



República del Ecuador

Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

Trabajo de Titulación

Para la Obtención del Título de:

Ingeniero Portuario y Aduanero Mención Administración Portuaria

Tema:

**Plátano orgánico ecuatoriano, análisis de factibilidad de exportación a
Estados Unidos post cuarentena.**

Autor:

Eddy Josue Lomas Farah

Directora del Trabajo de Titulación:

Lcda. Ninfa Moreno Moreno. MSc.

2021

Guayaquil - Ecuador

AGRADECIMIENTO

A usted, Dios Todo poderoso por darme la sabiduría, fé, paciencia y fuerza de voluntad para seguir por este camino de la vida. A la Universidad Empresarial Tecnológica de Guayaquil por permitirme cumplir unos de mis sueños tan anhelados. A los docentes por brindarme sus conocimientos con mucha dedicación y responsabilidad. A mis padres por formar a la persona que soy hoy en día, viviré eternamente agradecido.

Eddy Lomas Farah.

DEDICATORIA

A mis padres, por ser ellos el pilar fundamental de mi vida, por su dedicación y buenos ejemplos que siempre me han brindado, sin ellos nada de esto sería posible.

A mi tío Gustavo por darme siempre la mano y ser uno de los mejores guías que la vida pudo brindarme, sus consejos son los que me impulsan cada día a ser mejor.

A mis tías que sin ningún interés alguno me dieron la mano para salir adelante en esta etapa de mi vida.

A mi familia en general, ya que su unión y sus palabras de aliento son y seguirán siendo muy importante para mí.

Eddy Lomas Farah.

La responsabilidad de este trabajo de investigación, con sus resultados y conclusiones, pertenece exclusivamente al autor.

.....
Eddy Josue Lomas Farah.

PLÁTANO ORGANICO ECUATORIANO ANALISIS DE FACTIBILIDAD DE EXPORTACION A ESTADOS UNIDOS POST CUARENTENA

Eddy Josue Lomas Farah
eddielomas_15@hotmail.com

RESUMEN

Este proyecto consistió en un análisis de la factibilidad de la exportación directa de plátano orgánico ecuatoriano hacia Estados Unidos, siendo este el objetivo del mismo. La metodología de investigación aplicada fue de enfoque cuantitativo, método deductivo con la utilización del análisis documental y la entrevista. Dentro de los resultados obtenidos se pudo establecer que el consumidor americano aprecia los productos que utilizan el enfoque orgánico bajo el procedimiento de Fair Trade, ya que los considera de una calidad superior, sumado a que aportan al mantenimiento del planeta, por el no uso de pesticidas. Al momento de realizar la evaluación financiera se pudo establecer que, dentro de sus costos, el de intermediación representa aproximadamente el 7.7%; es decir, la exportación directa aportará beneficios excedentes al negocio en torno al 21.6%, lo que concluye la factibilidad financiera como atractiva.

Palabras claves: Plátano orgánico, factibilidad financiera, análisis documental, exportación bananera, Fair Trade.

1. INTRODUCCION

Según Verdugo y Andrade (2018) Ecuador a través de su historia se ha caracterizado por poseer una cuantía de recursos naturales entre los que destacan el plátano, banano, café, cacao, mariscos y flores; es por ello que, en estos productos se encuentra centralizada la mayor cantidad de las exportaciones del país, pero al momento de realizar el proceso las empresas hacen uso de intermediarios para hacer llegar sus productos. Viendo la situación

de los costos de la exportación del plátano, las empresas han optado por brindar un producto con valor agregado para incrementar la rentabilidad como lo es el plátano orgánico, debido a que este no hace uso de pesticidas y tiene un impacto positivo al medio ambiente, es por ello que el trabajo de investigación tiene como finalidad evaluar la factibilidad financiera de la exportación del plátano orgánico ecuatoriano hacia Estados Unidos post cuarentena de manera directa; es decir, sin intermediarios locales hacia dicho país.

En el proyecto se establece los márgenes satisfactorios y la viabilidad de dejar de prescindir del intermediario para alcanzar el máximo rendimiento en la colocación del producto para el consumo final. Es por ello que, se aplicó un ejemplo contemplando un exportador sin intermediario, demostrando la factibilidad de la exportación directa, ya que generaría un ahorro significativo a través del tiempo proyectando el mismo a cinco años.

Esto se da principalmente, porque el plátano constituye uno de los principales alimentos para la dieta de los latinoamericanos, asiáticos y africanos al ser Estados Unidos un país donde se concentra una gran diversidad cultural; por tanto, es un mercado potencial y muy atractivo para la exportación de plátano orgánico. El objetivo general es analizar con base a un estudio de factibilidad económica la exportación directa post cuarentena de plátano orgánico a Estados Unidos.

En el artículo académico se presentaron los antecedentes referenciales de la investigación, seguido de los teóricos con la finalidad de establecer la situación actual de la industria y conocer los parámetros teóricos que fortalezcan el problema a investigar. Posteriormente se desarrolló la metodología de la investigación, la cual fue de enfoque cuantitativo por medio del análisis documental y las entrevistas con la finalidad de obtener información relevante sobre la situación actual de la industria.

Finalmente, se presentan los resultados extraídos de la investigación en el análisis documental y las entrevistas para establecer la viabilidad económica de la actividad de la exportación de plátano orgánico, por medio de la comparativa del excedente de rentabilidad que se obtiene al dejar de prescindir de los servicios de un intermediario y realizar la operación de forma directa por medio de la integración de pequeños productores, para finalizar el trabajo con las conclusiones del mismo.

1.1. Objetivo General

Analizar con base a un estudio de factibilidad económica la exportación directa post cuarentena de plátano orgánico a Estados Unidos.

1.2. Objetivos Específicos

Analizar el mercado ecuatoriano para la exportación de plátano orgánico a Estados Unidos periodo 2015-2020 por medio de las páginas oficiales de Trade map, Senae y Pro Ecuador.

Realizar un estudio de mercado de las exportaciones de plátano orgánico a los Estados Unidos con la finalidad de determinar las tendencias del consumidor por medio del uso del análisis documental.

Determinar la factibilidad económica del estudio del plátano orgánico ecuatoriano de exportación directa post cuarentena hacia los Estados Unidos.

1.3. Antecedentes Referenciales

El plátano ecuatoriano es una de las frutas más apetecidas a nivel mundial y tiene el nombre científico de *Musa paradisiaca*. La familia de la cual proviene es Musaceae que es de ambiente tropical con temperaturas en torno a 23 a 27 grados, la aceptación que tiene a nivel global está dado por la creciente tendencia de las personas a alimentarse sano y el plátano es uno de los componentes fundamentales para la dieta por sus propiedades en vitamina, hierro, potasio, magnesio, entre otros. Es por ello que, la actividad de esta

industria en conjunto con la bananera es una de las más adecuadas para el desarrollo de las regiones a nivel terráqueo con un cultivo aproximado de más de 150 países y 1000 variedades de la fruta aproximadamente (Tumbaco, Patiño, Tumbaco, & Ulloa, 2015).

Según Galarza (2019) en el Ecuador la actividad exportadora según los registros existentes es que comenzó en el año 1910 por medio de la comercialización desde la provincia de El Oro hacia los países vecinos como Perú y Chile, pasando por el boom bananero en 1944 hasta la actualidad donde el país y el mundo está viviendo una pandemia global, la cual ha repercutido en mucha de las industrias; donde la del plátano por ser de alimento o denominada también como consumo defensivo, tuvo repercusiones menores.

Uno de los factores más valorados por el consumidor son los nutrientes, he aquí donde entra en escena el plátano orgánico, el cual tiene la particularidad de no usar pesticidas que podrían afectar a la fruta, la cual constituye en uno de los principales valores diferenciadores con respecto al plátano convencional, sumado a la certificación de mejor calidad que se le otorga; esto permite que su valor sea superior porque los consumidores están dispuestos a pagar un valor mayor (Elbehri, Calberto, Staver, Hospido, & Skully, 2015). Con base a lo descrito, se da paso a las investigaciones referenciales para conocer la situación actual del mercado de plátano orgánico para su exportación.

En el plan de negocio realizado por Benites (2019) con la finalidad de evaluar la producción y exportación de snack con base a plátano orgánico hacia los estados Unidos, se pudo observar que el plátano es una de las frutas más valiosas y populares del mundo debido a sus componentes saludables. El de origen orgánico es más satisfactorio para el consumidor por no exponerse a pesticidas; por tanto, no contamina el medio ambiente y nutre la creciente tendencia de la población mundial de alimentarse sano. Entre los resultados obtenidos en la investigación resaltaron que el mercado internacional acoge de manera adecuada el snack hecho con base a plátano orgánico por sus nutrientes, la cultura

alimentaria de los Estados Unidos lo consume de manera frecuente; además, para darle una mejor exposición se lo colocó en ferias de alimentos en el país en mención. La inversión estuvo estructurada por capital propio 40% y 60% crédito bancario, concluyendo que el proyecto es factible financieramente debido a que arroja una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 55.29% con una recuperación de la inversión en un año y medio aproximadamente.

En el trabajo realizado por Décker y Ramón (2016) con la finalidad de establecer la viabilidad de la exportación de plátano orgánico de forma directa, suprimiendo la entrada en escena de intermediarios, se propuso que se estructure una asociación entre tres haciendas productoras las cuales estuvieron ubicadas en la provincia de El Oro, de las cuales la primera realizaría una aportación de 580 cajas, seguido de la segunda con 350 y la tercera 150 dando un total de 1080 cajas, lo que permitiría poder llenar un contenedor con dimensiones de 40 pies y refrigerado. La metodología que aplicó el estudio tuvo un enfoque cuantitativo y dentro de los principales resultados obtenidos estuvieron que la exportación directa ofrecía grandes oportunidades de crecimiento por la aceptación del producto, para ello se analizó dos escenarios, uno con intermediario y otro sin el mismo, dado como fin la factibilidad de la exportación bajo la forma directa, debido a que genera un ahorro significativo al prescindir del intermediario.

En el proyecto realizado por Medranda y Soledispa (2019) enfocado a la nueva unidad de negocio de la empresa exportadora Hoyos Garcés sobre la producción y comercialización de plátano orgánico en función de dotarle de un valor agregado al rechazo de las fincas, se pudo establecer que el consumidor extranjero le atrae el consumo de nuevos productos, más aún si estos aportan un valor nutricional superior, ya que lo relacionan con mayor calidad. La metodología aplicada tuvo un alcance descriptivo y enfoque cuantitativo, la herramienta metodológica utilizada fue la encuesta, la cual fue aplicada con la finalidad de conocer la situación actual del mercado para conocer la

demanda no satisfecha. Como resultado se obtuvo que es una oportunidad de negocios adecuada, ya que al momento de implementar los indicadores financieros se estableció una TIR del 39.3%, la cual es superior a la tasa exigida por la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento TMAR del 20%, lo que da paso a la obtención de VAN superior a cero quedando como resultado \$24,094.47, lo que indica la factibilidad del negocio.

1.4. Antecedentes Teóricos

1.4.1 Estudio de factibilidad

La factibilidad financiera y económica es la evaluación realizada a un negocio con la finalidad de establecer si este se puede poner en marcha en función del resultado obtenido en el estudio, donde se establece los problemas que pueden darse en la ejecución del mismo. Por tanto, para que el proyecto sea ejecutado y puesto en marcha se debe mostrar adecuadamente la viabilidad bajo un tipo de análisis costo-beneficio para garantizar en la mejor medida su posible su éxito (Haro & Rosario, 2017).

Con base a lo descrito, el estudio de factibilidad tiene entre sus componentes la valoración de los ingresos, costos y gastos que generará el proyecto con la finalidad de establecer si es beneficiosa su implementación, sumado al análisis del mercado para la determinación de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas; así como también de los riesgos asociados dentro del proyecto para tomar una decisión informada acerca de la posibilidad de éxito la cual es resultado del estudio de factibilidad (Silva, Medina, Jiménez, & Sarzosa, 2016).

La parte central del estudio de factibilidad económica está dada por la evaluación de la inversión con la finalidad de establecer si es justificada la realización de la misma por medio de la generación de rentabilidad del proyecto. Es por ello que, en la valoración se analizan los costos tanto variables como fijos; así como las ventas generadas por el bien o servicio prestado para que por medio de ello se puede llegar a la obtención del beneficio y

así tomar una decisión acerca de la factibilidad económica para su posterior puesta en marcha (Burdilesa, Castro, & Simian, 2019).

En un trabajo investigativo realizado con la finalidad de establecer la factibilidad para exportar plátano orgánico se estableció que la certificación de sello verde enfocada a pequeños productores aporta gran valor para implementar la agricultura orgánica, debido a que los productores objeto de estudio no tienen una cultura adecuada para planificar y controlar; por tanto, esto representó una oportunidad satisfactoria para el crecimiento del sector. Al evaluar la factibilidad se obtuvo que la hipótesis planteada fue viable, ya que al evaluar las variables financieras se obtuvo una TIR del 26.86% lo que representó que el VAN sea mayor a cero; es decir, es viable el proyecto para su ejecución (Córdova, 2016).

La exportación de banano orgánico como alternativa representa una actividad adecuada al sector agrícola tradicional de la provincia de El Oro, debido a que esta implica el cambio de la matriz productiva al entregar al mercado un producto de valor añadido por el cumplimiento de certificaciones lo que a su vez implica en mayor inversión acompañada de alta rentabilidad. Este beneficio superior se da por la no utilización de fertilizantes en su proceso de producción, lo que permite que el suelo no se encuentre afectado en la producción proporcionando mayor beneficio de nutrientes para conservar la salud humana. Por tanto, como conclusión se estableció que es viable y resulta una alternativa adecuada la exportación de plátano orgánico, ya que en la actualidad esta actividad solo representa el 2% de la producción de la provincia; es decir, aquellos productores que realicen esta actividad podrán estar mejores posicionados en frente a la industria (Fernández, 2016).

1.4.2. Plátano

El plátano es de origen hindú y asiático, con las corrientes migratorias ha sido trasladado a la región de América, la cual posteriormente ha sido enviada a Europa por medio de la exportación. En la actualidad existe una gran variedad de plátano y por sus beneficios nutritivos ha padecido de un gran crecimiento su demanda principalmente en los Estados Unidos y Europa. El plátano ha gozado de un panorama alentador, dado por la inexistencia de huracanes que pudieran afectar las plantaciones, sumado a la disponibilidad de tierra fértil, la mano de obra barata y las obras de infraestructura, fomentadas por medio de la entrega de créditos por parte del gobierno nacional lo que ha convertido a la industria bananera en la más importante para del país. El cambio de tendencia de consumo en adquirir productos de mayor calidad y que respeten al medio ambiente ha dado paso a la producción de plátano orgánico, ya que en el proceso no hace uso de pesticidas para evitar la caída de plagas en el fruto (Sabrostar, 2020).

1.4.3. Cultivo orgánico

Los cultivos orgánicos tienen la finalidad de ser métodos usados para garantizar la calidad de los alimentos, por medio de evitar la utilización de pesticidas y estos sean sustituido por aquellos conformados por materiales naturales evitando los sintéticos. Es decir, la composición del producto es 100% natural sin aditivos químicos en cualquiera de sus procesos, para que de esta manera se permita una regeneración del suelo de manera adecuada por el mantenimiento esencial de la naturaleza, evitando de esta forma la manipulación genética en la cadena de producción (Vásquez, Racines, Moncayo, Viera, & Seraquive, 2019).

Estas diferencias entre el proceso del plátano tradicional y orgánico provocan que el último tenga mayor calidad, pero para ello se hace un incremento en el costo de producción lo cual se compensa por la alta demanda que genera este producto en el mercado

internacional. La similitud del proceso está dada por el tiempo de cosecha, la cual se basa en evitar que la fruta llegue madura a su lugar de destino; la diferencia es que en el proceso no se hace uso de productos herbicidas, estos son suplantados por medio de cultivos de origen orgánico como minerales, pulpa de café, raquis de plátano y microorganismos, así como también la funda que protege al racimo. Estos parámetros descritos permiten que el control y la calidad del producto sea el más adecuado para el proceso de exportación, sumado a la utilización de otras prácticas como el uso de lavado a presión para eliminación de escamas y cochinillas, debido a que en ciertos países no están permitidas y a la estandarización del plato de la fruta (Capa, Alaña, & Benítez, 2016).

1.4.4 Post cuarentena

La pandemia ocasionada por el coronavirus que se vive en la actualidad a nivel mundial ha afectado de manera importante al comercio, debido a las restricciones de movilidad que se han tomado para contener la expansión del virus, pero a medida que se va conteniendo y se obtiene conocimiento científico de cómo mejorar su tratamiento y evitar su propagación se ha dado paso a la flexibilización de la cuarentena de las actividades, permitiendo con ello normalizar las actividades de comercio. He aquí donde se vuelve relevante establecer cómo se van a recuperar las industrias, siendo el plátano orgánico uno de los productos favorecidos, ya que por sus notables beneficios nutritivos aporta valor al manteniendo del organismo el cual ataca el virus anteriormente mencionado. Por tanto, la recuperación de las exportaciones post cuarentena tienen buena perspectiva por el incremento de la demanda de los consumidores para salvaguardar su integridad, lo cual se puede demostrar con la llegada de productos basados en plátanos como los tortolines a través de comercialización de una famosa empresa americana (Amazon, 2020).

1.4.4. Mercado Ecuador

El plátano constituye una de las principales frutas que garantiza la seguridad alimentaria en el país, así como también a la generación de empleo. Esto se establece por la información destacada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), donde el país tiene aproximadamente un total de 127,239 hectáreas de plátano a nivel nacional y estas han tenido la característica de que 99,463 han sido cosechadas, lo que implica una utilización de mano de obra (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2017).

En el país la producción de plátano está concentrada en las provincias de Los Ríos con 52,612 hectáreas, seguido de Manabí con 14,249 y Santo Domingo con 13,376 donde el consumo principal está dado para el mercado interno, el cual es el de tipo dominico; mientras que el barraganete su destino es el de exportación. La actividad agrícola desarrollada en el Ecuador tiene un alcance importante en el mismo con exportaciones promedio de 265 millones, lo que representó 587 mil cajas o su equivalente en peso a 4 millones 828 toneladas según información descrita por el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIA). A la información descrita se le debe de incorporar que la industria representa aproximadamente el 3.84% del PIB y el 50% del agrícola, donde el 20% de las exportaciones realizadas son de origen privado, sumado a que generan empleo al 17% de la población actual del país con un portafolio diversificado en la Unión Europea con el 42%, Estados Unidos el 21%, Rusia el 20%, entre otros (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, 2020).

Según ProEcuador (2017a) los consumidores extranjeros valoran productos con beneficios nutricionales de calidad, lo que ha dado paso al país ser uno de los productores más apreciados, pero en los últimos tiempos las exportaciones han denotado un decrecimiento importante, sumado al irrespeto que tiene el intermediario al momento de pagar el precio referencial por caja alcanzando una reducción de hasta el 50% del mismo,

lo que ocasiona una rentabilidad inferior; además de la sobreproducción que está padeciendo resultado de las nuevas siembras en otros sectores del país. Es por ello que, se evalúa en la presente investigación la factibilidad de suprimir al intermediario, ya que en la actualidad este obtiene ganancias atractivas, perjudicando de manera directa a los pequeños productores.

Con respecto a las exportaciones realizadas, se pudo conocer según información de la Asociación Exportadores de Plátano (ASOEXPLA) que los principales exportadores son Tropical Fruit S.A., Unión de Bananeros, Truisfruit S.A., Refin S.A. y Cevallcon S.A. con el 13.10%, 8.25%, 7.35%, 7.10% y 7.04% respectivamente, los cuales representan el 42.86% de las exportaciones con una concentración en el país de los Estados Unidos con el 70.17% con envíos marítimos a través de Guayaquil con el 83.99% de la mercadería.

1.4.5. Mercado Estados Unidos

El mercado de los Estados Unidos a través del tiempo ha sido considerado mundialmente como el mayor consumidor de productos ecológicos de alimentos y bebidas según información en los entes de control (Fresh Plaza, 2016).

El consumidor estadounidense tiene la particularidad de enfocarse en la adquisición de productos con propiedades nutricionales que favorezcan de manera adecuada a la salud, bajo los criterios de tipo Fair Trade y orgánicos, es por ello que se está incrementando esta tendencia de adquisición en los últimos años. Uno de los potenciales consumidores del mercado americano es el hispano, debido a su etnia y conocimiento sobre el producto objeto de estudio el cual lo utiliza de manera cotidiana para su dieta y alimentación diaria. El país en mención, en la actualidad no cuenta con producción de plátano orgánico, ya que lo único que poseen son plantaciones de plátano bajo la estructura tradicional ubicados en las zonas de Hawái, Florida, Ohio, Indiana, Illinois y el norte de Kentucky principalmente (ProEcuador, 2017b).

2. METODOLOGÍA

2.1. Tipo y Método de Investigación

El presente proyecto se caracteriza por ser un estudio de carácter cuantitativo, este enfoque tiene como finalidad recopilar y analizar datos numéricos, realizando inferencias con mayor precisión y generando como producto final la manifestación de resultados objetivos (Cadena, et al. 2017). Por tanto, por medio de esta investigación se podrá evaluar información oficial que permita conocer la situación actual del mercado ecuatoriano en cuanto a la exportación del plátano orgánico. Para ello se hará la utilización de herramientas como registro o entrevistas. Por otro lado, se analizará la tendencia en relación con el volumen de exportación y precios de este producto hacia Estados Unidos, por medio de una recopilación documental y numérica procedente del portal Trade Map.

Por otro lado, se encuentra la investigación descriptiva, cuyo objetivo consiste en la recolección y observación de información procedente de los sucesos observados (Hernández y Mendoza, 2018); bajo este enfoque, se establece como fin analizar las exportaciones de plátano orgánico ecuatoriano hacia los Estados Unidos con el propósito de identificar la viabilidad que sustenta la exportación directa post cuarentena hacia dicho mercado.

Conforme el enfoque de la investigación se determina el empleo del método deductivo e inductivo, ambos términos se consideran como herramientas imprescindibles que permitirán llegar a una conclusión lógica acerca del objeto de estudio partiendo de lo general a lo específico e incidiendo en su explicación (Martínez y Perafán, 2019).

Para concluir, es importante mencionar que la investigación se caracteriza por ser un estudio no experimental, es decir que la información obtenida se analizará sin llevar a cabo su manipulación, observando los hechos bajo un contexto natural y actual según lo recopilado. Por otro lado, considerando el ámbito de las entrevistas estas se realizarán en

un momento determinado, sin considerar la evolución de las opiniones emitidas por los entrevistados (Valbuena, 2017).

2.2. Unidad de Análisis, Población y Muestra

La población se define un conjunto de elementos que forman parte de un objeto de estudio, los cuales pueden ser personas, cosas, empresas, entre otros factores (Fernández M. , 2017). Dado este paradigma y conociendo que según el informe de la Asociación de Exportadores de Plátano (ASOEXPLA) existe un total de 42 exportadores (Asociación de Exportadores de Plátano, 2017) la presente investigación establece como unidad de análisis a tres exportadores de plátano orgánico, determinados a conveniencia del investigador dada la actual pandemia, a quienes se les aplicó la entrevista desarrollada con el objetivo de conocer sus perspectivas en cuanto a la exportación directa post cuarentena de este producto hacia los Estados Unidos. Es importante mencionar que, las personas designadas estipularon como requisito fundamental para brindar la entrevista, el anonimato de su empresa y nombre. Por otro lado, con el fin de analizar la tendencia de exportación en cuanto al plátano orgánico hacia los Estados Unidos, se determinó un rango de tiempo conformado por los últimos cinco años, información que será obtenida por medio del portal web Trade Map.

2.3. Técnicas e Instrumentos de Medición

En el presente estudio se determinó el empleo de la entrevista, técnica que permite la recolección de información a través de un diálogo establecido entre dos personas, que son el entrevistado y entrevistador (Llanos, 2019). Conforme lo expuesto, se determina el uso de una entrevista de índole semiestructurada a tres exportadores de plátano orgánico, donde se plantean un conjunto de preguntas relacionadas con el tema de estudio, siendo esta situación, el factor clave para llevar a cabo la exportación de plátano orgánico ecuatoriano

hacia los Estados Unidos, analizando qué criterios se deben considerar para demostrar la factibilidad económica de este proyecto.

Adicional, se integra la investigación documental, una técnica que se fundamenta en la recopilación y selección de datos mediante la lectura de documentos bibliográficos (Flores, 2017). En este caso, la investigación documental se establece con el objetivo de visualizar la evolución de la exportación del plátano orgánico del Ecuador hacia Estados Unidos mediante la información visualizada en páginas institucionales y gubernamentales como el Ministerio de Comercio Exterior, el SENA E y el portal Trade Map y el Banco Central del Ecuador (BCE).

2.4. Procesamiento de Información

En relación con la entrevista planteada, la información obtenida será presentada por pregunta, determinando las respuestas otorgadas por los tres exportadores de plátano orgánico; no obstante, se establecerá un análisis global de las opiniones emitidas por los entrevistados. Por otra parte, la información documental se plasmará en el presente documento bajo el empleo de gráfico estadísticos, herramienta que permitirá al lector entender de forma clara y precisa los datos procedentes de las exportaciones de plátano orgánico de Ecuador hacia Estados Unidos.

Referente a la entrevista planteada, esta se encuentra conformada por un total de ocho preguntas, donde se indagan factores como las diferencias que existen en la producción de plátano orgánico y convencional, el tipo de producto que mayor atractivo de exportación sustenta, la situación actual de las exportación del plátano orgánico ecuatoriano hacia el mundo, las consecuencias procedentes del COVID-19 ante el objeto de estudio, la existencia de barreras que hayan limitado esta práctica, la entrega de recomendaciones conforme la ejecución de este proceso en la post cuarentena y las proyecciones de enviar el producto ecuatoriano hacia los Estados Unidos.

3. RESULTADOS

3.1. Análisis Documental

De acuerdo con información que reposa en el BCE, las exportaciones ecuatorianas han tenido un crecimiento sostenido en los periodos desde el 2016 hasta el 2019 pasando de \$43,050.4 hasta \$132,378.7 (valores en miles de USD), lo que representa una apreciación de la actividad del 207.5% en relación a sus exportaciones del 2016. Cabe recalcar que, estos datos toman como referencia la subpartida arancelaria 0803901110 exportación de banano y plátano orgánico la cual las consolida en una sola (BCE, 2020). Con base a la información descrita se presenta la figura donde se puede denotar el crecimiento sostenido que ha tenido la industria en el tiempo.



Figura 1. Exportaciones de Ecuador a Estados Unidos. Tomado de *Estadísticas de Comercio Exterior*; por BCE, 2020.

De acuerdo a Trade Map (2020c) Estados Unidos es uno de los grandes importadores de plátano, dicho país adquiere este producto desde varios países de América Latina, siendo actualmente su principal proveedor Guatemala, esto se dio a partir del año 2016 donde destronó de ese puesto a Ecuador, desde ese momento ha venido manteniéndose como la primera opción de importación de esta potencia mundial. La participación de las importaciones de plátano de Estados Unidos en relación a Guatemala es del 44.6%, seguido

de Ecuador con el 31.2%, quedando en tercer lugar Colombia con el 15.9%, en cuarto lugar, México con el 3.7% y en quinto lugar Nicaragua con el 3.4%. Las cifras de las exportaciones de plátano en miles de dólares de los cinco principales países que le venden a Estados Unidos se pueden apreciar a continuación.

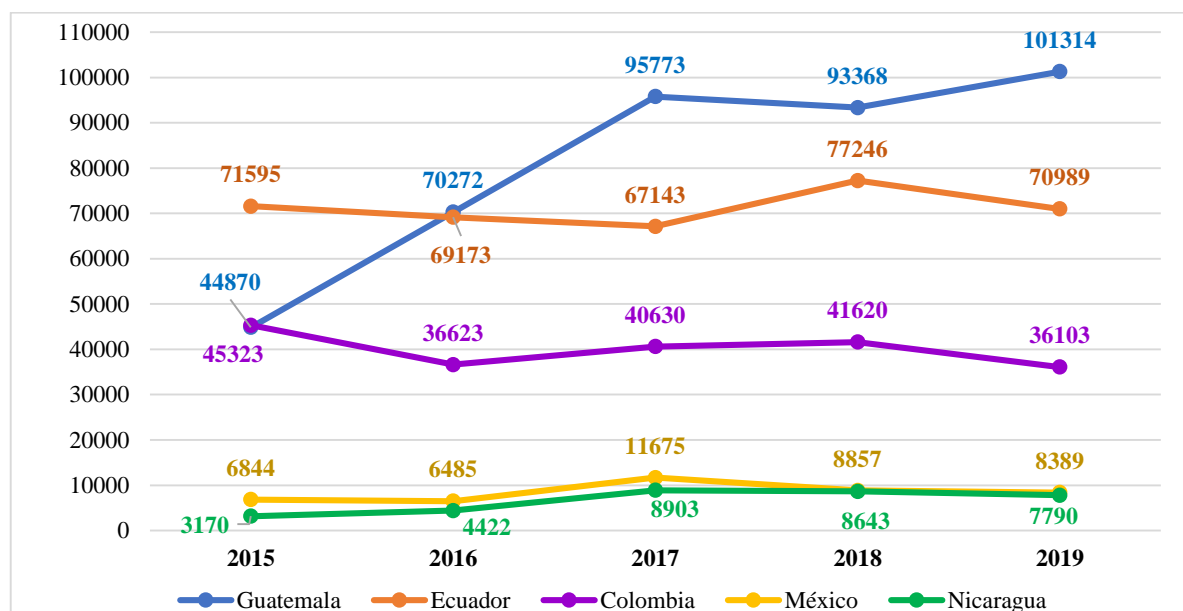


Figura 1. Países que exportan plátano a Estados Unidos. Tomado de *Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Estados Unidos de América 080310 Plátanos frescos o secos*; por Trade Map, 2020c.

La competitividad que tiene el exportar el plátano a Estados Unidos es fuerte, esto se puede apreciar no solo por los valores en dólares o en cantidades que ha adquirido esta potencia, sino que se diferencian a la hora de revisar los precios que cada uno de los países exportadores de dicho producto ofrece a este país, el cual, evoluciona constantemente manteniendo durante la pandemia precios fluctuantes. Además, es fácil apreciar que el país con mayor precio en el mes de julio del presente año era Colombia, seguido de México, Guatemala y al final Ecuador; sin embargo, estos precios han variado en el mes de agosto posicionando a Guatemala con el precio mayoritario de \$1.30 por Kg, seguido de Colombia con un valor \$1.28 por Kg, Ecuador tiene el tercer precio más alto con \$1.26 por Kg y México con \$1.23 por Kg (Trade Map, 2020a), como se puede apreciar a continuación.

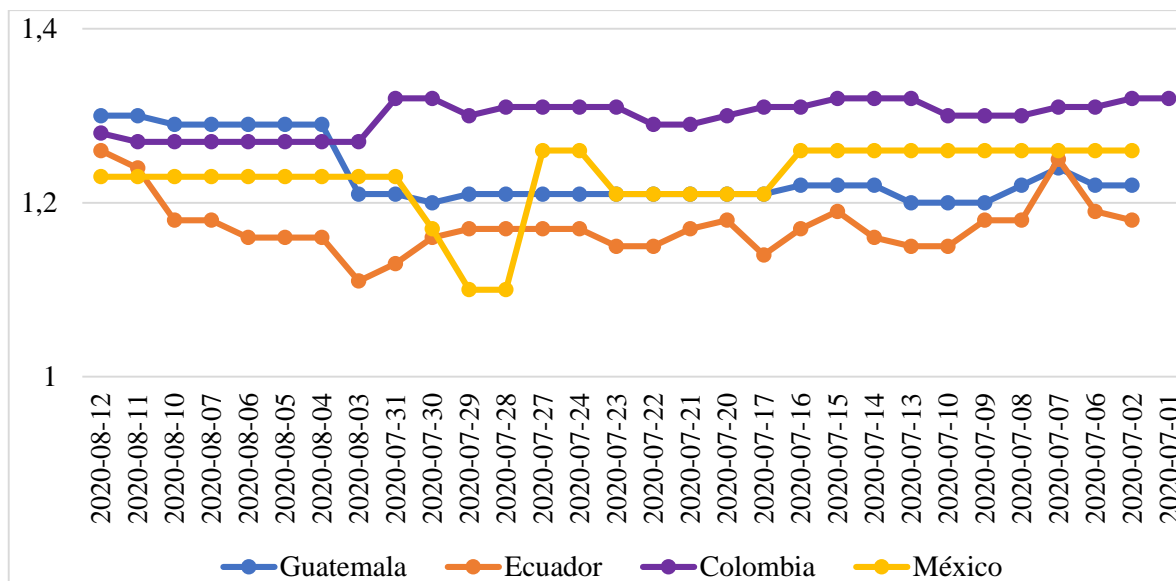


Figura 2. Precios del plátano en USD/kg. Tomado de *Evolución de los precios del plátano*; por Trade Map (2020a).

El precio de la caja de plátano de 41.5 libras establecido por el Ministerio de Agricultura es de \$6.40; ya que, el costo de producción está entre los \$3.00 a \$3.50, a esto se suma el precio de transportación que es de \$0.36 por caja. Dentro de un contenedor de 40 pies entran 54 cajas por pallets de 22XU. Además, una vez que el contenedor está a bordo se debe pagar \$6.09 por tonelada para transferencia de carga, \$3.51 por hora por la conexión de contenedor Reefer, \$40.98 por contenedor pagado por tarifa de porteo de contenedor y \$6.37 por contenedor debido a la conexión del contenedor a bordo del buque (Ecuador Documents, 2020). Cabe destacar que, todos estos valores sirven de referencia con respecto al plátano orgánico, el cual actualmente cotiza a \$13 la caja a precio de mercado, con un costo de producción aproximado de \$5 a \$6, lo cual denota el gran atractivo si se basa en la rentabilidad de la venta.

Ecuador al ser un país con riqueza de recursos ha sabido aprovecharlos, tanto así que el país exporta el plátano a varios países de América y europeos. Se pretende resaltar la importancia que tiene el mercado de Estados Unidos para los productores ecuatorianos de plátano; pues es el principal país que adquiere este producto a nivel mundial,

manteniéndose en la punta de los mayores importadores de dicho vegetal. Los datos demuestran que Estados Unidos en el año 2017 pagó a Ecuador por importaciones del plátano \$55,831, para el año 2018 se incrementaron las ventas hacia este destino a \$63,904 reflejando un aumento del 1.14% en comparación al año anterior; de igual manera, para el año 2019 esta cifra siguió creciendo a \$86,181 con un alza de 1.35% en comparación al 2018. El segundo lugar de destino de las exportaciones de plátano en el 2019 fue el país de España con \$7,621, cifra que ha tenido un crecimiento desde el 2017. Otros países a los que se le vende el plátano son Chile, Bélgica, Países Bajos, Italia, Reino Unido, Colombia, Arabia Saudita y Argentina. Cabe recalcar que, todas las cifras están en miles de dólares.

Otro aspecto importante que se debe revisar es la distancia que existe entre la competencia con Estados Unidos; ya que esto proporciona menor tiempo para que el producto llegue fresco y reduce el costo del producto. El país de Guatemala se encuentra en Centro América a una distancia media de 2,632 km de la potencial mundial, que a pesar de estar cerca de dicho país no es la más cercana pues Nicaragua queda a 1,524 km y México a 1,624 km. El país más lejano es Colombia con 6,653 km y Ecuador con 5,696 km.

Para lograr ingresar un producto orgánico es necesario cumplir como requisito la certificación del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), para esto se debe cumplir con las normas para la certificación que es acreditada solo por certificadoras aprobadas por la entidad antes mencionada. Entre los requisitos que se deben cumplir está que se mejore la fertilidad del suelo, que no se utilice ningún producto químico para el control de plagas ni en sus fundas protectoras. Entre los aspectos a seguir para obtener esta certificación es necesario que sean inspeccionadas las plantaciones para revisar que cumplan con los requisitos; así como, la inspección de los productos para exportación (Control Union, 2019).

En lo que respecta a la demanda insatisfecha de plátanos orgánicos, se la puede deducir por el crecimiento de consumo de productos orgánicos en Estados Unidos a partir de la pandemia. Los estadounidenses en vista del virus del COVID-19 ha priorizado su nutrición sobre el costo; por lo cual, han optado por comprar productos orgánicos como un esfuerzo por cuidar a sus familias, lo que ha llevado a que la venta de bebidas y alimentos orgánicos incrementen en un 25% durante el primer semestre del año. Varias empresas dedicadas a la venta de productos orgánicos han tenido un aumento en ventas y en sus acciones como el caso de Kroger con un 15% y General Mills en un 20%. Además, la venta en línea se ha duplicado en empresas que ofertan productos de barras de proteínas y snack refrigerados como es California Perfect Snacks (Patton & Rembert, 2020).

De acuerdo a la plataforma estadounidense Panorámica (2020) el mercado de alimentos orgánicos es el más dinámico a nivel mundial, la venta de este tipo de producto se centra en Estados Unidos y Europa. El gasto en alimentos orgánicos por persona en Estados Unidos es de \$138. Además, según Procomer (2020) la producción de alimentos orgánicos ha crecido en los últimos años, siendo Estados Unidos el principal mercado para exportar dicho producto; pues este país concentra el 43% del consumo de este tipo de productos. A continuación, se presentan los datos de la entrevista.

3.2. Entrevista

1. ¿Qué diferencias existen entre la producción del plátano orgánico y plátano convencional?

De los 3 entrevistados se resume que que la diferencia entre el plátano orgánico y el plátano convencional es la utilización de componentes químicos y el por el lado orgánico, se utiliza productos beneficiosos para el medio ambiente, causando beneficios nutritivos para el suelo y la plantación. Cuidando la salud de los colaboradores.

2. ¿Considerando las diferencias procedentes de ambos productos, que tipo de plátano tiene mayor atractivo para exportar? Explique.

De acuerdo a las respuestas de los entrevistados, se considera que el plátano orgánico tiene mayor rentabilidad a pesar de que la plantación requiere una mayor inversión, el mercado de Estados Unidos es mas atractivo los productos con el sello verde que identifica ser orgánicos.

3. ¿Cuál es la situación actual que mantienen las exportaciones del plátano orgánico ecuatoriano hacia el mundo?

Desde el punto de vista de los 3 entrevistadores, se concluye que el plátano orgánico tiene acogida en el mercado a nivel mundial, principalmente en Estados Unidos y Europa. El mercado orgánico en los Estados Unidos ha crecido exponencialmente en los últimos años.

4. Conforme la situación que se está viviendo en la actualidad, ¿Cuáles han sido las consecuencias procedentes de la pandemia COVID-19 ante la exportación del plátano orgánico?

Los 3 entrevistados consideran que las exportaciones de plátano orgánico han sido irregulares y con altibajos ocasionados por la pandemia COVID-19, por las restricciones de movilidad y comercio entre naciones y por la irregularidad constante de los precios.

5. En la actualidad, ante los estragos procedentes del COVID-19 ¿Existen algunas barreras que han limitado la exportación de plátano orgánico ecuatoriano hacia los Estados Unidos?

Se resume entre los 3 entrevistados que no existen barreras que limitan las exportaciones de plátano orgánico con los Estados Unidos, pero las ventas si redujeron

debido a las restricciones, aunque en la actualidad este efecto ya se ha normalizado por la flexibilidad de las medidas de bioseguridad.

6. Continuando con la situación del COVID-19 ¿Qué medidas han establecido para llevar a cabo la exportación del plátano orgánico hacia el mundo de forma efectiva?

De acuerdo a las respuestas de los 3 entrevistados se concluye que las medidas de seguridad son establecidas por las entidades de control, tanto como en empacadoras como es cosecha y control de empaquetado y en los puertos con desinfección de contenedores.

7. Bajo su percepción, ¿Qué recomendaciones otorgaría para llevar a cabo la exportación directa post cuarentena del plátano orgánico ecuatoriano hacia los Estados Unidos?

De los 3 entrevistados se resume que para continuar con las exportaciones de plátano orgánico hacia Estados Unidos hay que seguir cuidando de las cosechas y presentación del producto, mantener de manera adecuada los protocolos de seguridad tanto a la carga como al personal.

8. ¿Cuáles son las proyecciones de exportar plátano orgánico ecuatoriano hacia los Estados Unidos luego del Covid 19?

De acuerdo a los 3 empresarios entrevistados se resume que las proyecciones de las exportaciones de plátano orgánico hacia Estados Unidos son totalmente satisfactorias, ya que el mercado va aumentando casi un 30% anual en el consumo de dicho producto, debido al cambio de tendencia de consumir productos naturales.

3.3 Análisis General de Resultados

Según los datos obtenidos en la entrevista se pudo conocer que la principal diferencia entre el plátano orgánico y el convencional está dado en la no utilización de productos químicos en su abono ni en la protección de las plagas, cambiando el enfoque por otro tipo

de materiales de tipo natural como la pulpa de café, minerales, microorganismos, entre otros. A pesar del incremento de los costos del plátano de origen orgánico resulta más rentable por el incremento en la demanda que ha tenido el mismo, lo que provoca que el cliente esté dispuesto a pagar un precio superior por la calidad, al considerarlo como un producto fresco, aportando a la sostenibilidad del planeta. Entre las consecuencias del COVID-19 está la reducción de las exportaciones, debido a que los consumidores han disminuido la adquisición de productos, pero este se ha recuperado al haber avances de cómo manejar el virus y al ser una fuente de alto valor nutricional para las personas; por tanto, aceleran su adquisición permitiendo que se mantenga el precio.

En la actualidad, el plátano al ser un producto con nutrientes importantes no ha formado parte de barreras de entrada que eviten su ingreso a los Estados Unidos, para poder mantener esto se han tomado medidas y protocolos establecidos por la OMS en cuanto a la protección del personal y procedimiento de manipulación de la fruta. En cuanto a las proyecciones de las exportaciones se pudo establecer que se prevé un crecimiento del 30%, debido a los nutrientes que contiene la fruta que aporta valor a la salud de las personas, más aun en el momento actual donde se necesita alimentación adecuada, para que el cuerpo pueda luchar contra la enfermedad del COVID-19.

3.4 Factibilidad Financiera

Bajo los parámetros establecidos de la industria del plátano orgánico se evaluó las operaciones de una finca con capacidad de producción de 1,300 cajas mensuales promedio, lo que significó un costo mensual de \$7,800 llegando al año al monto de \$93,600 registrando en el quinto periodo un valor de \$267,336.0. Cabe recalcar que, el costo por caja fue calculado por medio del dato obtenido en el análisis documental, que fue de \$6

para una caja; además, el incremento interanual de las cajas se consideró en un 30% por el alto potencial del mercado norteamericano.

Tabla 1
Costos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cajas	1,300.0	1,690.0	2,197.0	2,856.0	3,713.0
Costo de caja	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0
Costo mensual	7,800.0	10,140.0	13,182.0	17,136.0	22,278.0
Costo anual	93,600.0	121,680.0	158,184.0	205,632.0	267,336.0

Con respecto a los ingresos, el análisis documental estableció un precio referencial de caja por \$13, lo que implica un ingreso mensual en función de la capacidad promedio de producción de \$16,900, esto resulta en unas ventas anuales de \$202,800 llegando al quinto año con una proyección de venta de \$579,228.

Tabla 2
Ingresos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cajas	1,300.0	1,690.0	2,197.0	2,856.0	3,713.0
PVP	13	13	13	13	13
Ingreso mensual	16,900.0	21,970.0	28,561.0	37,128.0	48,269.0
Ingreso anual	202,800.0	263,640.0	342,732.0	445,536.0	579,228.0

Al poner en contexto los ingresos y costos por caja de plátano se establece una rentabilidad bruta del 53.8% que al aplicar los costos fijos y otros costos que intervienen en el contenedor, transporte y aduanas, se llega a obtener una rentabilidad del 35.6%, donde la intermediación representa un 7.7% adicional de los ingresos generados. Por tanto, al aplicar lo denotado en la entrevista, que la intermediación es un impacto importante en la rentabilidad del negocio se llega a una utilidad del 43.3%, esto implica un excedente de rentabilidad del 21.6%; es decir, se concluye la factibilidad económica de la actividad de exportación directa como beneficiosa para la industria de pequeños exportadores.

Tabla 3
Estado de Resultado integral proyectado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	202,800.0	263,640.0	342,732.0	445,536.0	579,228.0
Costo de producción	93,600.0	121,680.0	158,184.0	205,632.0	267,336.0
Utilidad bruta	109,200.0	141,960.0	184,548.0	239,904.0	311,892.0
Costos fijos	21,379.47	27,793.31	36,131.31	46,969.06	61,063.06
Otros costos	15,600.0	20,280.0	26,364.0	34,272.0	44,556.0
Utilidad operativa	72,220.53	93,886.69	122,052.69	158,662.94	206,272.94

4. CONCLUSIONES

En el objetivo específico uno el cual establece el análisis del mercado ecuatoriano de exportación de plátano orgánico se conoció que a través del tiempo esta actividad ha vivido un crecimiento importante, principalmente por su valor nutricional para la salud de las personas que lo consumen y por la no utilización de materiales de origen pesticida, ya que se usa el enfoque de materiales naturales, inclusive en la funda que protege el racimo; además, de su aporte a la sostenibilidad del planeta sin causar daños al medio ambiente.

El segundo objetivo específico hizo referencia al análisis del mercado de exportación hacia los Estados Unidos estableciendo que los últimos años ha tenido una transformación importante con respecto al consumo de alimentos de origen orgánico por el apoyo a los criterios basados al Fair Trade, es por ello que en la investigación realizada a nivel documental y de entrevista se estableció el valor que le da el consumidor de los Estados Unidos al plátano orgánico, el cual está posicionado como de calidad superior; por tanto, están dispuestos a pagar un valor referencial superior para premiar el aumento de costos y de apoyo al planeta por el mejoramiento de cosecha de la fruta.

En el objetivo específico tres se estableció la factibilidad económica de la exportación directa post cuarentena del plátano orgánico hacia los Estados Unidos obteniendo como resultado que el precio de caja de plátano de \$6; mientras que el mercado americano está dispuesto a pagar \$13. Con esto se establece la rentabilidad atractiva que tiene el exportar

plátanos de origen orgánico, pero en el proceso se observó que el rubro de intermediación impacta de manera importante a la utilidad; por tanto, al aplicar una exportación de forma directa sin que participe el intermediario se concluyó la factibilidad del proceso por medio del excedente de rentabilidad alcanzado que fue de un 21.6%.

Bibliografía

- Amazon. (2020). *Tortolinas sabias*. Obtenido de https://www.amazon.com/-/es/Tortolinas-sabias/dp/B088P5BW94/ref=sr_1_1?__mk_es_US=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&dchild=1&keywords=tortolinas&qid=1600284800&s=digital-text&sr=1-1&th=1
- Asociación de Exportadores de Plátano. (2017). *Estadísticas*. Obtenido de http://asoexpla.org/?page_id=1316
- BCE. (2020). *Estadísticas de comercio exterior*. Obtenido de <https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/1602171408/OpenDocument/open/doc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=10>
- Benites, M. (2019). Plan de negocios para la producción y exportación de snack de plátano orgánico con aceite de coco hacia Estados Unidos. (Tesis de maestría). Repositorio de la Universidad Casa Grande.
- Burdilesa, P., Castro, M., & Simian, D. (2019). Planificación y factibilidad de un proyecto de investigación clínica. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 30(1), 8-18.
- Cadena, P., Rendón, R., Aguilar, J., Salinas, E., De la Cruz, F., & Sangerman, D. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 8(7), 1603-1617.

- Capa, L., Alaña, T., & Benítez, R. (2016). Importancia de la producción de banano orgánico. Caso provincia El Oro, Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 8(3), 64-71.
- Control Union. (2019). *United States Department of Agriculture National Organic Program standard*. Obtenido de <https://www.cuperu.com/portal/es/programas-de-certificacion/organico/usda-nop>
- Córdova, C. (2016). Estudio de pre-factibilidad de un programa de certificación de banano orgánico para exportar a Alemania en productores de la provincia de Los Ríos. (Tesis de maestría). Repositorio de la Universidad de Guayaquil.
- Décker, M., & Ramón, V. (2016). Análisis de la factibilidad de la exportación directa de banano orgánico hacia Alemania. Tesis de grado. Repositorio de la Universidad Católica.
- Ecuador Documents. (2020). *Tarifas de transporte de banano Cavendish*. Obtenido de <https://fdocuments.ec/document/tarifas-de-transporte-de-banano-cavendish.html>
- Elbehri, A., Calberto, G., Staver, C., Hospido, A., & Skully, D. (2015). Cambio climático y sostenibilidad del banano en el Ecuador: Evaluación de impacto y directrices de política. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- Fernández, J. (2016). La exportación de banano orgánico como alternativa para la diversificación de la oferta exportable en la provincia de El Oro. (Tesis de Maestría). Universidad de Guayaquil.
- Fernández, M. (2017). *Estudio sobre las competencias específicas en el título de Grado en Trabajo Social*. Almería: Universidad Almería.
- Flores, L. (2017). *Intervención para la enseñanza de la investigación y planeación de medios publicitarios*. México: Editorial Digital UNID.

- Fresh Plaza. (2016). La caída de las importaciones reduce el consumo de banana ecológica. *Fresh Plaza*.
- Galarza, L. (2019). Tierra, trabajo y tóxicos: sobre la producción de un territorio bananero en la costa sur del Ecuador. *Estudios atacameños*, 341-364.
- Haro, A., & Rosario, J. (2017). *Dirección Financiera: Inversión*. Almería: Editorial Universidad de Almería.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw-Hill.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2017). *Encuesta de superficie y producción agropecuaria continua 2017*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac_2017/Indice_de%20publicacion_ESPAC_2017.xlsx
- Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias. (2020). *Banano, plátano y otras musáceas*. Obtenido de <http://www.iniap.gob.ec/pruebav3/banano-platano-y-otras-musaceas/>
- Llanos, A. (2019). *Desarrollo socioafectivo*. España: Editex.
- Martínez, W., & Perafán, A. (2019). *Descubriendo mundos: una introducción a la investigación antropológica*. Colombia: Editorial Unimagdalena.
- Medranda, J., & Soledispa, P. (2019). Producción de Harina de Banano Orgánico y Comercialización hacia España. Tesis de grado. Repositorio de la Universidad Católica.
- Panorámica. (2020). *Productos orgánicos, el mercado más dinámico a nivel mundial*. Obtenido de <https://www.panoramical.eu/mercados/55389/>

- Patton, L., & Rembert, E. (2020). *Estados Unidos: aumenta el consumo de productos premium, a pesar de los efectos del coronavirus*. Obtenido de <https://www.perfil.com/noticias/bloomberg/bc-estadounidenses-gastan-mas-en-comida-organica-a-pesar-del-covid.phtml>
- Procomer. (2020). *Alimentos frescos y procesados orgánicos certificados con rápido crecimiento a nivel mundial*. Obtenido de <https://www.procomer.com/noticia/exportador-noticia/alimentos-frescos-y-procesados-organicos-certificados-con-rapido-crecimiento-a-nivel-mundial/#:~:text=Entre%202011%20y%202017%20la,tasa%20promedio%20anual%20de%2036%25.&text=Estados%20Unidos%20es%20el%20>
- ProEcuador. (2017a). *Perfil de plátano en Estados Unidos*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/perfil-de-platano-en-estados-unidos/>
- ProEcuador. (2017b). Plátano en Estados Unidos.
- Sabrostar. (2020). *Historia del banano orgánico del Ecuador*. Obtenido de <https://sabrostarfruitcompany.com/banano-organico/>
- SENAE. (2020). *Exportaciones 2020*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/exportaciones/>
- Silva, F., Medina, P., Jiménez, W., & Sarzosa, S. (2016). Estudio de factibilidad para elaborar barras energéticas con insumos andinos. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, 5(10), 1-18.
- Trade Map. (2020a). *Evolución de los precios del plátano*. Obtenido de <https://mpi.intracen.org/prices?sector=5&product=245&originCountry=-1&destinationCountry=-1&variety=-2&quality=-2&sizing=-2&packaging=-2&international=-2&priceTypeDisplay=-3¤cy=USD&refUnit=1&dateFrom=2020-05-14&dateTo=2020-08-14>

- Trade Map. (2020b). *Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador 0803101000 Plátanos frescos*. Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c218%7c%7c%7c%7c0803101000%7c%7c%7c8%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
- Trade Map. (2020c). *Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Estados Unidos de América 080310 Plátanos frescos o secos*. Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c842%7c%7c%7c%7c080310%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
- Tumbaco, A., Patiño, M., Tumbaco, J., & Ulloa, S. (2015). *Manual del cultivo de plátano de exportación*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/272166398_Manual_para_el_cultivo_de_platano_de_exportacion
- Valbuena, R. (2017). *La investigación científica avanzada: con introducción a los programas de investigación científica, la investigación Inter nivel y el razonamiento artificial*. Venezuela: Roiman Valbuena.
- Vásquez, W., Racines, M., Moncayo, P., Viera, W., & Seraquive, M. (2019). Calidad del fruto y pérdidas poscosecha de banano orgánico (*Musa acuminata*) en el Ecuador. *Enfoque UTE*, 10(4), 57-66.
- Verdugo, N., & Andrade, V. (2018). Productos tradicionales y no tradicionales del Ecuador: Posicionamiento y eficiencia en el mercado internacional para el período 2013 – 2017. *X-Pedientes Económicos*, 2(3), 84-102.

ANEXO

Gráficos sobre países importadores de plátano fresco.

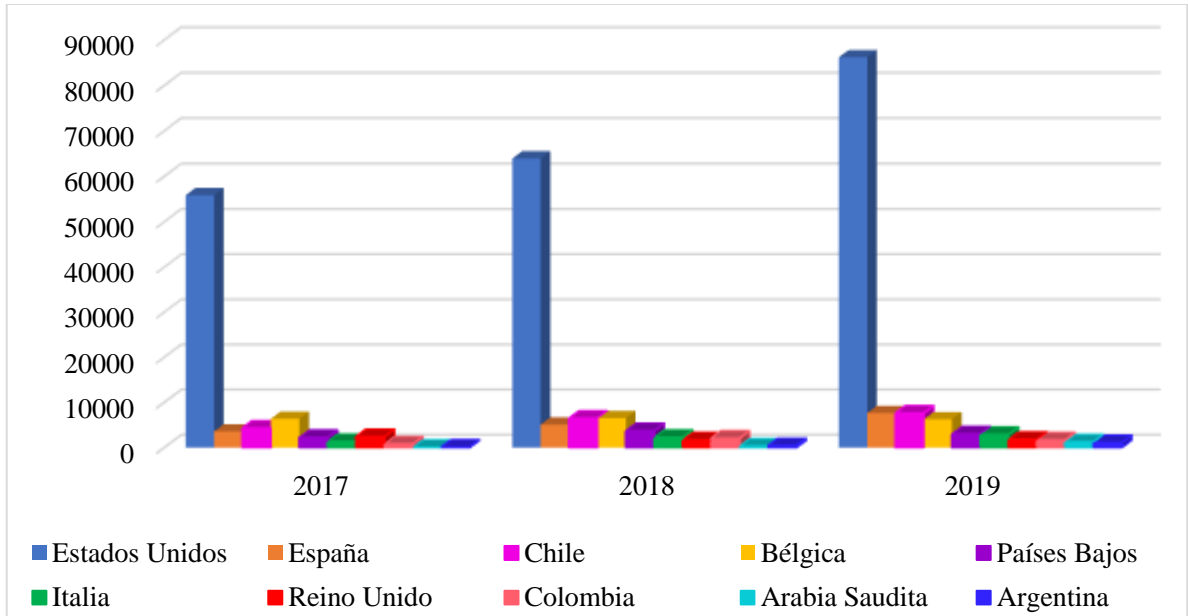


Figura 3. Países a donde exporta el plátano fresco Ecuador. Tomado de *Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador 0803101000 Plátanos frescos*; por Trade Map (2020b).

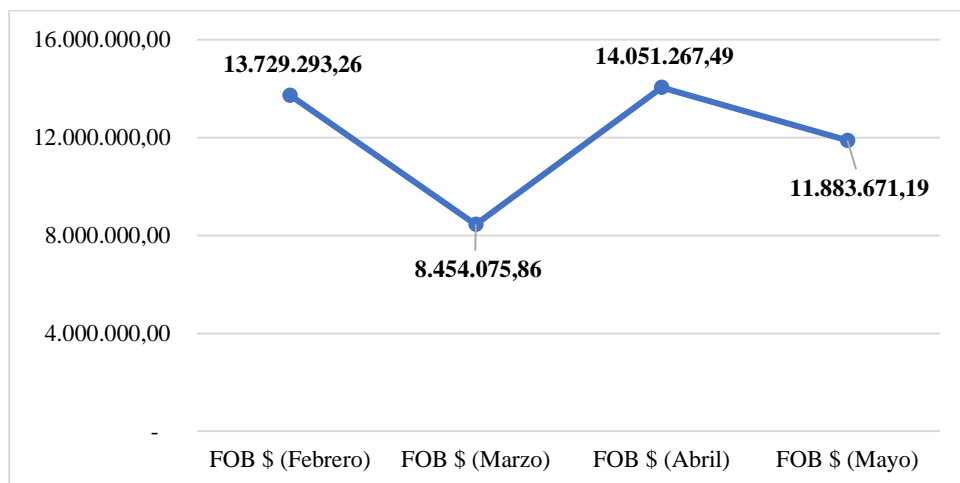


Figura 4. Valor FOB de exportaciones de subpartida 083901110 Orgánico certificado. Tomado de *Exportaciones*; por SENA (2020).