



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE PLÁTANO
VERDE AL MERCADO ASIÁTICO EN EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO
2022

LOPEZ ARMIJOS KATHERINE LISBETH
INGENIERA EN COMERCIO INTERNACIONAL

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE
PLÁTANO VERDE AL MERCADO ASIÁTICO EN EL PRIMER
SEMESTRE DEL AÑO 2022

LOPEZ ARMIJOS KATHERINE LISBETH
INGENIERA EN COMERCIO INTERNACIONAL

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

EXAMEN COMPLEXIVO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE PLÁTANO VERDE AL
MERCADO ASIÁTICO EN EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2022

LOPEZ ARMIJOS KATHERINE LISBETH
INGENIERA EN COMERCIO INTERNACIONAL

BENITEZ LUZURIAGA FRANCISCO VLADIMIR

MACHALA, 27 DE ABRIL DE 2021

MACHALA
27 de abril de 2021

PLATANO A CHINA

por Katherine Lopez

Fecha de entrega: 13-abr-2021 09:43p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1558679112

Nombre del archivo: TURNITIN_KATHERINE_LOPEZ.docx (206.97K)

Total de palabras: 2643

Total de caracteres: 14638

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, LOPEZ ARMIJOS KATHERINE LISBETH, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE PLÁTANO VERDE AL MERCADO ASIÁTICO EN EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2022, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

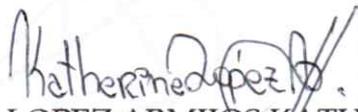
La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 27 de abril de 2021



LOPEZ ARMIJOS KATHERINE LISBETH
0705843605

RESUMEN

Ante una economía afectada por la recesión económica originada por el Coronavirus SARS-CoV-2, las empresas públicas y privadas se ven obligadas a reinventarse y buscar nuevas formas de financiación, para ello han empezado a optimizar sus recursos, realizando acciones para obtener de ellos los mejores ingresos. En este marco, la Universidad Técnica de Machala busca hacer frente a la reducción presupuestaria, es por ello que se realiza el presente estudio para medir la factibilidad de exportar los frutos de sus plantaciones de plátanos.

El presente trabajo investigativo se realiza con un enfoque exploratorio, valiéndose de datos secundarios para determinar si el mercado asiático se muestra como un candidato atractivo para la exportación de plátano verde e iniciar las exportaciones en el primer semestre del año 2022.

Palabras clave:

Exportación, productos no tradicionales, plátanos, mercado asiático, emprendimientos de empresas públicas.

ABSTRACT

Faced with an economy affected by the economic recession caused by the SARS-CoV-2 Coronavirus, public and private companies are forced to reinvent themselves and seek new forms of financing, for this they have begun to optimize their resources, taking actions to obtain them the best income. In this framework, the Technical University of Machala seeks to face the budget reduction, which is why this study is carried out to measure the feasibility of exporting the fruits of its plantain plantations.

This research work is carried out with an exploratory approach, using secondary data to determine if the Asian market is an attractive candidate for the export of green plantains, and to start exports in the first half of 2022.

Keywords:

Export, non-traditional products, plantain, Asian market, ventures of public companies.

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| RESUMEN | 1 |
| Palabras clave: | 1 |
| ABSTRACT | 2 |
| Keywords: | 2 |
| INTRODUCCIÓN | 4 |
| DESARROLLO | 6 |
| 1. PREMISAS TEÓRICAS INICIALES | 6 |
| 1.1. Riesgos de mercado | 6 |
| 1.1.1. Tipo de cambio | 6 |
| 1.1.2. Precio | 6 |
| 1.1.2.1. Commodities | 7 |
| 1.1.2.2. Estado de Resultados | 7 |
| 1.1.3. Acciones | 7 |
| 1.1.4. Tasas de interés | 8 |
| 1.2. Estacionalidad de las ventas | 8 |
| 1.3. Volatilidad de mercado | 8 |
| 1.4. Comercio Electrónico | 8 |
| 1.5. INVESTIGACIÓN | 8 |
| 2. El plátano | 8 |
| 2.1.1. Variedades | 10 |
| 2.1.2. Asociación de Exportadores de Plátano | 10 |
| 2.1.3. Productores de plátano en el Ecuador | 10 |
| 2.1.3.1. AgroCaribe S.A. | 11 |
| 2.1.3.2. ColBanano S.A. | 11 |
| 2.2. Exportación de plátanos en el Ecuador | 12 |
| 2.2.1.1. Exportaciones por destino | 12 |
| 2.2.1.2. Precio de tonelada por destino | 13 |
| 3. La Universidad Técnica de Machala | 14 |
| 3.1.1. Utmach EP | 14 |
| 4. Mercado Asiático | 15 |
| 4.1.1. Ingresos extras por exportación de plátano. | 16 |
| CONCLUSIONES | 17 |
| BIBLIOGRAFÍA | 18 |

INTRODUCCIÓN

El banano es un fruto tropical apetecido a nivel mundial por sus beneficios nutricionales, calidad y durabilidad en el transporte de larga distancia; demanda que le permite a Ecuador posicionarse como industria pionera en la producción y exportación al colocar más del 36% de los envíos mundiales (Pardo-Jiménez, Narváez-Zurita, y Erazo-Álvarez, 2020), dentro de las variedades de esta fruta, existe la MUSA ABB, conocida como plátano, la cual aunque no tiene los mismos niveles de exportación que otras, tiene un gran potencial (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, INIAP, 2021).

Si hay algo que la pandemia del COVID-19 demostró es que lo inesperado siempre puede pasar, y en el ámbito empresarial las organizaciones tuvieron dos opciones: adaptarse o desaparecer. El proceso de adaptación de una empresa en un entorno de mucha competencia y constante cambio implica reinventarse constantemente aprovechando cada uno de los recursos disponibles para lograr ser productivos, innovadores y competitivos (Lizarzaburu y del Brío, 2020).

Cuando una empresa busca incursionar en un nuevo mercado está expuesta a riesgos (Karginova-Gubinova, 2020), los mismos que con un estudio de mercado adecuado pueden ser convertidos en oportunidades de negocio, ya que este tipo de análisis no solo refleja la oferta y demanda de un mercado concreto, sino que facilita el entendimiento de las características y preferencias de los clientes objetivos, con esta información se pueden tomar decisiones encaminadas a destacarse de la competencia.

Este estudio de mercado, debe estar centrado en 3 objetivos fundamentales:

1. Estudiar el entorno en el que se desarrollan las transacciones comerciales, determinando posibles estacionalidades, volatilidad, la forma en la que convergen la oferta y la demanda, posible crecimiento o disminución, entre otros.
2. Comprender al cliente, saber sus motivaciones, preferencias y hábitos de consumo, pues nuestros usuarios son una fuente de competitividad (Steffanell-De León, Arteta-Peña, y Noda-Hernández, 2017)

3. Conocer a la competencia, sus fortalezas y debilidades, lo que están ofertando en el mercado, precios, estrategias, etc.

Saber cuáles son los productos que se están demandando en un momento determinado es una herramienta de gran importancia, ya que permite a los empresarios planificar, y desarrollar tácticas para que la estacionalidad tenga una incidencia positiva dentro de la empresa (Martínez y Espinosa, 2017).

En este contexto, la Universidad Técnica de Machala busca estudiar la factibilidad de exportar plátano verde al mercado asiático, iniciando sus exportaciones en el primer semestre del año 2022, esta investigación pretende también determinar las variedades que tendrían mayor aceptación en el mercado antes indicado.

DESARROLLO

1. PREMISAS TEÓRICAS INICIALES

1.1. Riesgos de mercado

Se llama riesgo de mercado a la probabilidad de variaciones en el precio del valor de los activos de la empresa (Salinas, 2009) por algún motivo ajeno al control de la empresa. Además, Quintero (2017) señala que La administración de riesgos cobra relevancia dentro de las organizaciones y se debe establecer dentro de la estrategia de esta. Existen 4 tipos de riesgos de mercado:



Figura 1 Riesgos de mercado

1.1.1. Tipo de cambio

Este tipo de riesgo aparece cuando el destino y el origen de las exportaciones manejan una moneda diferente, al darse variaciones de estas monedas (apreciaciones o depreciaciones) la empresa podría experimentar pérdida económica potencial (Clavellina, 2018).

1.1.2. Precio

El Precio es un instrumento muy importante para la gestión empresarial, pues es vital para la obtención de los recursos que permiten cumplir con los planes de la empresa, por lo que tiene una influencia directa en sus resultados (Sanchez, Benitez, y Arias, 2015)

Cuando una empresa negocia con commodities está expuesta al riesgo de que estos cambien su valor afectando de la siguiente manera: Si vende estos productos y bajan de precio, puede tener un resultado negativo en su estado de resultados; si por el contrario utiliza commodities para la elaboración de sus productos, y estos suben, deberá aumentar el precio de sus productos, volviéndose menos competitivo.

1.1.2.1. Commodities

Se denomina commodities a los productos básicos, que por lo general no cuentan con valor agregado, pero que tienen un destino comercial, o se los utiliza como materia prima para la elaboración de otros bienes (Rodríguez, 2009).

1.1.2.2. Estado de Resultados

El estado de resultados integrales es una de las estrategias contables que se utiliza a nivel empresarial, esto permite a tener una mejor evaluación del gerente y así poder crear mayor utilidad, poder manejar de una manera eficaz los activos empresariales (Guadalupe y Solorzano, 2019).

También conocido como Estado de Pérdidas y Ganancias, es un estado financiero que permite conocer la utilidad obtenida en un ejercicio económico, mediante la suma de los ingresos, la resta de los costos de producción, gastos administrativos, gastos de publicidad y descontados los impuestos correspondientes.

1.1.3. Acciones

Los riesgos de acciones están relacionados con las instituciones que participan en la Bolsa de valores, ya sea como inversores o como empresa. Por variaciones del mercado, estas pueden subir o bajar, causando una disminución de activos de la empresa (Celaya y López, 2004).

1.1.4. Tasas de interés

Las organizaciones también están sujetas a los cambios en el sistema bancario, debido a las líneas de crédito que mantienen, cuando las tasas varían en cualquier porcentaje, esto debe ser ajustado en el presupuesto general (Venegas-Martínez, 2008).

1.2. Estacionalidad de las ventas

La estacionalidad es un aumento o disminución en las ventas ordinarias por un periodo determinado, el mismo que suele ser cíclico y repetitivo.

1.3. Volatilidad de mercado

Es una característica de ciertos mercados en las cuales los precios fluctúan basados en factores externos e intrínsecos (Carmona, 2013).

1.4. Comercio Electrónico

Es el intercambio de bienes y servicios usando la tecnología como mediador entre las partes intervinientes (Comprador y Vendedor) (Salazar, Mondaca, y Cea, 2018). En tiempos recientes, el comercio electrónico toma protagonismo como una herramienta que facilita la internacionalización, ya que permite llegar a más personas con un presupuesto reducido (Alonso, 2015).

1.5. INVESTIGACIÓN

2. El plátano

Los plátanos (Musa AAB) son una fruta del mismo grupo del banano, perteneciente a la familia de las musáceas, su forma es alargada con una ligera curva, su peso oscila entre de 100 y 200 gramos. Cuando es inmaduro su piel es verde y su pulpa

tiene un ligero tono rosado, pero cuando alcanza la maduración es amarilla con una pulpa blanca o amarillenta (Parran, Cayón, y Polanía, 2009).

Los altos valores nutritivos de los plátanos los ubican entre los principales alimentos producidos a nivel mundial. Crece en los trópicos y son cultivados por pequeños agricultores que lo usan para economía de subsistencia y consumo (Sánchez-Brenes y Arboleda-Julio, 2021)

La variedad existente en Ecuador fue llevada desde Islas Canarias en España en 1516, varios autores opinan que el plátano es originario del Sudeste asiático, para ser más específicos en India, y de aquí se expandió hacia el mediterráneo en el año 650 d.C (Federación Española de la Nutrición, 2021).

En Ecuador existen 230.000 hectáreas de cultivos de plátanos, la mayoría de estos en monocultivo, las provincias de El Oro, Los Ríos y Guayas tienen el 92% de los cultivos de plátano, y otras 7 provincias tienen el 8% faltante.

En lo referente al manejo de cultivo, existen 3 diferentes niveles:

- Tecnificado

- Semi-tecnificado

- No Tecnificado

El rendimiento por hectárea es de 1.700 cajas anualmente, lo que equivale a 5 toneladas anuales (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, INIAP, 2021).

La fruta no tiene estacionalidad, ya que es posible encontrarla en el mercado a lo largo de todo el año (Federación Española de la Nutrición, 2021).

2.1.1. Variedades

Existen dos variedades de plantaciones de plátano en el país:

- Dominico
- Barraganete

El primero está destinado al autoconsumo, mientras que el segundo está destinado en su mayor parte a la exportación (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, INIAP, 2021).

2.1.1. Partida arancelaria

En el Informe Técnico de Consulta de Clasificación Arancelaria / Mercancía (2020) podemos encontrar al producto plátano, bajo la siguiente clasificación arancelaria:

| | | |
|-----------|----------------|---|
| SECCIÓN: | II | PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL |
| CAPITULO: | 08 | FRUTAS Y FRUTOS COMESTIBLES; CORTEZAS DE AGRIOS (CÍTRICOS), MELONES O SANDÍAS |
| | 08.03 | BANANAS O PLÁTANOS, FRESCOS O SECOS |
| | 08.03.10.10.00 | FRESCOS |

Tabla 1 Partida Arancelaria

Fuente: (Registro oficial 355, 2020)

2.1.2. Asociación de Exportadores de Plátano

También conocida como ASOEXPLA es una organización sin fines de lucro, con vida jurídica desde el año 2015, representa al 80% de los exportadores de plátano del Ecuador, siendo el Cantón El Carmen de Manabí, el lugar donde se encuentra la mayor parte de la producción para exportación nacional (ASOEXPLA, 2021).

2.1.3. Productores de plátano en el Ecuador

En la página de la ASOEXPLA se muestra que los exportadores de plátano afiliados son:

- AgroCaribe S.A.
- Dole Ecuador
- Iriscorp S.A.
- Bandecua S.A.
- Durexporta S.A.
- Refin S.A.
- Bonesca
- Exchangecorp S.A.
- Terrafruit
- ColBanano S.A.
- Frutinexus S.A.
- Tropical Fruit S.A.

De los cuales dos se encuentran domiciliados en la ciudad de Machala: AgroCaribe S.A. y ColBanano S.A.

2.1.3.1. AgroCaribe S.A.

La empresa AGROCARIBE S.A. tiene 11 años en el mercado, sus destinos de exportación son Estados Unidos y Europa, son proveedores de plátano para las empresas: CHIQUITA FRESH NORTH AMERICA y TURBANA CORPORATION

Dirección: Centro Comercial, Unioro, Local # 32,

Teléfonos: 072 984 034 - 072 983 854

Correo Electrónico: agro_caribe@hotmail.com



2.1.3.2. ColBanano S.A.

ColBanano es una empresa que desde 1999 está dedicada a la exportación de frutas tropicales, siendo su producto estrella el plátano, son proveedores de Compañía Del Monte Internacional, cuyo mercado de destino es Estados Unidos.

Dirección: Centro Comercial, Unioro, Local # 32,

Teléfonos: 072 984 034 - 072 983 854

Correo Electrónico: colbanano@outlook.com



2.2. Exportación de plátanos en el Ecuador

En la siguiente tabla de muestra un resumen de la exportación del plátano obtenido del sitio web del Instituto de Promoción de Exportaciones ProEcuador,, el valor FOB está expresado en miles de dólares:

| SUBPARTIDA | | 2016 | | 2017 | | 2018 | | 2019 | |
|---------------|--|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|
| | | FOB | TON | FOB | TON | FOB | TON | FOB | TON |
| 0803.10.10.00 | PLÁTANOS «PLANTAIN» FRESCOS (PARA COCCIÓN) | 78.822 | 192.922 | 76.967 | 159.516 | 93.389 | 211.607 | 75.172 | 164.418 |

Tabla 2 Exportación de plátanos en el Ecuador

Elaboración propia; Fuente: ProEcuador,2021

2.2.1.1. Exportaciones por destino

En la siguiente tabla se muestra la evolución de las exportaciones, según los destinos de las exportaciones, los mismos que se han agrupado por continentes, sin embargo, se ha considerado de manera independiente a Estados Unidos, considerando su volumen de compra, el FOB también se expresa en miles de dólares.

| | 2016 | | 2017 | | 2018 | | 2019 | |
|----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| | FOB | TON | FOB | TON | FOB | TON | FOB | TON |
| ESTADOS UNIDOS | 42.977 | 96.292 | 41.173 | 85.864 | 43.492 | 96.051 | 48.759 | 100.996 |
| EUROPA | 11.878 | 26.820 | 11.337 | 23.499 | 13.886 | 29.496 | 16.521 | 33.287 |
| LATINO AMERICA | 5.524 | 29.369 | 3.616 | 12.361 | 11.409 | 38.726 | 8.064 | 26.182 |
| ASIA | 58 | 131 | 56 | 86 | 312 | 750 | 1.453 | 3.203 |
| ÁFRICA | 118 | 288 | 129 | 315 | 253 | 557 | 375 | 750 |

Tabla 3 Evolución de las exportaciones de plátanos ecuatorianos por destino

Elaboración propia; Fuente: ProEcuador,2021

A continuación, se muestra una tabla indicando el porcentaje de exportaciones que representan en el año 2019:

| DESTINO | FOB | TON |
|----------------|----------------|----------------|
| USA | 64,86% | 61,43% |
| EUROPA | 21,98% | 20,25% |
| LATINO AMERICA | 10,73% | 15,92% |
| ASIA | 1,93% | 1,95% |
| ÁFRICA | 0,50% | 0,46% |
| TOTAL | 100,00% | 100,00% |

Tabla 4 Porcentaje de exportaciones por destino

Elaboración propia; Fuente: ProEcuador,2021

2.2.1.2. Precio de tonelada por destino

Otra información que se consideró importante fue el precio promedio, este dato es importante para determinar cuál mercado es más atractivo, por eso con la información anterior se calculó el precio promedio de cada tonelada, para ello se tomó el precio FOB y de se dividió para las toneladas, obteniéndose los siguientes valores:

| DESTINO | PRECIO POR KILO | Δ |
|------------------------|-----------------|------------|
| ASIA | 484,51 | 2,24 % |
| ESTADOS UNIDOS | 482,78 | 1,88 % |
| LATINOAMÉRICA | 470,98 | -0,61 % |
| LATINOAMÉRICA | 466,18 | -1,63 % |
| ÁFRICA | 465,01 | -1,87 % |
| PRECIO PROMEDIO | 473,89 | |

Tabla 4 Precio promedio del plátano ecuatoriano por destino

Elaboración propia; Fuente: ProEcuador,2021

El análisis determinó que el precio promedio por kilo es \$0,474 USD, y aunque el precio se mantiene sin mucha variación, el continente asiático aquel que muestra el precio más atractivo con un 2,245 sobre el promedio.

3. La Universidad Técnica de Machala

La Universidad Técnica de Machala, conocida por las siglas **UTMACH**, es una institución de educación superior, ubicada en ciudad de Machala; es la única universidad pública en la provincia de El Oro, fue fundada en 1969.

3.1.1. Utmach EP

Utmach Ep Empresa Pública de Producción y Desarrollo Estratégico de La Universidad Técnica de Machala, inició operaciones el 28 de septiembre de 2015 (Servicio de Rentas Internas, 2021). Cuenta con 5 hectáreas de plantaciones de plátano.

En función del recorte presupuestario al Fondo Permanente de Desarrollo Universitario y Politécnico, realizado por el ejecutivo e informado mediante la Circular Nro. MEF-VGF-2020-0003-C, se establece la posibilidad de obtener recursos para la UTMACH, a través de la exportación del plátano.

4. Mercado Asiático

Ecuador no cuenta con un tratado de libre comercio que le permita acceder a preferencias arancelarias con países asiáticos, como si lo tienen por ejemplo los que integran la Alianza del Pacífico (Perú, Colombia, Chile, México), constituida el 6 de junio del 2012 a través de la declaración de Lima de 2011 (Veloza, 2014).

La partida arancelaria 08.03.09.10.00: bananos, incluidos los plátanos, frescos o secos: Los demás plátanos, frescos o secos, tiene una tarifa arancelaria del 10% lo que resta competitividad frente a países vecinos que son competidores directos (Market Access Map, 2021).

El mercado asiático, sin embargo, presenta un cuadro muy atractivo, donde tenemos a China y Japón dentro del top 3 a nivel mundial:

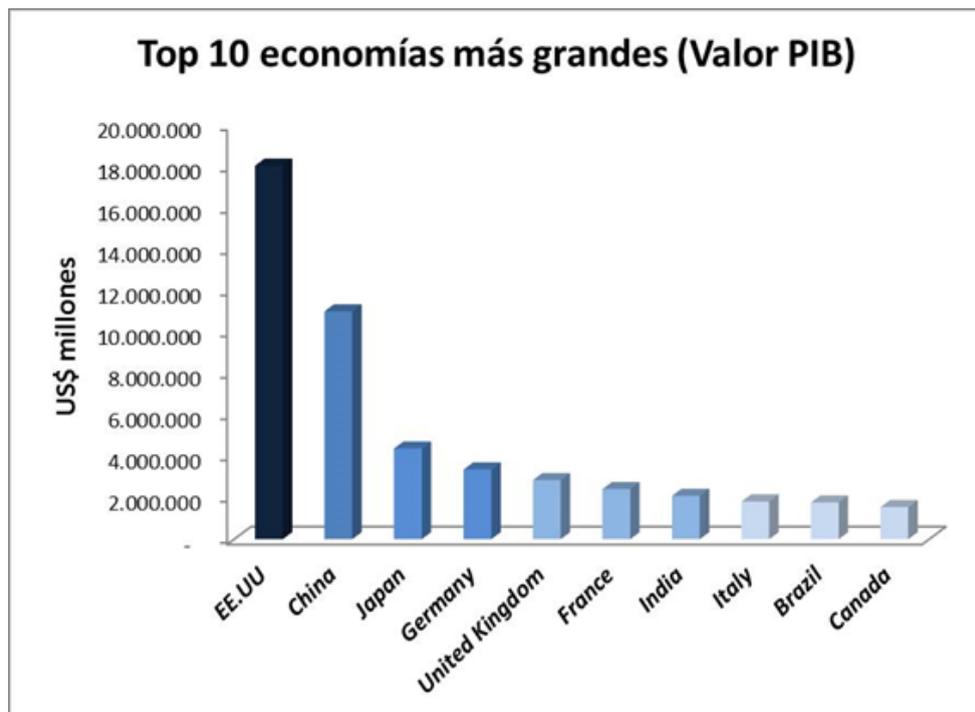


Figura 2 Top 10 economías más grandes del mundo

Fuente: Banco Mundial, 2021

En nuestro estudio nos enfocaremos básicamente en China, donde según PROECUADOR (2019) se enfoca el mayor potencial de consumo de frutas procesadas a nivel mundial. Para el año 2024, se espera que las ventas minoristas

en el mercado de alimentos envasados en China alcancen los 380 mil millones de dólares, una tasa de crecimiento del 27,3% ó 91,7 mil millones de dólares (PROECUADOR, 2019)

4.1.1. Ingresos extras por exportación de plátano.

A continuación, se muestra el cálculo de los ingresos recibidos por exportación de plátano:

| | | |
|---------------------------|--------|--------------|
| Precio Promedio: | 484,51 | por tonelada |
| Has sembradas: | 5 | |
| Rendimiento por hectárea: | 5 | toneladas |

Se calcula las toneladas producidas, para ello multiplicamos el rendimiento por hectárea por el total de hectáreas sembradas:

$$\text{Toneladas producidas} = \text{rendimiento por ha} \times \text{has sembradas}$$

$$\text{Toneladas producidas} = 5 \times 5$$

$$\text{Toneladas producidas} = 25$$

Con esta información, se sabe que la Utmachala EP produce 25 toneladas de plátano al año; y con esta información se calcula los ingresos por exportaciones, el cual se obtiene multiplicando el precio promedio en el mercado asiático, y se multiplica por las has producidas.

$$\text{Ingresos exportaciones} = \text{precio promedio} \times \text{toneladas producidas}$$

$$\text{Ingresos exportaciones} = 484,51 \times 25$$

$$\text{Ingreso exportaciones} = 12.112,75$$

Si se exportara el plátano, la Universidad recibiría unos ingresos brutos anuales de \$ 12.112,75.

CONCLUSIONES

La exportación de plátano al mercado asiático resulta poco atractiva, por la tarifa arancelaria del 10%. Debido a que es la región con el precio promedio más alto, y a pesar de que su demanda es reducida, si ponderamos que la producción de plátano de la Universidad Técnica de Machala es baja, sería posible colocarla en este mercado de China.

Los países asiáticos se muestran como un mercado atractivo por las frecuencias de buques desde Puerto Bolívar, considerando que Asia es uno de los principales destinos del banano orense.

Una estrategia para poder llegar al mercado asiático sería aprovechar los nexos académicos de la universidad para por medio de convenios interinstitucionales organizar encuentros con compradores, además de desarrollar proyectos académicos que permitan transformar nuestra materia prima en un derivado atractivo para el mercado chino, que nos permita crear una ventaja competitiva por la calidad del producto, ya que resulta complicado competir con los países vecinos respecto al precio.

En este caso la partida adecuada sería la 2008991000 - Frutas, frutos secos y demás partes comestibles de plantas, preparadas o conservadas de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresadas ni comprendidas en otra parte: Las demás, incluidas las mezclas distintas de las de la subpartida 2008.19; que incluso tiene una tarifa arancelaria menor, del 5%

Considerando el tema de la pandemia, el negocio electrónico es una opción para contactar compradores potenciales, sin invertir mucho dinero.

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, F. (2015). El comercio electrónico como apoyo para la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas: análisis de oportunidades y amenazas. Machala, Ecuador: Universidad Técnica de Machala. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/4044>
- ASOEXPLA. (05 de 04 de 2021). Asoexpla. Obtenido de <http://asoexpla.org/>
- Banco Mundial. (2021). Datos Banco Mundial. Obtenido de https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD?most_recent_value_desc=true
- Carmona, E. G. (2013). AJUSTE A LA CALIFICACIÓN DEL RIESGO DE MERCADO DE LAS ACCIONES MÁS VOLÁTILES QUE CONFORMAN EL ÍNDICE DE PRECIOS Y COTIZACIONES DE LA BOLSA MEXICANA DE VALORES, CON LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA RED NEURONAL ARTIFICIAL CLASIFICADORA. Revista Mexicana de Economía y Finanzas. Nueva Época, 8(1). Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=423739493003>
- Celaya, R., y López, M. (2004). ¿Cómo determinar su riesgo empresarial? Revista Escuela de Administración de Negocios(52), 69-75. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20605206>
- Clavellina, J. L. (2018). Determinantes del tipo de cambio y su volatilidad. Economía Unam. doi:10.22201/fe.24488143e.2018.45.406
- Corte Constitucional del Ecuador. (31 de Agosto de 2020). Sentencia No. 34-20-IS y acumulados. Quito. Obtenido de http://esacc.corteconstitucional.gob.ec/storage/api/v1/10_DWL_FL/e2NhcNBlDGE6J3RyYW1pdGUnLCB1dWlkOicyZDRmMjU4Zi05MDZhLTRjMmEtYjZlOS1kZjM2ZjlyOGFIZjUucGRmJ30=
- Federación Española de la Nutrición. (07 de 04 de 2021). Federación Española de la Nutrición. Obtenido de Platano: <https://www.fen.org.es/MercadoAlimentosFEN/pdfs/platano.pdf>
- Guadalupe, C., y Solorzano, L. (2019). Estado de resultados integrales dispuestos en las NIIF. Observatorio de Economía Latinamericana. Obtenido de <https://www.hacienda.go.cr/Sidovih/uploads/Archivos/Articulo/Estado%20de%20resultados%20integrales%20dispuestos%20en%20las%20NI>

IF-Revista%20Observatorio%20de%20la%20Econom%C3%ADa%20Latinoamericana-febrero%202019.pdf

Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, INIAP. (07 de 04 de 2021). INIAP. Obtenido de Banano, plátano y otras musáceas: <http://www.iniap.gob.ec/pruebav3/banano-platano-y-otras-musaceas/>

Karginova-Gubinova, V. (2020). La importancia de los riesgos para la seguridad económica según los datos del mercado de seguros en la Federación de Rusia. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(2). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-3620202000200138

Lizarzaburu, E. R., y del Brío, J. (2020). Estrategias innovadoras: Responsabilidad social corporativa y confianza de los inversionistas, un estudio exploratorio en mercados emergentes. *Actualidad Contable Faces*.
doi:<https://www.redalyc.org/jatsRepo/257/25764894005/index.html>

Market Access Map. (Abril de 2021). Market Access Conditions. Obtenido de <https://www.macmap.org/en//query/results?reporter=156&partner=218&product=080390&level=6>

Martínez, G., y Espinosa, A. (2017). Construcción de capacidades empresariales y tecnológicas. El caso de una pequeña empresa mexicana technology push. *Economía y Desarrollo*, 158(2), 117-128. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425554493008>

Pardo-Jiménez, G., Narváez-Zurita, C., y Erazo-Álvarez, J. (2020). Análisis del impacto tributario y contable por las variaciones del precio de la caja de banano en los productores del cantón Machala, Ecuador. *Dominio de las ciencias*, 6(1), 396-428. Obtenido de <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1154>

Parran, O., Cayón, D., y Polanía, J. (2009). Descripción morfoagronómica de materiales de plátano (musa aab, abb) y banano (musa aaa) cultivados en San Andrés Isla. Colombia. Obtenido de <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/25943>

PROECUADOR. (2019). Las plataformas de E-Commerce en el mercado chino. Canton: Oficina Comercial de Ecuador en Canton. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/las-plataformas-de-e-commerce-en-el-mercado-chino-en-canton/>

- PROEcuador. (2021). Proecuador. Obtenido de Monitoreo de Exportaciones:
<https://www.proecuador.gob.ec/monitoreo-de-exportaciones/>
- Quintero, D. (2017). Los derivados financieros y la administración de riesgos en las organizaciones. *Revista Espacios*, 38(36). Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a17v38n36/a17v38n36p23.pdf>
- Registro oficial 355. (2020). Segundo Suplemento. Quito. doi:http://www.edicioneslegales-informacionadicional.com/webmaster/directorio/2SRO355_20201222.pdf
- Rodriguez, C. (2009). *Diccionario de Economía*. Mendoza. Obtenido de <https://www.eumed.net/diccionario/dee/dee.pdf>
- Salazar, C., Mondaca, C., y Cea, J. (2018). Comercio electrónico en Chile: ¿qué factores inciden en la decisión de compra? *Revista Academia y Negocios*, 4(1), 1-14. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5608/560863073001/index.html>
- Salinas, J. J. (2009). Metodologías de medición del riesgo de mercado. *Revista Innovar*, 19(34), 187-199. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81818977013>
- Sanchez, I., Benitez, F., y Arias, E. (2015). El precio en el marketing. Machala: Universidad Técnica de Machala. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/6893>
- Sánchez-Brenes, R., y Arboleda-Julio, E. (2021). Evaluación de la sostenibilidad en el cultivo de plátano, Caribe Sur, Costa Rica. *Revista de Ciencias Ambientales*, 55(1). doi:<https://doi.org/10.15359/rca.55-1.12>
- Steffanell-De León, I., Arteta-Peña, Y., y Noda-Hernández, M. (2017). La satisfacción del cliente interno en pequeñas y medianas empresas hoteleras. *Ciencias Técnicas*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/1815/181552082003/index.html>
- Veloza, V. (2014). La importancia geopolítica y económica de la Alianza del Pacífico. *Relaciones Internacionales y Estudios Políticos*. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/12978>
- Venegas-Martínez, F. (2008). Riesgos financieros y económicos, productos derivados y decisiones económicas bajo incertidumbre, vol 1. Mexico D.F.: Cengage Learning Editores. Obtenido de <http://yuss.me/revistas/Libros/book2008aFVMn019.pdf>

ANEXOS

Figura 3 Socios de ASOEXPLA



AgroCaribe S.A.

Centro Comercial Unión Local # 32
Machala, Provincia de El Oro - Ecuador
Tel: +593-7-268-4034 / +593-7-268-3854
Email: agro_caribe@hotmail.com

La Cia. Exportadora AGROCARIBE S.A., es una empresa Exportadora de frutas tropicales, fue creada en el año 2009 y su rubro más importante es la Exportación de Piñano. Somos proveedores de Piñano, para las Cias. CHIQUITA FRESH NORTH AMERICA y TURBANA CORPORATION, llegando a los mercados de los Estados Unidos y Europa.



Bandecua S.A.

Km.15 Vía Sambaorandón Edif.Sambaorandón Business Center Torre A
Primer Piso Oficina #103 A
Sambaorandón, Ecuador
Tel: (593) 4-2597200 - (593) 4-2597270
Email: tropa@freshdelmonte.com

La Cia. Exportadora AGROCARIBE S.A., es una empresa Exportadora de frutas tropicales, fue creada en el año 2009 y su rubro más importante es la Exportación de Piñano. Somos proveedores de Piñano, para las Cias. CHIQUITA FRESH NORTH AMERICA y TURBANA CORPORATION, llegando a los mercados de los Estados Unidos y Europa.



Bonesca

Urb. San Antonio km.15 vía Sambaorandón
Guayaquil - Ecuador
Tel: 593-4-50-6280 / 080999034
Email: estogistic@gmail.com

BONESCA es una marca joven pero ya posicionada en el mercado Español por su Piñano de calidad.



ColBanano S.A.

Centro Comercial Unión Local # 32
Machala, Provincia de El Oro - Ecuador
Tel: +593-7-268-4034 / +593-7-268-3854
Email: colbanano@outlook.com

Empresa que opera desde el año 1998, su actividad principal es la Exportación de frutas tropicales y su rubro más importante la Exportación de Piñano. Somos proveedores de fruta, para la Compañía Del Monte Internacional GmbH, con destino al mercado de los Estados Unidos.



Dole Ecuador

Av. Los Morjos # 10 y Av. Carlos Julio Arseniano Edificio Berlin
Guayaquil - Ecuador
Tel: (+593) 42204950
Email: juan.pons@dole.com

DOLE Ecuador forma parte de la Corporación DOLE Food Company, Inc. cuyas oficinas corporativas están situadas en Wakefield, EE.UU. Ecuador pertenece a la región Latinoamérica y nuestra casa matriz está ubicada en San José de Costa Rica. DOLE Food Company es una Corporación de renombre mundial, productora y comercializadora de más de 170 frutas y vegetales, frescos y elaborados en el mundo entero.



Durexporta S.A.

Vía a Doule km 145 P.O. Box 09074
Guayaquil - Ecuador
Tel: +593-4-531-2200 / 2202
E-mail: info@durexporta.com

"EXPORTACIONES Durexporta, S.A. es una empresa familiar establecida desde 1991, concentra su actividad en la producción y exportación de frutas edibles de primera calidad, tales como mangos, bananos y piñanos. Durexporta fue la primera compañía del Ecuador en utilizar tratamiento hidroalcohólico para el procesamiento de sus mangos con el objetivo de exportar a los Estados Unidos. Desde entonces ha mantenido su posición como líder en la producción, procesamiento, empaque y exportación de mangos en Ecuador"



Exchangecorp S.A.

Vía Sambaorandón km.2 edificio Almo piso 4 oficina 408.
Guayaquil - Ecuador
Tel: 593-4-68-1338
Email: mv.garcena@exchange-ec.com

nació a partir de una idea emprendedora de aprovechar la potencia agrícola de nuestro suelo ecuatoriano, ofreciendo frutos de excelente calidad reconocida a nivel internacional, producto de manos de productores agrícolas que necesitan de empresas aliadas y dispuestas a buscar y exportar frutos de excelente calidad.



Frutinexus S.A.

Av. Juan Tarso Maza No. 20 (1 km.)
Cdo. Adone (Entre Gasolinera Mobil y Pímas)
Guayaquil - Ecuador
Tel: +593-4-228-4700
Email: info@frutinexus.com

Fundada en el año 2008 en Guayaquil, Ecuador. Frutinexus S.A. exporta productos frescos como:



Terrafruit - Ing. Jorge Luis Salazar Valencia

Av. Chone 108 y Abdon Calderón
(Junto al destacamento de policía)
El Carmen Marañón - Ecuador
Tel: +593-5-268-0332
Email: terrafruit@hotmail.com

Empresa exportadora ecuatoriana fundada en el 2008, ubicada en el litoral del país, donde convergen factores agro-climáticos idóneos para la producción de frutas y vegetales de alta calidad. Se especializa en la exportación de piñano barraganes, malanga, yuca, jengibre y plátano. Nuestros productos son de primera, gracias al especial cuidado que se pone en el proceso de empaque, al estricto control de calidad y el mantenimiento de la cadena de frío, mediante el transporte en contenedores refrigerados; asegurando, de este modo, que el producto llegue a su destino en excelentes condiciones.



Iriscorp S.A.

Km.2 Vía a Sambaorandón, edificio Sambaorandón Píazo oficina 405-406
Fonos: 044-608730 / 044-608822 / 044-608834
Guayaquil-Ecuador

Somos una empresa que está comprometida a llevar a nuestros clientes los mejores productos agrícolas en el mercado de la manera más rentable. Ubicándonos en la mejor posición comercial gracias a nuestra especializada producción de frutas tropicales y exportación.



Tropical Fruit S.A.

Km.15 Vía Sambaorandón
Edif. Sambaorandón Business Center Torre B, Ofc. 129
Guayaquil - Ecuador
Tel: + 593-4-259-8700 / 259-8688
Email: aurb@tropicalfruitexport.com



Refin S.A.

Km.15 Vía Sambaorandón,
Edificio Sambaorandón Píazo, Ofc # 505.6.506
Guayaquil - Ecuador
Tel: +593-4-602-0224
Email: bromid@refintropical.com

REFIN S.A. inicia operaciones en el año 1998, básicamente en el ámbito de la comercialización de mango fresco para el mercado internacional. A partir del año 2002 las actividades de la empresa se expanden hacia otros productos tropicales, destacando entre ellos: piñano, limón salé, malanga, yuca, jengibre, edibles, entre otros. La empresa tiene su domicilio y oficina principal en el cantón Sambaorandón de la provincia del Guayas (suburbio de Guayaquil).

Tabla 3 Exportación de plátano por destino

| PAIS | 2016 | | 2017 | | 2018 | | 2019 | |
|------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| | FOB | TON | FOB | TON | FOB | TON | FOB | TON |
| ESTADOS UNIDOS | 42.977 | 96.292 | 41.173 | 85.864 | 43.492 | 96.051 | 48.759 | 100.996 |
| COLOMBIA | 3.342 | 25.042 | 753 | 6.277 | 1.968 | 16.415 | 1.523 | 12.746 |
| CHILE | 1.516 | 3.223 | 2.835 | 6.047 | 4.557 | 11.344 | 5.504 | 11.573 |
| ESPAÑA | 2.472 | 5.626 | 2.602 | 4.808 | 3.395 | 6.677 | 5.383 | 10.645 |
| BÉLGICA | 6.373 | 14.088 | 4.865 | 10.556 | 5.601 | 12.625 | 4.866 | 9.538 |
| ITALIA | 1.137 | 2.623 | 905 | 1.893 | 1.588 | 3.263 | 2.227 | 4.792 |
| PAÍSES BAJOS | 1.003 | 2.267 | 1.601 | 3.232 | 1.971 | 3.788 | 2.435 | 4.675 |
| REINO UNIDO | 859 | 2.143 | 1.363 | 3.010 | 1.224 | 2.895 | 1.414 | 3.190 |
| ARABIA SAUDITA | | | | | 37 | 87 | 858 | 1.926 |
| ARGENTINA | 461 | 715 | 2 | 3 | 191 | 326 | 600 | 952 |
| TURQUÍA | | | | | | | 294 | 673 |
| SUDÁFRICA | 118 | 288 | 129 | 315 | 192 | 468 | 278 | 521 |
| PANAMÁ | 8 | 25 | | | | | 201 | 510 |
| GRECIA | | | | | | | 150 | 340 |
| COSTA RICA | | | | | 109 | 196 | 146 | 245 |
| EMIRATOS ARABES UNIDOS | | | | | 19 | 42 | 95 | 219 |
| JAPÓN | 52 | 112 | 56 | 86 | 41 | 95 | 105 | 156 |
| RUSIA | 6 | 19 | | | 106 | 251 | 59 | 141 |
| MARRUECOS | | | | | | | 48 | 117 |
| EGIPTO | | | | | | | 48 | 111 |
| URUGUAY | 22 | 29 | 27 | 34 | 69 | 118 | 68 | 108 |
| ESLOVENIA | | | | | | | 35 | 84 |
| QATAR | | | | | | | 19 | 43 |
| COREA DEL SUR | | | | | 35 | 98 | 15 | 26 |

| | | | | | | | | |
|-----------------------------|-----|-----|--|--|-------|--------|----|----|
| <i>PUERTO RICO</i> | 28 | 22 | | | 4.486 | 10.252 | 11 | 24 |
| <i>NICARAGUA</i> | | | | | | | 12 | 24 |
| <i>UCRANIA</i> | | | | | 19 | 45 | 10 | 23 |
| <i>KUWAIT</i> | | | | | | | 9 | 20 |
| <i>NUEVA ZELANDIA</i> | | | | | | | | |
| <i>ALEMANIA</i> | 0 | 0 | | | 88 | 203 | | |
| <i>CHINA</i> | | | | | 75 | 176 | | |
| <i>CANADÁ</i> | | | | | | | | |
| <i>REPÚBLICA DOMINICANA</i> | 146 | 315 | | | | | | |
| <i>PORTUGAL</i> | 34 | 74 | | | | | | |
| <i>HONG KONG</i> | | | | | | | | |
| <i>TÚNEZ</i> | | | | | 61 | 90 | | |
| <i>BAHAMAS</i> | | | | | 30 | 75 | | |

Tabla 4 Precio 2019

| <i>PAIS</i> | | <i>FOB*</i> | <i>TON</i> | <i>PRECIO POR KILO</i> |
|-------------------------------|----------------------|---------------|----------------|----------------------------|
| <i>ESTADOS UNIDOS</i> | <i>USA</i> | <i>48.759</i> | <i>100.996</i> | <i>0,48</i> |
| <i>COLOMBIA</i> | <i>LATINOAMERICA</i> | <i>1.523</i> | <i>12.746</i> | <i>0,12</i> |
| <i>CHILE</i> | <i>LATINOAMERICA</i> | <i>5.504</i> | <i>11.573</i> | <i>0,48</i> |
| <i>ARGENTINA</i> | <i>LATINOAMERICA</i> | <i>600</i> | <i>952</i> | <i>0,63</i> |
| <i>PANAMÁ</i> | <i>LATINOAMERICA</i> | <i>201</i> | <i>510</i> | <i>0,39</i> |
| <i>COSTA RICA</i> | <i>LATINOAMERICA</i> | <i>146</i> | <i>245</i> | <i>0,60</i> |
| <i>URUGUAY</i> | <i>LATINOAMERICA</i> | <i>68</i> | <i>108</i> | <i>0,63</i> |
| <i>PUERTO RICO</i> | <i>LATINOAMERICA</i> | <i>11</i> | <i>24</i> | <i>0,44</i> |
| <i>NICARAGUA</i> | <i>LATINOAMERICA</i> | <i>12</i> | <i>24</i> | <i>0,49</i> |
| <i>ESPAÑA</i> | <i>EUROPA</i> | <i>5.383</i> | <i>10.645</i> | <i>0,51</i> |
| <i>BÉLGICA</i> | <i>EUROPA</i> | <i>4.866</i> | <i>9.538</i> | <i>0,51</i> |
| <i>ITALIA</i> | <i>EUROPA</i> | <i>2.227</i> | <i>4.792</i> | <i>0,46</i> |
| <i>PAÍSES BAJOS</i> | <i>EUROPA</i> | <i>2.435</i> | <i>4.675</i> | <i>0,52</i> |
| <i>REINO UNIDO</i> | <i>EUROPA</i> | <i>1.414</i> | <i>3.190</i> | <i>0,44</i> |
| <i>GRECIA</i> | <i>EUROPA</i> | <i>150</i> | <i>340</i> | <i>0,44</i> |
| <i>ESLOVENIA</i> | <i>EUROPA</i> | <i>35</i> | <i>84</i> | <i>0,42</i> |
| <i>UCRANIA</i> | <i>EUROPA</i> | <i>10</i> | <i>23</i> | <i>0,42</i> |
| <i>ARABIA SAUDITA</i> | <i>ASIA</i> | <i>858</i> | <i>1.926</i> | <i>0,45</i> |
| <i>TURQUÍA</i> | <i>ASIA</i> | <i>294</i> | <i>673</i> | <i>0,44</i> |
| <i>EMIRATOS ARABES UNIDOS</i> | <i>ASIA</i> | <i>95</i> | <i>219</i> | <i>0,43</i> |
| <i>JAPÓN</i> | <i>ASIA</i> | <i>105</i> | <i>156</i> | <i>0,67</i> |
| <i>RUSIA</i> | <i>ASIA</i> | <i>59</i> | <i>141</i> | <i>0,42</i> |
| <i>QATAR</i> | <i>ASIA</i> | <i>19</i> | <i>43</i> | <i>0,43</i> |
| <i>COREA DEL SUR</i> | <i>ASIA</i> | <i>15</i> | <i>26</i> | <i>0,59</i> |

| | | | | |
|------------------------|---------------|------------|------------|-------------|
| <i>KUWAIT</i> | <i>ASIA</i> | <i>9</i> | <i>20</i> | <i>0,43</i> |
| <i>SUDÁFRICA</i> | <i>AFRICA</i> | <i>278</i> | <i>521</i> | <i>0,53</i> |
| <i>MARRUECOS</i> | <i>AFRICA</i> | <i>48</i> | <i>117</i> | <i>0,41</i> |
| <i>EGIPTO</i> | <i>AFRICA</i> | <i>48</i> | <i>111</i> | <i>0,43</i> |
| <i>PRECIO PROMEDIO</i> | | | | <i>0,47</i> |

** Los valores se encuentran expresados en miles de dólares*