de herramientas equipos o maquinarias			

**Realizado por:** Evelin Olvera Resabala

**3.3.2. Estado Financieros**  
**ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL**  
**PEQUEÑO PRODUCTOR**  
**ENERO DEL 2011**  
**CUADRO 36**

<b>ACTIVO</b>					
<b>ACTIVO CORRIENTES</b>					
<b>DISPONIBLE</b>					
Caja				5.550,00	
<b>EXIGIBLE</b>					
Cuentas por Cobrar				1.000,00	
<b>REALIZABLE</b>					
<b>INVENTARIOS DE MATERIAS PRIMAS</b>					80.490,00
	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>		
<b>MATERIA PRIMA EN PROCESO</b>				22.690,00	
Semillas	700	0,70	490,00		
Banano por cosechar (planta convencional)	6.000	3,70	22.200,00		
<b>Inventario de producción en proceso 1/1</b>				35.000,00	
Banano cosechado (planta convencional)	5.000	7,00	35.000,00		
<b>Inventario de producción terminados 1/1</b>				22.800,00	
Cajas de banano convencional	4.000	5,70	22.800,00		
<b>Inventarios de Insumos</b>				545,00	
Fungicidas Químicos (galones)	10	23,00	230,00		
Herbicidas Químicos (galones)	15	15,00	225,00		
Fertilizantes Químicos (quintales)	5	18,00	90,00		
<b>Inventario de Herramientas</b>				10.608,00	
Hoz	10	1,20	12,00		
Podón	8	3,00	24,00		
Rozadora guadaña	2	654,00	1.308,00		
Aspersores pateros (riego)	200	25,00	5.000,00		
Bomba de riego (cater pila)	1	2.580,00	2.580,00		
Bombas manuales	2	80,00	160,00		
Machete	10	5,00	50,00		
Moto bomba	1	364,00	364,00		
Palancas	10	2,00	20,00		
Protectores (paquetes de 100)	25	20,00	500,00		
Garruchas	40	8,00	320,00		
Palillos	40	3,00	120,00		
Cunas	6	25,00	150,00		
<b>Inventario de materiales</b>				13.504,00	
Zuncho (rollo)	1	40,00	40,00		
Cinta roja (rollos)	2	10,00	20,00		
Cinta amarilla (rollos)	2	10,00	20,00		

Cinta blanca (rollos)	2	10,00	20,00		
Cinta negra (rollos)	2	10,00	20,00		
Cinta verde (rollos)	2	10,00	20,00		
Cinta azul (rollos)	2	10,00	20,00		
Cinta lila (rollos)	2	10,00	20,00		
Cinta ploma (rollos)	2	10,00	20,00		
Cinta tomate (rollos)	2	10,00	20,00		
Cinta celeste (rollos)	2	10,00	20,00		
Cinta café (rollos)	2	10,00	20,00		
Cinta rosada (rollos)	2	10,00	20,00		
Corbatín	120	3,00	360,00		
Fundas (paquete de 300)	20	20,00	400,00		
Etiquetas ( 5000 por rollo)	24	10,00	240,00		
Cartón (tapa, fondo, cartulina)	4.000	3,00	12.000,00		
Fundas de empaque (paquetes / 500)	8	25,00	200,00		
Ligas	8	3,00	24,00		
<b>Suministros de oficina</b>				12,35	
Carpetas	10	0,25	2,50		
Cuadernos	1	1,20	1,20		
Lápiz	2	0,50	1,00		
Borrador	1	0,25	0,25		
Marcadores	1	0,80	0,80		
Lápiz de color	1	0,60	0,60		
Hojas unitarias (resmas)	1	6,00	6,00		
<b>TOTAL DE ACTIVO CORRIENTE</b>					<u>111.709,35</u>
<b>ACTIVO NO CORRIENTES</b>					-
<b>FIJO DEPRECIABLE</b>					
<b>Muebles y enseres</b>				195,00	126,75
Escritorios	1	88,00	88,00		
Sillas platicas	2	6,00	12,00		
Sillas de escritorio	1	25,00	25,00		
Archivadores	1	70,00	70,00		
(-) Depreciación Acumulada muebles y enseres				<u>68,25</u>	
<b>Equipos de oficina</b>				603,00	345,00
Computadora	1	560,00	560,00		
Calculadora	1	40,00	40,00		
Grapadoras	1	3,00	3,00		
(-) Depreciación Acumulada equipos de oficina				<u>258</u>	
<b>Vehículo</b>				55.000,00	44.000,00
Camiones	1	35.000,00	35.000,00		
Camiones 350 de carga	1	20.000,00	20.000,00		

(-) Depreciación Acumulada vehículo				<u>11.000,00</u>	
<b>FIJO NO DEPRECIABLE</b>					
<b>Terreno</b>					64.000,00
Terrenos (has.)	8	8.000,00	64.000,00		
<b>TOTAL DE ACTIVO NO CORRIENTE</b>					<u>108.471,75</u>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>					<b>226.731,10</b>
<b>PASIVOS</b>					
<b>PASIVO CORRIENTES</b>				17.421,69	
cuentas por pagar			8.625,69		
Sueldos y Salarios	45	192,00	8.640,00		
Servicios Básicos			156,00		
<b>PASIVOS A LARGO PLAZO</b>				32.987,00	
hipoteca por pagar			32.987,00		
<b>TOTAL DE PASIVOS</b>					<b>50.408,69</b>
<b>PATRIMONIO</b>					<b>176.322,41</b>
CAPITAL SOCIAL				<b>176.322,41</b>	
<b>TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO</b>					<b>226.731,10</b>

---

CONTADOR

---

PROPIETARIO

**BALANCE GENERAL  
PEQUEÑO PRODUCTOR  
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011  
CUADRO 37**

<b>ACTIVO</b>					
<b>ACTIVO CORRIENTES</b>					
<b>DISPONIBLE</b>					6.000,00
Caja				6.000,00	
<b>EXIGIBLE</b>					2.000,00
Cuentas por Cobrar				2.000,00	
<b>REALIZABLE</b>					
<b>INVENTARIOS DE MATERIAS PRIMAS</b>					98.248,40
	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>		
<b>MATERIA PRIMA EN PROCESO</b>				30.898,40	
Semillas	750	0,70	525,00		
Banano por cosechar (planta convencional)	7.993	3,80	30.373,40		
<b>Inventario de producción en proceso 1/1</b>				41.250,00	
Banano cosechado (planta convencional)	5.500	7,50	41.250,00		
<b>Inventario de producción terminados 1/1</b>				26.100,00	
Cajas de banano convencional	4.500	5,80	26.100,00		
<b>Inventarios de Insumos</b>				634,00	
Fungicidas Químicos (galones)	11	24,00	264,00		
Herbicidas Químicos (galones)	16	16,00	256,00		
Fertilizantes Químicos (quintales)	6	19,00	114,00		
<b>Inventario de Herramientas</b>				11.065,00	
Hoz	12	1,50	18,00		
Podón	10	3,50	35,00		
Rozadora guadaña	1	700,00	700,00		
Aspersores pateros (riego)	200	27,00	5.400,00		
Bomba de riego (cater pila)	1	2.675,00	2.675,00		
Bombas manuales	3	85,00	255,00		
Machete	16	7,00	112,00		
Moto bomba	1	400,00	400,00		
Palancas	12	3,00	36,00		
Protectores (paquetes de 100)	30	22,00	660,00		
Garruchas	45	9,00	405,00		
Palillos	45	4,00	180,00		
Cunas	7	27,00	189,00		
<b>Inventario de materiales</b>				22.023,00	
Zuncho (rollo)	2	41,00	82,00		
Cinta roja (rollos)	3	11,00	33,00		

Cinta amarilla (rollos)	3	11,00	33,00		
Cinta blanca (rollos)	3	11,00	33,00		
Cinta negra (rollos)	3	11,00	33,00		
Cinta verde (rollos)	3	11,00	33,00		
Cinta azul (rollos)	3	11,00	33,00		
Cinta lila (rollos)	3	11,00	33,00		
Cinta ploma (rollos)	3	11,00	33,00		
Cinta tomate (rollos)	3	11,00	33,00		
Cinta celeste (rollos)	3	11,00	33,00		
Cinta café (rollos)	3	11,00	33,00		
Cinta rosada (rollos)	3	11,00	33,00		
Corbatín	150	3,00	450,00		
Fundas (paquete de 300)	25	22,00	550,00		
Etiquetas ( 5000 por rollo)	25	11,00	275,00		
Cartón (tapa, fondo, cartulina)	5.000	4,00	20.000,00		
Fundas de empaque (paquetes / 500)	9	26,00	234,00		
Ligas	9	4,00	36,00		
<b>Suministros de oficina</b>				53,40	
Carpetas	15	0,25	3,75		
Cuadernos	10	1,20	12,00		
Lápiz	4	0,50	2,00		
Borrador	5	0,25	1,25		
Marcadores	10	0,80	8,00		
Lápiz de color	14	0,60	8,40		
Hojas unitarias (resmas)	3	6,00	18,00		
<b>TOTAL DE ACTIVO CORRIENTE</b>					140.023,80
<b>ACTIVO NO CORRIENTES</b>					-
<b>FIJO DEPRECIABLE</b>					
<b>Muebles y enseres</b>				195,00	107,25
Escritorios	1	88,00	88,00		
Sillas platicas	2	6,00	12,00		
Sillas de escritorio	1	25,00	25,00		
Archivadores	1	70,00	70,00		
(-) Depreciación Acumulada muebles y enseres				87,75	
<b>Equipos de oficina</b>				603,00	164,10
Computadora	1	560,00	560,00		
Calculadora	1	40,00	40,00		
Grapadoras	1	3,00	3,00		
(-) Depreciación Acumulada equipos de oficina				438,9	
<b>Vehículo</b>				55.000,00	33.000,00
Camiones	1	35.000,00	35.000,00		
Camiones 350 de carga	1	20.000,00	20.000,00		

(-) Depreciación Acumulada vehículo				<u>22.000,00</u>	
<b>FIJO NO DEPRECIABLE</b>				64.000,00	
<b>Terreno</b>					
Terrenos (has.)	8	8.000,00	64.000,00		64.000,00
<b>TOTAL DE ACTIVO DIFERIDO</b>					<u>97.271,35</u>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>					<b>237.295,15</b>
<b>PASIVOS</b>					
<b>PASIVO CORRIENTES</b>				13.010,00	
cuentas por pagar			3.500,00		
Sueldos y Salarios (personar de campo)	55	170,00	9.350,00		
Servicios Básicos			160,00		
<b>PASIVOS A LARGO PLAZO</b>				30.000,00	
hipoteca por pagar			30.000,00		
<b>TOTAL DE PASIVOS</b>					<u>43.010,00</u>
<b>PATRIMONIO</b>					<u>194.285,15</u>
<b>CAPITAL</b>					-
Capital social				<b>176.322,41</b>	
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>				17.962,74	
<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL</b>					237.295,15

---

CONTADOR

---

PROPIETARIO

**ESTADO DE RESULTADOS  
PEQUEÑO PRODUCTOR  
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011  
CUADRO 38**

<b>INGRESOS</b>		
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		
VENTAS		109.949,31
(-)COSTO DE PRODUCCION		<u>68.546,17</u>
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		41.403,14
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>		
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		23.440,40
Sueldos y Salarios	9.600,00	
Servicios Básicos	2.040,00	
Depreciación muebles y enseres	619,5	
Depreciación vehículo	11.000,00	
Depreciación equipo de oficina	180,9	
<b>Utilidad Operacional</b>		17.962,74

---

CONTADOR

---

PROPIETARIO



**ESTADO DE COSTO DE PRODUCCIÓN  
PEQUEÑO PRODUCTOR  
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011**

**CUADRO 39**

<b>MATERIALES DIRECTOS UTILIZADOS</b>		87.341,60
Inventario Inicial de materia prima	80.490,00	
compras	105.100,00	
<b>Materia prima para producción</b>	<u>185.590,00</u>	
Inventario Final de materia prima	98.248,40	
<b>MANO DE OBRA DIRECTA UTILIZADA</b>	-	16.854,57
<b>COSTO PRIMO</b>		104.196,17
<b>COSTO DE PRODUCCION DEL PERIODO</b>		139.196,17
<b>Inventario de producción inicial</b>		35.000,00
Banano cosechado (planta convencional)	<u>35.000,00</u>	
<b>Costo de productos en proceso</b>		97.946,17
<b>Inventario de producción final</b>		41.250,00
Banano cosechado (planta convencional)	<u>41.250,00</u>	
<b>Costo de productos terminados</b>		120.746,17
<b>Inventario de producción inicial</b>		22.800,00
Cajas de banano convencional	<u>22.800,00</u>	
<b>Costo de productos disponibles para la venta</b>		94.646,17
<b>Inventario de producción final</b>		26100
Cajas de banano convencional	26.100,00	
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>		68.546,17

---

CONTADOR

---

PROPIETARIO

Para calcular el Valor Total del Estado de Costo de Producción, en Pequeños Productores; se utiliza la siguiente fórmula:

Cantidad \* el Valor Unitario

Mientras que el Costo de Producción = Subtotal de Materia Prima + subtotal de Mano de Obra + subtotal de Gasto de Fabricación – Inventario final de Materia Prima.

En lo concerniente a Gasto de Fabricación; la cuenta de Servicios Básicos, Insumos y Materiales para las plantaciones, fue hallada en el Balance General.

**ESTADO DE FLUJO DE CAJA  
PEQUEÑO PRODUCTOR  
DEL 1 DE ENERO DEL 2011 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015  
CUADRO 40**

	0	AÑOS				
		2011	2012	2013	2014	2015
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		109.949,31	<b>118.745,25</b>	<b>128.244,88</b>	<b>138.504,47</b>	<b>149.584,82</b>
Ventas		109.949,31	118.745,25	128.244,88	138.504,47	149.584,82
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>91.986,57</b>	<b>99.345,50</b>	<b>107.293,14</b>	<b>115.876,59</b>	<b>125.146,71</b>
Costo de Producción		<u>68.546,17</u>	74.029,86	79.952,25	86.348,43	93.256,31
Gastos de Administración		23.440,40	25.315,63	27.340,88	29.528,15	31.890,41
INVERSIÓN						
<b>FLUJO FONDOS NETO</b>	<b>-26.172,00</b>	17.962,74	19.399,76	20.951,74	22.627,88	24.438,11

---

CONTADOR

---

PROPIETARIO

Explicando que, para sacar los valores que se muestran en los años siguientes, se ha correspondido a multiplicar por el 8% (por incremento del costo de vida anual) a cada valor de cada año

### 3.3.3. Cálculo y Análisis de los Ratios Financieros de los Productores de Banano.

#### 3.4.1 Índices de Liquides

FORMULAS	Pequeño Productor Sr. Gerardo Altamirano	
1. RAZON CORRIENTE		
<u>Activo Corriente=</u>		
	140.023,80	10,76
Pasivo Corriente	13.010,00	

Los productores bananeros en su razón corriente en el año 2011, nos indica que tienen capacidad para responder a sus proveedores con sus activos circulantes. Lo que significa que por cada dólar adecuado por las entidades disponen con el Pequeño Productor Bananero 10,76%, número de veces para cubrir sus obligaciones.

FORMULAS	Pequeño Productor Sr. Gerardo Altamirano	
2. PRUEBA DE ACIDO		
Activo Corriente - Inventarios	140.023,80 - 98.248,40	3,2
Pasivo Corriente	13.010,00	

En su prueba ácida las entidades reflejan que por cada dólar que adeuda tienen para cubrir sus obligaciones más exigentes, el Pequeño Productor Bananero con 3,2 números de veces demostrándonos que no es necesario que vendan sus inventarios para cubrir sus deudas.

FORMULAS	Pequeño Productor Sr. Gerardo Altamirano	
3. ROTACION DE INV PRODUCTOS TERMINADOS		
<u>Costo de Producción</u>	<u>68.546,17</u>	2,62
Promedio Inv Artículos Term.	26.100,00	

En su rotación de inventarios terminados los productores bananeros manifiestan el número de veces que cambian cada año, el Pequeño Productor Bananero 2,62, es decir la rapidez con la que los inventarios se convierten en efectivo a través del costo de producción.

FORMULAS	Pequeño Productor Sr. Gerardo Altamirano	
4. ROTACION DE INVENTARIO ANTICIPADOS EN PROCESO		
<u>Costo de Producción</u>	<u>68.546,1716,66</u>	
Promedio Inv. deProd.	41.250,00	
Proceso		

Su rotación de inventario anticipados en proceso los productores bananeros reflejan 16,66 el número de días que el inventario de productos en proceso permanece el Pequeño Productor Bananero en el año.

FORMULAS	Pequeño Productor Sr. Gerardo Altamirano	
5. ROTACION DE INVENTARIO DE MATERIALES		
<u>Materiales utilizados</u>	<u>22.023,001,00</u>	
Promedio Inv. de materiales	22.023,00	

En el periodo del 2011 los productores bananeros rotan los materiales utilizados con el Pequeño Productor Bananero 1, demostrando que el promedio del inventario de materiales es utilizado adecuadamente.

### 3.3.3.2 Índices de Productividad

FORMULAS	Pequeño Productor Sr. Gerardo Altamirano	
1. MARGEN DE UTILIDAD		
Utilidad Neta	17.962,74	16
Ventas Netas	109.949,31	

Permite concluir que los productores bananeros que han generado utilidades equivalentes el 16% Pequeño Productor tiene una utilidad representativa como podemos observar las utilidades que genera este último es baja al respecto con los productores luego de realizar sus respectivas ventas.

FORMULAS	Pequeño Productor Sr. Gerardo Altamirano	
2. MARGEN DE UTILIDAD BRUTA		
Utilidad Bruta	39611.00	19,76
Ventas Netas	41.403,14	

Determina cuanto se ha alcanzado por cada dólar vendido luego de deducir el costo de ventas, los resultados obtenidos en los productores fue Pequeño Productor Bananero el 19,76%. Concluyendo que los costos de ventas es menor.

FORMULAS	Pequeño Productor Sr. Gerardo Altamirano	
3. MARGEN DE OPERACIÓN		
<u>Utilidad de operación</u>	17.962,74	16.89%
Ventas Netas	109.949,31	

Los ingresos que adquieren los productores bananeros después de pagar los gastos administrativos para el Pequeño Productor 16,89 %, demostrando que el Pequeño Productor genera menos gastos en las ventas de banano.

### 3.3.3.3. Índices de Rentabilidad

FORMULAS	Pequeño Productor Sr. Gerardo Altamirano	
1. TAZA DE RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIONES EN ACTIVOS		
<u>Utilidad de operación</u>	17.962,74	7,87%
Promedio de Act.Tot.	237.295,15	

En este ratio demuestra que por cada dólar invertido en activos retorna para la entidad para Pequeño Productor Bananero el 7,87% cuenta con un mínimo porcentaje de rendimiento por que sus utilidades son bajas.

FORMULAS	Pequeño Productor Sr. Gerardo Altamirano	
2. TAZA DE RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSION		
<u>Utilidad Neta</u>	17.962,74	10,98
Patrimonio	<b>176.322,41</b>	

El rendimiento porcentual por cada dólar invertido en las actividades productoras ha generado para el para Pequeño Productor Bananero el 10,98%.

### 3.3.3.4 Índices de Endeudamiento

FORMULAS	Pequeño Productor Sr. Gerardo Altamirano	
1.	RAZON DE PATRIMONIO A PASIVO	
Patrimonio	<b>176.322,41</b>	3,50
Pasivo	<u>50.408,69</u>	

Este índice nos permite deducir que por cada dólar que adeudan a corto plazo, observando el Pequeño Productor Bananero con el 3,50

FORMULAS	Pequeño Productor Sr. Gerardo Altamirano	
3.	RAZON DE PATRIMONIO A ACTIVO	
Patrimonio	<b>176.322,41</b>	0,77
Activo	<b>226.731,10</b>	

Permite conocer que gracias al aporte de capital de sus propietarios los productores bananeros en estudio han adquirido activos para Pequeño Productor con 0,77 observando que los tres productores no superan a uno mostrando que sus activos no son representativos.

FORMULAS	Pequeño Productor Sr. Gerardo Altamirano	
4.	RAZON DE PASIVO A ACTIVO	
Pasivo	<u>50.408,69</u>	2,22%
Activo	<b>226.731,10</b>	



Esta razón demuestra la inversión total en activo que ha sido financiado por los acreedores, en términos generales, los resultados obtenidos en los productores de banano Pequeño Productor con 2,22%,

### 3.3.4. Cálculo y Análisis de la TIR y el VAN

	<b>PEQUEÑO PRODUCTOR Sr. Gerardo Altamirano</b>
Inversión	<b>-261.172,00</b>
Año 1	17.962,74
Año 2	19399,76
Año 3	20.951,74
Año 4	22.627,88
Año 5	24.438,11
Tasa de descuento	7%
VAN	\$ 59.349,70
TIR	69

#### 3.3.4.1. VALOR ACTUAL NETO

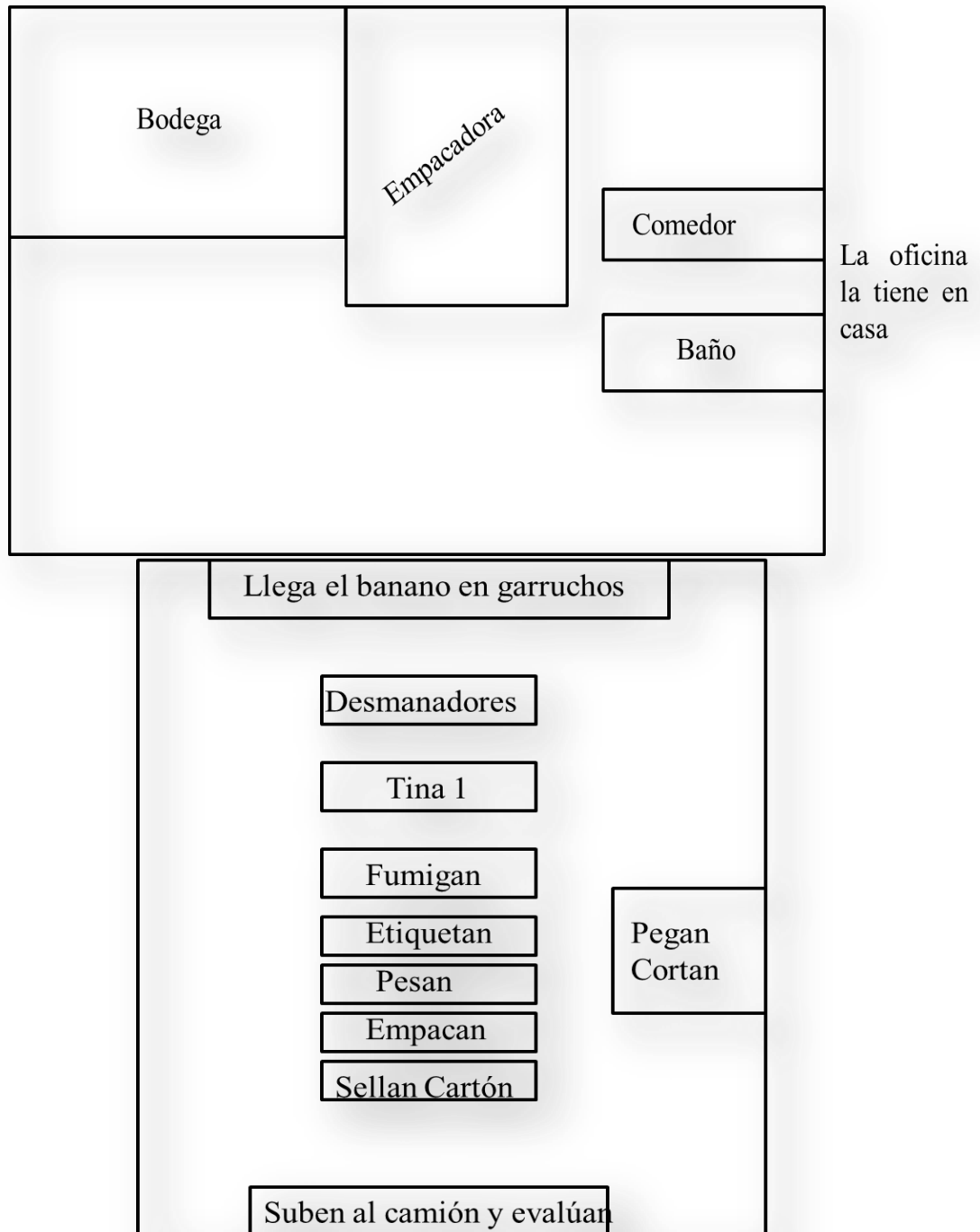
Se deduce que el VAN de los productores es superior a cero, con una tasa de descuento del 7% para las tres entidades presentando su VPN de la siguiente forma para el Pequeño Productor Bananero con un VAN de \$59.349,70 predominando al principio de la inversión que es de \$26.172,00

#### 3.3.4.2. TASA INTERNA DE RETORNO

La TIR evalúa en tasa única de rendimiento por periodos, lo cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual conociendo que la TIR para el pequeño productor bananero con un TIR del 69%.

### 3.3.5. DISTRIBUCIÓN EN PLANTA

GRÁFICO 24

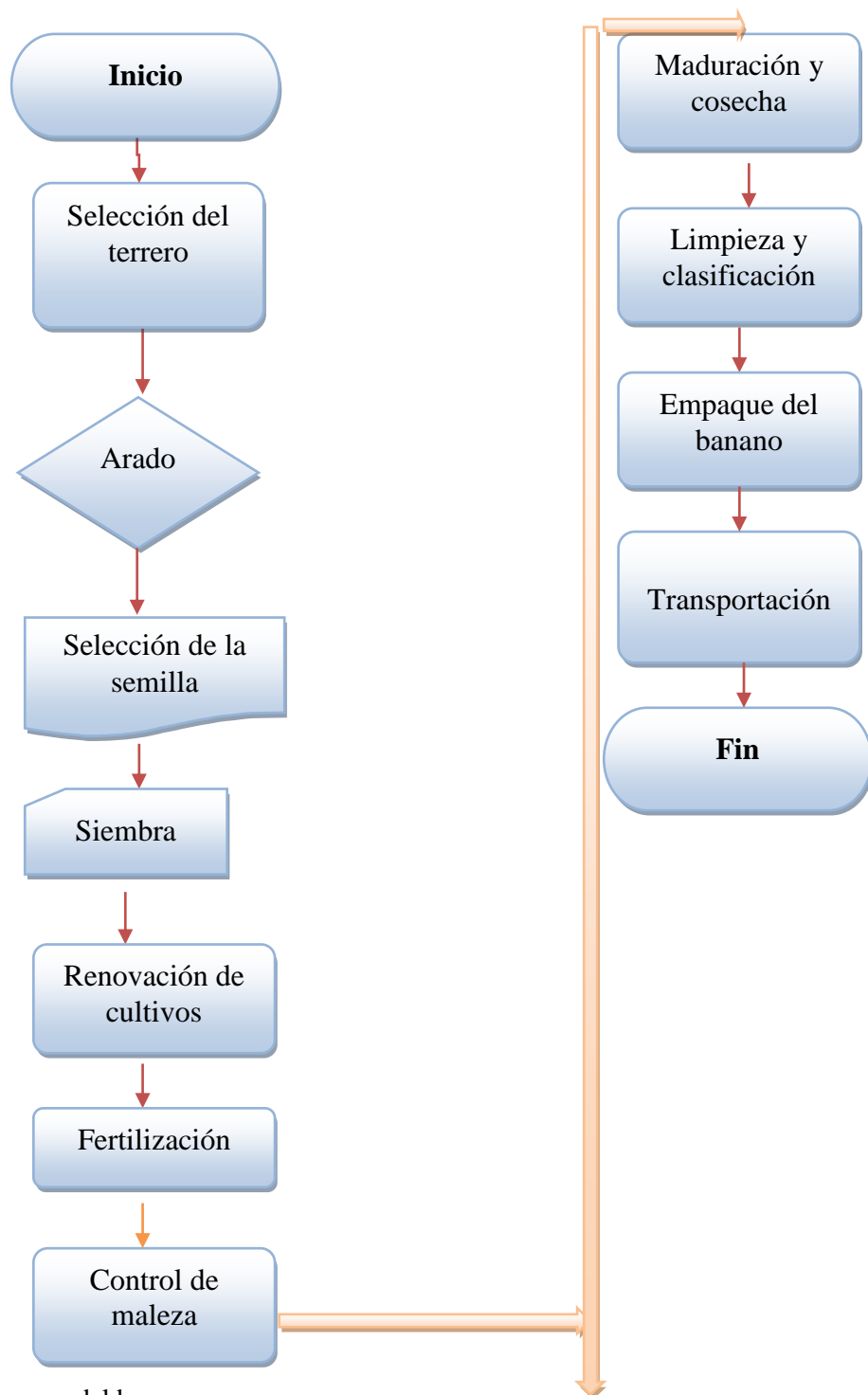


**Fuente:** Proceso del banano

**Realizado por:** Olvera ResabalaEvelin Lisseth

### 3.3.6. FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN

GRAFICO 25

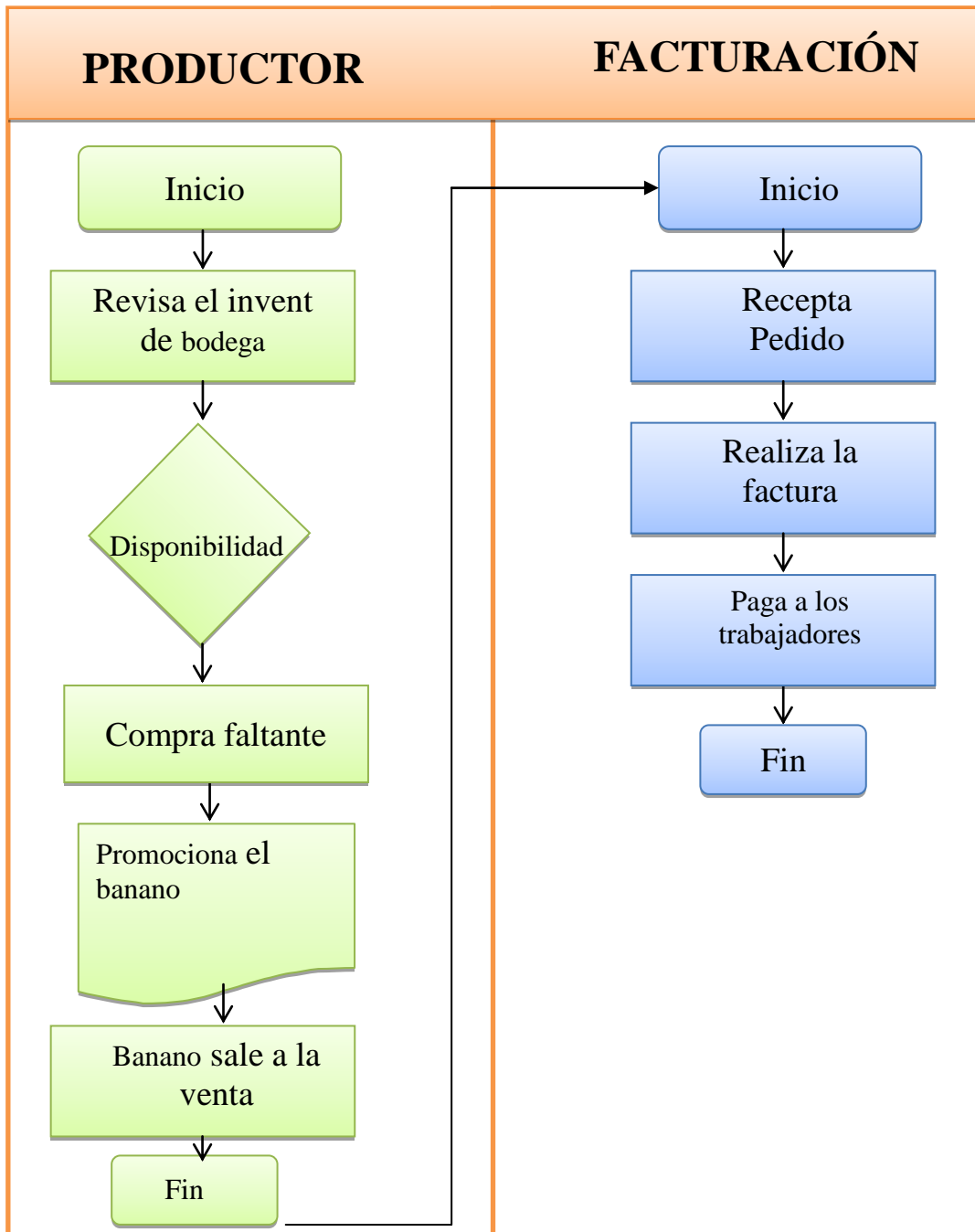


Fuente: Proceso del banano

Realizado por: Evelin Olvera Resabala

### 3.3.7 FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN PRODUCTOR GRANDE

GRAFICO 26



**Fuente:** Proceso del banano  
**Realizado por:** Evelin Olvera Resabala

### 3.3.8 CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN MEDIANO PRODUCTOR

CUADRO 41

Determinación del precio	Productor	Comprador	Mercado	Otros
Canales de distribución	Consumidor	Mayoristas	Minoristas	Otros
Realización de promoción	Siempre	Casi siempre	De repente	Nunca
Realización de publicidad	Siempre	Casi siempre	De repente	Nunca
Forma de pago	Efectivo	Cheque	Crédito	Otro
Mercado	Local	Regional	Nacional	Internacional
Periodicidad de venta	Semanal	Mensual	Trimestral	Semestral

Realizado por: Evelin Olvera Resabala

En la producción de pequeños productores del banano el precio es establecido por el productor. La distribución es indirecta entre el minorista y consumidor. La promoción es realizada por los productores de repente. La publicidad es una excelente técnica para irradiar sobre nuestro producto y/o servicio, pero en este se la aplica de repente. La forma de pago que se recibe es en efectivo.

En la producción de pequeños productores del banano el mercado es regional y nacional y la venta del mismo es semanal.

### **3.3.9. Conclusiones Específicas**

#### **3.3.9.1. Producción**

El patrimonio inicial es superior a los pasivos iniciales. Se indica semejante el patrimonio final y los pasivos finales en el periodo anual 2011.

En la producción el mayor costo es gastos indirectos de fabricación, siendo el menor costo relacionado con la Materia Prima. Los ingresos generales por ventas son mayores que los egresos globales del negocio lo cual genera una utilidad neta positiva.

Los ingresos por ventas permiten cumplir con materia prima, mano de obra, gastos indirectos de fabricación, gastos administrativos, reparto de utilidades, impuesto a la renta y la reserva legal.

#### **3.3.9.2. Rentabilidad**

El VAN 2011 – 2015 es igual a \$ 59.349,70; siendo un valor positivo que indica una producción bananera ventajosa desde el punto de vista financiero.

La TIR tiene el valor de 69%, siendo mayor que la TIO del 7%, se puede determinar que el negocio de producción y comercialización de banano es rentable.

### **3.4. El Proceso de Producción de Banano de los Tres Productores de Banano se detalla de la Siguiete Forma**

**3.4.1. Selección del terreno:** Se lo realiza seleccionando mejores suelos agrícolas y la preparación de estos mediante su apropiada limpieza, mecanización e implementación de drenajes y canales de riego para proceder a la siembra.

**3.4.2. Selección de semilla:** El principal elemento en el establecimiento de una nueva plantación de banano es la selección de una nueva semilla (sea esta cepa, cebollín o meristemo), por lo tanto escoger semillas sanas para evitar problemas de sanidad a corto y mediano plazo.

**3.4.3. Siembra:** Por esta razón posee su propio sistema de programación con plántulas de producción local y otras importadas. Se siembra la variedad de banano de William, de alta productividad que exige tecnología en el riego y drenaje para una nutrición.

**3.4.4. Manejo:** Consiste en las labores de mantenimiento, como en protección de la fruta logrando un manejo integrado del cultivo. Entre las actividades de manejo se tiene: Deshoje, Deshoje, Riego y fértil-riego, Calidad preventiva, Control Fitosanitario

**3.4.5. Procesamiento:** Cuando el fruto ha completado su madurez fisiológica, es cosechado con cuidado para evitar daños y luego transportarlo por líneas de cable vías hacia las plantas empacadoras para ser calificado bajo los parámetros de los clientes.

**3.4.6. Limpieza y clasificación:** La fruta es limpiada y clasificada dentro de la piscina de procesamiento para eliminar el látex natural. Los gajos o clúster son pesados luego reciben recubrimiento protector contra agentes patógenos lo que garantiza la

Preservación de su calidad para luego hacer llegar al consumidor un producto completamente sano.

**3.4.7. Empacado:** La fruta es empacada de acuerdo a los requerimientos del mercado.

**3.4.8. Transporte:** La fruta es transportada a los puertos correspondientes para exportarla a los clientes a diferentes partes del mundo o entregada al mercado local, regional y nacional

#### **3.4.9. Canales de Distribución**

Previo al estudio realizado se constituye un punto de referencia importante para ilustrar que el pequeño productor adopta los canales directos de distribución.



## 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 4.1 CONCLUSIONES

- ✚ El Banano en nuestro país se encuentra aplicando grandes ventajas de éxito que renuevan y mejoran el proceso de exportación a diferentes lugares sea nacional como internacional, gratitud por la cual el proceso del este producto es seleccionado de forma única y correcta, con el fin de realizar una notable distribución.
  
- ✚ En cuanto a su producción, se logra reconocer que existen numerosos aportadores o productores que dedican métodos para el excelente cultivo, proceso, elección y empacadora, por contar con adecuados suelos agrícolas, que perfeccionan el estado del fruto, con el resultado de satisfacer las necesidades de todo un mercado.
  
- ✚ Los productores no se están ajustando con el necesario apoyo para sus condiciones viables en el respectivo negocio, lo que indica que disminuyen el margen productivo.
  
- ✚ La producción del banano por lo consiguiente es comercializado a canales directos e indirectos, obteniendo un pago en efectivo o en forma directa y una periodicidad de venta semanal, que únicamente provee rendimiento al productor del banano.

## 4.2. RECOMENDACIONES

- ✚ Se recomienda a los productores del banano continúen aplicando técnicas que renueven y produzcan aumentos en el nivel de exportación y sobretodo en las ventas para así poder competir de manera eficaz en el mercado en el que se desenvuelven.
- ✚ Con respecto a la producción se sugiere mantener y fortalecer las técnicas del proceso productivo para ampliar un mercado privilegiado y de esta manera conservar a los interesados en magnífica satisfacción.
- ✚ Los productores deben interesarse en la uniformidad de sus propósitos y metas a través de Asociaciones e Instituciones educativas que logren determinar el desarrollo potencial. Mejorar un mercado con la aplicación de promoción y publicidad que serían buenas estrategias para reflejar el buen producto.
- ✚ Es necesario que adquieran y adapten nuevas estrategias para la distribución del banano en el mercado, seguir estableciendo precios cómodos y sensatos, buscar alternativas que amplíen la forma del pago y mantengan la periodicidad semanal, con el propósito de generar acuerdos en las metas propuestas por el productor.
- ✚ Por último se menciona conservar un mercado de ventas para seguir incrementando ingresos por ende un aumento en la utilidad del grande, mediano y pequeño productor del banano

## 5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### 5.1. Bibliografías de Libros

- ALEGRE. Luis. BERNE, Carmen, fundamentos de economía de la empresa: perspectiva funcional. Segunda edición. Book Print Digital. 2007 307p. ISBN: 978-84-344-2177-6
- ANDER. Ezequiel. AGUILAR, Maria. El trabajo en equipo. Primera Edición México. Editorial progreso s.a. 2007. 15p, ISBN: 970-641-352-9
- ARMARIO, Martín. Distribución comercial. Quinta edición. España. Graneas Dehon 2008. 365p. ISBN: 84-7356-442-1
- BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO. Competitividad: el motor del crecimiento. Segunda edición. Estados Unidos. Washington. 2008 . New York Avenue, NW. 287P. ISBN: 1-93 1003-00-9
- BELTRAN. Femando Al faro, diagnostico de la productividad por multimomentos. primera edición. Barcelona. España marcombo.S.A. 2009. 352P. ISBN: 84-267-1189-8
- BRIHAM. Eugen. BESLEY. Scott. fundamentos de la administración financiero. Catorce aba edición. Estados Unidos. Recorsedition s.a. 2008. ISBN: 76-86312-73-2
- CAMPILLO, Lidón, Conceptos básicos de economía. Primera edición. España, valencia: camino de vera, s/n 2008. 291p. ISBN: 96 - 369 22 72

- CASANI. Fernando. LLORENTE. Augusto. Economía bachillerato I. primera edición, Estados Unidos, Editex, 2007. 345p. ISN : 755-834-83-93-3
- COMPANYS PASCUAL Ramón, COROMINAS SUBÍAS Albert. planificación y rentabilidad de proyectos industriales, primera edición. Barcelona. España. A.G. Porta vella. S.A. 2008. 131p. ISBN: 84-267- 0717-3.
- CERVERA OLIVER. Mercedes. Marketing empresarial y proyectos aplicados. Primera edición. Estados Unidos. Melida impresiones. S.A. 2007. 95p. ISBN: 984-726-521-12-04
- DE LA PARRA, Eric. MADER, Mana del Carmen. Estrategias de ventasy negociables. primera edición. Panorama editorial. 2008. 182p. ISBN: p968-38-1139-6
- DLXIE. G. comercialización de productos hortícolas. Primera Edición.Roma. Ande edición 1992. 133p. ISBN: 92-5-302710-x
- EACHERN. William. Economía una introducción contemporánea. Sexta edición. International Amenta Ediciones. 2007. 467p. ISBN: 0-324-07291-0
- FAGA. Héctor. Como conocer y manejar tu costos para tomar decisiones rentables. Segunda edición. México. Monte Video. Ediciones Granica S.A. marzo 2007. 92p. ISBN: 950-641-470-x
- FERNÁNDEZ. Amador. La rentabilidad empresarial y comercial. Segunda edición. Brasil. Hermosees imprenta S.A. 2007. 502 a ISBN: 872-874-02-84-50.

- GARAY. Jorge Luis. Estructura, industrial e internacionalización. Primera edición. España. Edition ares. 2009. 201p. ISBN: 39-01-71-84-73-72
- GARCÍA ECHEVERRÍA, Santiago. LATTMANN, Charles. Management de los recursos humanos en la empresa. Primera edición. Madrid España. Ediciones Díaz de Santos S.A. 2009. 452p. ISBN: 84-7978-026-6
- GIRONA, Manuel. Cursos de macroeconomía. Segunda edición. Barcelona. España. Printed in Spain. 2008. 600p. ISBN: 84-85855-93-0
- GUERRERO. Peter. Trabajo en Equipo en las organizaciones. Primera edición. México. Meiríors S.A. 2007. 401p. ISBN: 741-937-02-51
- GUERRA, Amoldo. Recursos económicos y macroeconómicos. Primera edición. Madrid. España. Impresiones rizon. 2009. 167p. ISBN: 84-02-983-23
- IBAÑEZ. Emilio. GONZÁLEZ. José. Economía pública (fundamentos presupuestos y gastos, aspectos macroeconómicos). tercera edición España. Book print digital. Enero del 2009. 520p, ISBN: 978-84-344-4559-8
- KOTLER. Philip. ARMSTRONG. Gary. Marketing. Octava edición. México. Pearson educación. 2007. 645p. ISBN: 970-26-0101-0)
- LÓPEZ SALAZAR, Alejandra. Multiculturalismo y mercados. Segunda edición. México. Ediciones Cesar G.A. 2008. 170p. ISBN: 938-73-872-74-8

- (MANOTOA, Carlos. Administración inversionista Segunda educación. España. Tronediton. 2008. 390p. ISBN: 8712-746-76-29-06
- MARC. Lieberman. Microeconomía principios y aplicaciones. Tercera Edición. Thonson's. 2007. 375p. ISBN: 0- 324- 29066-7
- MARIN, José, economía financiera. Segunda edición. Barcelona. España. Anthoni Bosch. 2007. 835p. ISBN: 84-95358-00-4
- MARTÍNEZ GUILLEN. María. Gestión empresarial equilibrando objetivos y valores. Ediciones Díaz de Santos S.A. Madrid. España. 2008.98p. ISBN: 84-7978-594-2
- MARTÍNEZ. Ámbar. Administración de empresas para emprendedores. Segunda edición. Italia. Jcm ediciones. 2007. 200p. ISBN: 198-63-72-8-2-6
- MAZON, Fernando. Finanzas de la planificación a largo a la gestión diaria de la en tesorería. Tercera edición. Barcelona. España. Ediciones gestión 2009, S.A. 470p. ISBN: 84-8088-927-6
- MERLI. Giorgio. La gestión eficacia. Edición primera. Madrid. España. 2007. Materprint. 186p. ISBN: 64-7978-290-0
- MONTALBO. Manuel. Economía aplicada. Tercera edición. Madrid. España. 2007. ProyectPrint. 302p. ISBN: 830-751-78-63-83
- (MONTESDIOCA, Fernando. Todo comercio exterior. Primera edición. Panamá. 2011. EMPO. 96p. ISBN: 15n-86-208-97-8
- PARKTN. Michael. Microeconomía. Séptima edición. México. Pearson educación. 2007. 584p. ISBN: 970-26-0718-3

- PASCUAL, Ramón. SUBÍAS. Albert. Planificación y rentabilidad de proyectos industriales. Primera edición. Barcelona. España. Fotocomposición. 2007. 346p. ISBN. 84-267-0717-3
- PLAZA. Arquímedes. Economía rentabilidad v ma. Segunda edición. Brasil. Snp. 2008. 153p. ISBN 458-53-320-57-6
- QUIROZ GUARDIA, Rodolfo. Perfil de ja actividad del comercio bananero. Primera edición. Estados unidos. IICA. 2008.156 p. ISBN: 0534-5391
- REY SACRISTÁN, Francisco. Mantenimiento total de la producción (TPM): proceso de implantación y desarrollo. Primera edición. Madrid. España. Editorial fundación con femental 2011. 363p. ISBN: 84-95428-49-0
- RIFKIN. Jeremy. El fin del trabajo (el nacimiento de una nueva era). Primera edición. Madrid. España. Ediciones paidos ibérica. 1994. 413p. ISBN: 978-84-493-2373-7
- SCHETTINO. Macano. Introducción a la economía para no economistas. Primera edición. México. Pearson educación. 2010. 328p. ISBN. 970-26-0376-5
- SOLANO. José, El talento humano en la organización. Segunda edición. Costa Rica. Puerto impresión. 2008. 307p. ISBN: 920-71-64-982-8
- STONER. James. FREEMAN. Robert. Administración. Sexta edición. 1% México. LitográficaIngramex. S.A. 2008. 170p. ISBN: 0-13-108747-9

- SULSER, Rosario. PEDROZA, José, exportación efectiva, reglas básicas para el éxito del pequeño y mediano exportador. Primera edición. PersonEdition. Mayo 2007. 113p. ISBN: 970-676-612-x
- THOMPSON, Iván. Progreso empresarial en equipo. Segunda edición. Calidad edición. Estados Unidos. 2007. 130p. ISBN: 829-90-67-53-2
- TODO COMERCIO EXTERIOR Arancel De Importaciones Del Ecuador. Primera Edición. Ecuador. Editorial torrezag. 2011, 1079p. ISBN: 726-208-2 81-s
- VALARIE, A. ZEITHAML, A. calidad total en la gestión de servicios. Primera edición. Madrid España. Ediciones Diaz de Santos S.A. 2010. 178p. ISBN: 84-7978-061-4
- XERCAVINS, Josep. CAYUELA, Diana. Desarrollo sostenible. Primera edición. Barcelona. España. Ediciones UPC. 2007. 102p. ISBN: 84-8301-805-5
- ZORRILLA. Santiago. Como aprender economía conceptos básicos. Primera edición. México, Balderas: Limusa S.A de CV 2008. 225 p. ISBN: 18- 1612-9



## 5.2. Bibliografías de Internet

- ADRIANA Gutiérrez. Gerencia de proyectos [en línea]. [s.l.]:2000. [ref. 04 de junio del 2011]. Disponible en WEB: <http://www.gestionyadministracion.com/empresas/concepto-de-gesstion.html>)
- AQUINO, Rita. DUARTE. Jazmín. Fundamentos de economía, [en línea]. Argentina. [S.N] 31 de enero 2008 [ref. 20 de septiembre del 2011]. Disponible en WEB:<http://www.gestiopolis.com/economia/la-oferta-y-la-demanda.htm>
- BORISOV. Zhamin . Diccionario de economía política. [en línea]. [s.l.]:2007 [ref 20 de septiembre del 2011]. Disponible en WEB: [http://www.eume\(inet/coursecon/dic/bzm/e/exporta,htm](http://www.eume(inet/coursecon/dic/bzm/e/exporta,htm)
- BRIONES. Carlos. Sistemas de distribución de productos y las ventas directas e indirectas, [en línea]. Colombia. [S.N] abril del 2001 [ref. 20 de septiembre del 2011]. Disponible en WEB: <http://wAYw.eestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagaas/mar/14/dirindirdist.htM>
- CARBALLAL DEL RIO. Esperanza. Conceptos modernos de productividad, [en línea]. Cuba. [S.N] 2006 [ref. 20 de septiembre del 2011]. Disponible en WhB: [http://www.elprisma.com/apuntes/ingenieria\\_mdustrial/productividadconceptos/](http://www.elprisma.com/apuntes/ingenieria_mdustrial/productividadconceptos/)
- CRESPO Roca. Estudio de factibilidad para, el lanzamiento del producto jaleas de banano a partir del banano desechado [en línea] . Colombia[S.N]. 2007, [Ref.25 de mayo del 2011], disponible

en WEB: [htTp://Av-Av.bue-nastareas.coiTL'/ensayos/Jalea-De-Banano-esis/811461.html](http://Av-Av.bue-nastareas.coiTL'/ensayos/Jalea-De-Banano-esis/811461.html).

- CAMUS. AJbert. Agricultura frutales, [en línea]. Colombia. [S.N] 1889. 1889.[ref. 20 de septiembre del 2011]. Disponible en WEB: <http://www.gratisHbros.com.ar/textos/agricultura-fiutales-banano-platano/agn cultura-fhitaes-banano-platano.html>
- DEFINICIÓN DE. Definición de comercialización. [En línea], España. [S.N]. junio 10 2011. [ref. 10 de junio del 2011]. disponible en WEB: <http://definición.de;comercializacion/>
- INICIATIVA EMPRESARIAL, conceptos financieros previos. [En línea].España, Barcelona, Mandril. [S.N] .2011 [ref. 10 de jumo del 2013]disponible en WEB: <http://www.iráciativasempresariales.com/Adistancia /Rentabilidad.pdf>
- JAMES. Carlos. Banano, origen y influencia en la economía Ecuatoriana [en línea]. Ecuador [S.N] martes 18 de agosto de 2009 [Ref.25 de mayo del 2011]. disponible en WEB: <http://carlosjames-carlosjames-Lblogspot.com/>
- MARTÍNEZ COLL, Juan Carlos, manual básico de economía EMVI. [En línea]. [S.N] 20 de enero de 2007. [ref. 15 de jumo del 2011]. disponible en WEB: <http://www.eumed.net/cursecon/lc/que-es-la-econonua.htm>
- TAWHK, L. Y CHAUVEL, A. M. administración de la Producción. (En línea). 1997 [ref. 10 de junio del 2011].Disponible en WEB: <http://buenastareas.com/ensayos/Que-Es-La-Producción/18064.html>.
- THOMPSON, Ivan. Deínicion de precio. [En línea], [S.N] enero 2007. [ref. 15 de octubre del 2011] disponible

WEB;<http://promonegocios.net/mercadotecnia/precio-deñiclon-conceoto.html>

- (SELPA NAVARRO. Ámbar. ESPINOSA CHONGO Daisy. La Gestión del Capital de Trabajo como proceso de la Gestión Financiera Operativa en línea. Cuba. [S.N] 2007 [ref. 20 de septiembre del 2011], Disponible en WEB: <http://www.elcriterio.com/re\dsta/ajoica/coiiteaiidos/ámbar>
- UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOLA El banano Ecuatoriano [en línea] . Ecuador [S.N] 2008. [ref. 25 de mayo del 2011]. Disponible en WEB: <http://www.slVideshare.net/dylovely/el-banano-en-el-ecuador-y-el-mundo>
- VALLADARES. Yolanda. Propuesta de un sistema de comercialización/de plátano, [en línea] . Ecuador [S.N] 2008. [ref. 25 de mayo del 2011]WEB: <http://www.val.net/Yolanagd/Propuesta-de-un-sistema-de-comercialización-de-plátano>

# Anexos



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**GUÍA DE OBSERVACIÓN**

**“PRODUCCIÓN. COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DEL  
BANANO (MUSA PARADISIACA-CAVENDISH) Y SU RELACIÓN CON LA  
ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2011”**

La Universidad Técnica de Cotopaxi. a través de la estudiante egresada portadora del presente documento, ha iniciado el proceso de levantamiento de datos como parte de su proyecto de tesis.

**Productor grande**

*Señale con una “X” la evaluación de las características en base a la realidad actual.*

Características a observar				
Determinación del precio	Productor <input type="checkbox"/>	Comprador <input type="checkbox"/>	Mercado <input type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/>
Canales de distribución	Consumidor <input type="checkbox"/>	Mayoristas <input type="checkbox"/>	Minoristas <input type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/>
Realización de promoción	Siempre <input type="checkbox"/>	Casi siempre <input type="checkbox"/>	De repente <input type="checkbox"/>	Nunca <input type="checkbox"/>
Realización de publicidad	Siempre <input type="checkbox"/>	Casi siempre <input type="checkbox"/>	De repente <input type="checkbox"/>	Nunca <input type="checkbox"/>
Forma de pago	Efectivo <input type="checkbox"/>	Cheque <input type="checkbox"/>	Crédito <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Mercado	Local <input type="checkbox"/>	Regional <input type="checkbox"/>	Nacional <input type="checkbox"/>	Internacional <input type="checkbox"/>
Periodicidad de venta	Mensual <input type="checkbox"/>	Trimestral <input type="checkbox"/>	Semestral <input type="checkbox"/>	Anual <input type="checkbox"/>

Comentarios: \_\_\_\_\_

Sugerencias: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI  
GUÍA DE OBSERVACIÓN**

**“PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DEL  
BANANO (MUSA PARADISIACA-CAVENDISH) Y SU RELACIÓN CON LA  
ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2011”**

La Universidad Técnica de Cotopaxi, a través de la estudiante egresada portadora del presente documento, ha iniciado el proceso de levantamiento de datos como parte de su proyecto de tesis.

**Productor mediano**

*Señale con una “X” la evaluación de las características en base a la realidad actual.*

Características a observar				
Determinación del precio	Productor <input type="checkbox"/>	Comprador <input type="checkbox"/>	Mercado <input type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/>
Canales de distribución	Consumidor <input type="checkbox"/>	Mayoristas <input type="checkbox"/>	Minoristas <input type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/>
Realización de promoción	Siempre <input type="checkbox"/>	Casi siempre <input type="checkbox"/>	De repente <input type="checkbox"/>	Nunca <input type="checkbox"/>
Realización de publicidad	Siempre <input type="checkbox"/>	Casi siempre <input type="checkbox"/>	De repente <input type="checkbox"/>	Nunca <input type="checkbox"/>
Forma de pago	Efectivo <input type="checkbox"/>	Cheque <input type="checkbox"/>	Crédito <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Mercado	Local <input type="checkbox"/>	Regional <input type="checkbox"/>	Nacional <input type="checkbox"/>	Internacional <input type="checkbox"/>
Periodicidad de venta	Mensual <input type="checkbox"/>	Trimestral <input type="checkbox"/>	Semestral <input type="checkbox"/>	Anual <input type="checkbox"/>

Comentarios: \_\_\_\_\_

Sugerencias: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI  
GUÍA DE OBSERVACIÓN**

**“PRODUCCIÓN. COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DEL  
BANANO (MUSA PARADISIACA-CAVENDISH) Y SU RELACIÓN CON LA  
ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2011”**

La Universidad Técnica de Cotopaxi. a través de la estudiante egresada portadora del presente documento, ha iniciado el proceso de levantamiento de datos como parte de su proyecto de tesis.

**Productor pequeño**

*Señale con una “X” la evaluación de las características en base a la realidad actual.*

Características a observar				
Determinación del precio	Productor <input type="checkbox"/>	Comprador <input type="checkbox"/>	Mercado <input type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/>
Canales de distribución	Consumidor <input type="checkbox"/>	Mayoristas <input type="checkbox"/>	Minoristas <input type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/>
Realización de promoción	Siempre <input type="checkbox"/>	Casi siempre <input type="checkbox"/>	De repente <input type="checkbox"/>	Nunca <input type="checkbox"/>
Realización de publicidad	Siempre <input type="checkbox"/>	Casi siempre <input type="checkbox"/>	De repente <input type="checkbox"/>	Nunca <input type="checkbox"/>
Forma de pago	Efectivo <input type="checkbox"/>	Cheque <input type="checkbox"/>	Crédito <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Mercado	Local <input type="checkbox"/>	Regional <input type="checkbox"/>	Nacional <input type="checkbox"/>	Internacional <input type="checkbox"/>
Periodicidad de venta	Mensual <input type="checkbox"/>	Trimestral <input type="checkbox"/>	Semestral <input type="checkbox"/>	Anual <input type="checkbox"/>

Comentarios: \_\_\_\_\_

**Datos requeridos de PRODUCTOR que facilito valores de estado situación inicial, balance general y costos de producción**

<b>Variable de Investigación</b>	<b>Respuesta</b>
Nombre del productor o empresa	
Tiempo en la actividad	
Dirección del negocio	
Espacio promedio del terreno para la siembra de banano en hectáreas	
Espacio promedio en metros cuadrados para oficina (en caso de tener)	
De tener oficina, indicar detalles de equipos, muebles, etc.	
Espacio promedio en metros cuadrados de infraestructura para la bananera (en caso de tener)	
Numero de familiares que trabajan en el negocio	
Numero de particulares que trabajan en el negocio	
Uso de créditos (SI/NO: si es SI, con que banco)	
Requiere créditos (SI/NO)	
Requiere asistencia técnica (SI/NO)	
Cree conveniente ampliar el mercado (SI/NO, porque)	
Cree conveniente ampliar la infraestructura (SI/NO, porque)	
Cree conveniente modernizar las herramientas, equipos o maquinarias (SI/NO, porque)	
En la zona la competencia es Grande, Mediana o Pequeña	
Es afiliado a asociaciones de productores (SI/NO, porque)	
Cree conveniente afiliarse (SI/NO, porque)	
Recibe apoyo de los gobiernos seleccionados (SI/NO, porque)	
Recibe apoyo de universidades e instituciones educativas (SI/NO, porque)	
Seguirá en el negocio (SI/NO, porque) Además señale el tiempo en caso de continuar	



**Datos requeridos de PRODUCTOR MEDIANO que facilito valores de estado situación inicial, balance general y costos de producción**

<b>Variable de Investigación</b>	<b>Respuesta</b>
Nombre del productor o empresa	
Tiempo en la actividad	
Dirección del negocio	
Espacio promedio del terreno para la siembra de banano en hectáreas	
Espacio promedio en metros cuadrados para oficina (en caso de tener)	
De tener oficina, indicar detalles de equipos, muebles, etc.	
Espacio promedio en metros cuadrados de infraestructura para la bananera (en caso de tener)	
Numero de familiares que trabajan en el negocio	
Numero de particulares que trabajan en el negocio	
Uso de créditos (SI/NO: si es SI, con que banco)	
Requiere créditos (SI/NO)	
Requiere asistencia técnica (SI/NO)	
Cree conveniente ampliar el mercado (SI/NO, porque)	
Cree conveniente ampliar la infraestructura (SI/NO, porque)	
Cree conveniente modernizar las herramientas, equipos o maquinarias (SI/NO, porque)	
En la zona la competencia es Grande, Mediana o Pequeña	
Es afiliado a asociaciones de productores (SI/NO, porque)	
Cree conveniente afiliarse (SI/NO, porque)	
Recibe apoyo de los gobiernos seleccionados (SI/NO, porque)	
Recibe apoyo de universidades e instituciones educativas (SI/NO, porque)	
Seguirá en el negocio (SI/NO, porque) Además señale el tiempo en caso de continuar	

**Datos requeridos de PRODUCTOR PEQUEÑO que facilito valores de estado situación inicial, balance general y costos de producción**

<b>Variable de Investigación</b>	<b>Respuesta</b>
Nombre del productor o empresa	
Tiempo en la actividad	
Dirección del negocio	
Espacio promedio del terreno para la siembra de banano en hectáreas	
Espacio promedio en metros cuadrados para oficina (en caso de tener)	
De tener oficina, indicar detalles de equipos, muebles, etc.	
Espacio promedio en metros cuadrados de infraestructura para la bananera (en caso de tener)	
Numero de familiares que trabajan en el negocio	
Numero de particulares que trabajan en el negocio	
Uso de créditos (SI/NO: si es SI, con que banco)	
Requiere créditos (SI/NO)	
Requiere asistencia técnica (SI/NO)	
Cree conveniente ampliar el mercado (SI/NO, porque)	
Cree conveniente ampliar la infraestructura (SI/NO, porque)	
Cree conveniente modernizar las herramientas, equipos o maquinarias (SI/NO, porque)	
En la zona la competencia es Grande, Mediana o Pequeña	
Es afiliado a asociaciones de productores (SI/NO, porque)	
Cree conveniente afiliarse (SI/NO, porque)	
Recibe apoyo de los gobiernos seleccionados (SI/NO, porque)	
Recibe apoyo de universidades e instituciones educativas (SI/NO, porque)	
Seguirá en el negocio (SI/NO, porque) Además señale el tiempo en caso de continuar	