



**Uleam**

UNIVERSIDAD LAICA  
ELOY ALFARO DE MANABÍ

**UNIVERSIDAD LAICA  
ELOY ALFARO DE MANABÍ**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,  
CONTABLES Y COMERCIO**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADO/A EN COMERCIO EXTERIOR**

**TEMA:**

**“COMPETITIVIDAD DE LOS PRODUCTOS ECUATORIANOS EN EL MERCADO  
INTERNACIONAL: EL CASO DE EXPORTACIONES DE BANANO DURANTE EL  
PERÍODO 2018-2022”**

**ELABORADO POR:**

**ALEJANDRA RODRÍGUEZ GARCÍA**

**TUTOR:**

**ECO. MAYRA IVETH PARRAGA MOGROVEJO**

**MANTA – ECUADOR**

**2023-2024**



**Uleam**

UNIVERSIDAD LAICA  
ELOY ALFARO DE MANABÍ

**UNIVERSIDAD LAICA  
ELOY ALFARO DE MANABÍ**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,  
CONTABLES Y COMERCIO**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADO/A EN COMERCIO EXTERIOR**

**TEMA:**

**“COMPETITIVIDAD DE LOS PRODUCTOS ECUATORIANOS EN EL MERCADO  
INTERNACIONAL: EL CASO DE EXPORTACIONES DE BANANO DURANTE EL  
PERÍODO 2018-2022”**

**ELABORADO POR:**

**ALEJANDRA RODRÍGUEZ GARCÍA**

**TUTOR:**

**ECO. MAYRA IVETH PARRAGA MOGROVEJO**

**MANTA – ECUADOR**

**2023-2024**

## **Declaración de autoría**

La responsabilidad de este trabajo de investigación, con sus resultados y conclusiones pertenecen exclusivamente a su autor.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Rodríguez García', is written above a horizontal line.

Rodríguez García Alejandra

C.I. 0962097366

## CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante **Rodríguez García Alejandra**, legalmente matriculada en la carrera de Comercio Exterior, período académico 2023-2024, cumpliendo el total de 320 horas, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es **"Competitividad de los productos ecuatorianos en el mercado internacional: el caso de exportaciones de banano durante el período 2018-2022"**

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Lugar, 16 de julio de 2024.

Lo certifico,



Mgs. Párraga Mogrovejo Mayra Iveth  
**Docente Tutor(a)**  
**Área: Comercio Exterior**

**Nota 1:** Este documento debe ser realizado únicamente por el/la docente tutor/a y será receptado sin enmendaduras y con firma física original.

**Nota 2:** Este es un formato que se llenará por cada estudiante (de forma individual) y será otorgado cuando el informe de similitud sea favorable y además las fases de la Unidad de Integración Curricular estén aprobadas.



# EXPORTACION BANANO RODRIGUEZ ALEJ

2%  
Textos  
sospechosos



< 1% Similitudes  
< 1% similitudes entre  
comillas  
0% entre las fuentes  
mencionadas  
2% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: EXPORTACION BANANO RODRIGUEZ ALEJ.docx  
ID del documento: 7710070e4cf51b0598d186b2e31b619fff9466a3  
Tamaño del documento original: 45,76 kB

Depositante: Mayra Párraga Mogrovejo  
Fecha de depósito: 17/7/2024  
Tipo de carga: interface  
fecha de fin de análisis: 17/7/2024

Número de palabras: 3992  
Número de caracteres: 27.498

Ubicación de las similitudes en el documento:



## Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201507_mexicoexports.pdf?m=1453513184">scholar.harvard.edu</a> https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201507_mexicoexports.pdf?m=1453513184 4 fuentes similares	3%		Palabras idénticas: 3% (104 palabras)
2	<a href="https://1library.co/document/zx5d69nd-capitulo-ii-marco-teorico.html">1library.co   CAPITULO II MARCO TEORICO</a> https://1library.co/document/zx5d69nd-capitulo-ii-marco-teorico.html 2 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (88 palabras)
3	<a href="http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/401/6/T-UTB-FAFI-IC-000122.pdf.txt">dspace.utb.edu.ec</a> http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/401/6/T-UTB-FAFI-IC-000122.pdf.txt	1%		Palabras idénticas: 1% (60 palabras)
4	<a href="https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45005/RVE129_Medeiros.pdf">www.cepal.org</a> https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45005/RVE129_Medeiros.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (30 palabras)

## Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="http://bdigital.dgse.uaa.mx:8080/xmlui/bitstream/11317/215/1/303037.pdf">bdigital.dgse.uaa.mx</a> http://bdigital.dgse.uaa.mx:8080/xmlui/bitstream/11317/215/1/303037.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (11 palabras)
2	<a href="#">Documento de otro usuario #c4fbbb</a> El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)
3	<a href="https://empresasecuador.com/a-donde-exporta-ecuador-el-banano/">empresasecuador.com</a>   > La ruta de exportación del banano ecuatoriano: destin... https://empresasecuador.com/a-donde-exporta-ecuador-el-banano/	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)
4	<a href="https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/1142/3/T-UIDE-1064.pdf.txt">repositorio.uide.edu.ec</a> https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/1142/3/T-UIDE-1064.pdf.txt	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)

## **Dedicatoria**

Quiero dedicar esta tesis especialmente a mi mamá, quien siempre ha estado ahí para apoyarme y darme fuerza en los momentos difíciles. También a mi padrastro William por su apoyo, aunque inconsciente y que también ha sido tan importante, a mis amigas Daniela, Ana y Chenoa, que con su amistad, risas, apoyo y ánimo constante han hecho de este un camino mucho más llevadero. Gracias por siempre estar a mi lado y por creer en mi incluso cuando yo dudaba.

Este gran logro en mi vida es tanto de ustedes como mío.

Por último, agradecer especialmente a Hidetaka Miyazaki, por enseñarme sobre la constancia de perseverar e insistir cuando se quiere lograr algo.

## **Reconocimiento**

Agradezco a todos mis profesores por su dedicación y enseñanzas a lo largo de mi formación académica, las cuales han sido fundamentales para la realización de esta tesis.

Especialmente, quiero expresar mis más sinceros agradecimientos a mi tutora de tesis, la economista Mayra Iveth Párraga Mogrovejo. Su guía experta, paciencia y apoyo fueron primordiales para desarrollar este trabajo. Su compromiso e inspiración me ayudaron a superar cada desafío y alcanzar este logro.

Gracias a todos por ser una parte crucial de este proceso de formación.

# Índice

<b>1.</b>	<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>2.</b>	<b>ANTECEDENTES .....</b>	<b>2</b>
<b>3.</b>	<b>DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....</b>	<b>2</b>
3.1.	DELIMITACIÓN .....	2
3.2.	PLANTEAMIENTO.....	3
3.3.	PREGUNTAS.....	3
<b>4.</b>	<b>PREGUNTAS DE REFLEXIÓN .....</b>	<b>4</b>
<b>5.</b>	<b>JUSTIFICACIÓN Y PROPÓSITO.....</b>	<b>5</b>
<b>6.</b>	<b>OBJETIVOS .....</b>	<b>5</b>
6.1.	OBJETIVO GENERAL .....	5
6.2.	OBJETIVO ESPECÍFICO .....	5
<b>7.</b>	<b>IDEA A DEFENDER (HIPÓTESIS DEL TRABAJO) .....</b>	<b>5</b>
<b>8.</b>	<b>UNIDADES DE ANÁLISIS .....</b>	<b>6</b>
8.1.	OBJETO DE ESTUDIO .....	6
8.2.	UNIDAD DE ANÁLISIS .....	6
<b>9.</b>	<b>METODOLOGÍA .....</b>	<b>6</b>
<b>10.</b>	<b>MARCO CONCEPTUAL.....</b>	<b>7</b>
10.1.	COMPETITIVIDAD.....	7
10.2.	MERCADO INTERNACIONAL .....	7
10.3.	EXPORTACIONES .....	8
10.4.	INESTABILIDAD DE PRECIOS .....	8
10.5.	ESTRATEGIAS DE MARKETING .....	9
10.6.	LOGÍSTICA INTERNACIONAL .....	9
<b>11.</b>	<b>RESULTADOS OBTENIDOS.....</b>	<b>10</b>
<b>12.</b>	<b>ANÁLISIS DE RESULTADOS.....</b>	<b>10</b>
<b>13.</b>	<b>LECCIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>11</b>
<b>14.</b>	<b>FUENTES DE INFORMACIÓN .....</b>	<b>13</b>
	<b>ANEXOS.....</b>	<b>16</b>

## **Resumen**

Ecuador es reconocido por su producción y exportación de banano es evaluado ante el mercado internacional por su posición global y algunos factores clave. Este estudio se propone analizar la participación de Ecuador como productor y exportador de banano, y enfocándose en factores económicos y comerciales que influyen en la competitividad del producto en el mercado internacional. Se abordan aspectos como la inestabilidad de precios y la logística internacional durante el período detallado, utilizando un enfoque metodológico que incluya una comprensión y revisión específica con un enfoque narrativo para comprender y revisar la competitividad de las exportaciones de banano en el aspecto internacional. Además, se identifican las estrategias de marketing que han sido adoptadas por los exportadores para mantener y mejorar su posición competitiva en el mercado internacional. El objetivo es mostrar cómo estos conocimientos adquiridos reflejan la realidad competente del Ecuador en el sector bananero ante el mercado global.

Palabras claves: Competitividad, mercado internacional, exportaciones, inestabilidad de precios, estrategias de marketing, logística internacional.

## **Summary**

Ecuador is recognized for its production and export of bananas, evaluated in the international market for its global position and key factors. This study aims to analyze Ecuador's participation as a producer and exporter of bananas, focusing on economic and commercial factors influencing the product's competitiveness in the international market. Aspects such as price instability and international logistics are addressed during the detailed period, using a methodological approach that includes specific understanding and review to comprehend the competitiveness of banana exports internationally. Additionally, marketing strategies adopted by exporters to maintain and enhance their competitive position in the international market are identified. The objective is to demonstrate how these acquired insights reflect Ecuador's competitive reality in the banana sector within the global market.

Keywords: competitiveness, international market, exports, price instability, marketing strategies, international logistics.

## **1. Introducción**

El presente estudio corresponde a un análisis de caso en el que se analizarán los efectos comerciales y procesos logísticos de la exportación del banano en el período 2018-2022. En Ecuador, el banano ocupa un lugar destacado entre los productos agrícolas más comercializados, siendo el tercer producto con mayor demanda en los mercados internacionales, este sector productivo es crucial y prometedor para la economía nacional por su abundante producción destinada a la exportación, sin embargo, la exportación de banano está sujeta a factores como la inestabilidad de los precios, la competencia, las políticas y normativas legales que impactan en el intercambio comercial debido a que la competitividad no solo se basa en la cantidad, sino también en la capacidad de adaptación a condiciones cambiantes. La inestabilidad de los precios, por ejemplo, puede afectar la competitividad del banano ecuatoriano en comparación con otros productores.

El análisis de la logística, contratos de exportación y condiciones de intercambio también influyen en la competitividad del banano ecuatoriano en el mercado internacional. A su vez, este se nutre de su producción masiva, pero también se ve ligada a la capacidad de enfrentar desafíos como la gestión eficiente de la cadena de exportación ya que una cadena bien gestionada puede generar ventajas competitivas.

El éxito en estos aspectos contribuirá a mantener y fortalecer la posición del banano ecuatoriano en los mercados internacionales. Se mostrará cómo responde a las expectativas globales y cómo puede facilitar la diversificación de mercados, reduciendo la vulnerabilidad ante cambios económicos.

El banano ecuatoriano ha mantenido una posición importante en el mercado internacional gracias a su calidad y volumen de producción. Sin embargo, la competitividad de este producto enfrenta diversos desafíos que requieren atención constante y estrategias innovadoras. Los resultados de este estudio arrojan ideas y planteamientos sobre los factores clave que influyen en esta competitividad, como la volatilidad de precios, las regulaciones fitosanitarias y medioambientales y la infraestructura logística.

La volatilidad de precios depende de muchos factores, incluida la oferta y la demanda internacional, así como las políticas comerciales de los países importadores. Esta volatilidad afecta directamente los márgenes de ganancia y la estabilidad financiera de las plantaciones bananeras del Ecuador, dificultando la planificación a largo plazo. Además, las estrictas regulaciones fitosanitarias y ambientales en mercados clave como la Unión Europea y Estados

Unidos plantean desafíos importantes para los productores ecuatorianos. Estas regulaciones, si bien son necesarias para garantizar la calidad del producto, también complican el proceso de exportación, afectando la competitividad de este. Sin embargo, los exportadores ecuatorianos han adoptado estrategias efectivas para superar estos problemas como la diversificación de mercados, la inversión en tecnologías de producción sostenible y la adopción de prácticas agrícolas innovadoras han surgido como medidas clave para mejorar la productividad, la eficiencia y reducir los costos. Por lo tanto, los resultados de este estudio brindan una comprensión integral de los desafíos y oportunidades para la competitividad del banano ecuatoriano en el mercado internacional.

## **2. Antecedentes**

Ecuador ha sido conocido por su papel como exportador de materias primas económicas y como importador de productos manufacturados por todo el mundo. Dos de estos productos (el banano y el cacao) permitieron al país ganar presencia en el mercado internacional, y el banano ha adquirido particularmente un estatus especial, siendo de los alimentos más consumidos en todo el mundo.

Después de la Primera Guerra Mundial, el país enfrentó una crisis económica debido a la disminución en las ventas de su principal producto de exportación como fue el cacao. Esto marcó el fin del auge del cacao en Ecuador. La producción se orientó hacia el banano, destinado al consumo nacional y exportaciones a Chile y Perú. A partir de la década de 1940, las exportaciones de banano tuvieron un impacto positivo en la balanza comercial y los ingresos estatales, con un aumento anual promedio del 3% en la producción y del 8% en las exportaciones entre 1950 y 1985. Ecuador se ha destacado como uno de los principales países productores de banano, compitiendo con naciones asiáticas y a diferencia de estas, que consumen internamente, es el principal proveedor mundial de banano. Las exportaciones de banano son clave para los ingresos en Ecuador, aportando alrededor del 2% del PIB total y aproximadamente el 35% del PIB agrícola donde Rusia, Estados Unidos y la Unión Europea, junto con otros 43 mercados internacionales, representan más del 65% de las exportaciones de banano ecuatoriano (Anexo 3 y 4) (Corporación Financiera Nacional, 2023).

## **3. Definición del problema**

### **3.1. Delimitación**

**Tema macro:** Competitividad del banano ecuatoriano a nivel internacional.

**Delimitación:** Exportación del producto entre los últimos 5 años (2018-2022).

**Problemática:** Analizar la evolución reciente de las exportaciones de banano ecuatoriano.

### **3.2. Planteamiento**

La investigación se limitará a analizar factores económicos y comerciales que influyen directamente en la competitividad de este producto en los mercados internacionales. Se centrará específicamente en el período de los últimos cinco años para evaluar la evolución reciente de las exportaciones de banano ecuatoriano.

El banano es considerado como el principal artículo entre las importaciones de productos tradicionales no petroleros en Ecuador, y destaca por su contribución con un 3,84% al PIB total, un 50% al PIB agrícola y un 20% a las exportaciones totales del país (Loja-Chillo Gallo et al., 2022).

Durante este período, el sector bananero de Ecuador ha experimentado desafíos y oportunidades en el mercado global. A pesar de ser uno de los principales exportadores mundiales de banano, enfrenta una fuerte competencia de otros países productores que también buscan consolidar su posición internacional. Donde factores como la volatilidad de los precios globales, barreras comerciales, costos de producción, requisitos de sostenibilidad y calidad, así como la sobreoferta global, han impactado significativamente la competitividad del banano ecuatoriano. Además, las regulaciones internacionales de comercio, especialmente en términos fitosanitarios y ambientales, introdujeron desafíos significativos para acceder a mercados menos asequibles como el europeo y el estadounidense (Baquero et al., 2004).

En este contexto, se busca explorar cómo estos factores han impactado en el período señalado mediante un enfoque metodológico que permita realizar un estudio analítico detallado y una revisión específica sobre la competitividad de las exportaciones de banano ecuatoriano a nivel global. Además, se pretende identificar las estrategias adoptadas por exportadores para mantener y mejorar su posición competitiva a lo largo de este proceso.

### **3.3.Preguntas**

1. ¿Cuáles son los mayores retos que enfrenta la exportación de banano ecuatoriano para consolidarse en el mercado internacional?
2. ¿Cómo ha mejorado la calidad del banano ecuatoriano en los últimos cinco años?
3. ¿Cómo ha evolucionado la exportación de banano en los últimos cinco años?

#### **4. Preguntas de Reflexión**

**¿Cuáles son los mayores retos que enfrenta la exportación de banano en Ecuador para consolidarse en el mercado mundial?**

La exportación de banano en Ecuador enfrenta desafíos destacables para consolidarse globalmente, incluyendo factores de fitosanidad y medio ambiente, competencia intensa, fluctuaciones de precios y necesidades de infraestructura, así como la urgencia de diversificar mercados y responder a la demanda creciente de productos sostenibles y éticamente producidos. Es crucial ampliar los mercados de exportación para disminuir la dependencia de mercados particulares y minimizar la vulnerabilidad ante variaciones económicas o políticas en países compradores clave, lo que requerirá implementación de estrategias orientadas a ingresar en nuevos mercados emergentes y consolidar la reputación de Ecuador como un proveedor confiable de banano a escala global.

**¿Cómo ha mejorado la calidad el banano ecuatoriano en los últimos cinco años?**

La calidad el banano ecuatoriano ha mejorado notablemente gracias a la adopción de mejores prácticas agrícolas, tecnologías avanzadas y métodos sostenibles por parte de los productores. El cumplimiento de estándares internacionales de calidad y seguridad alimentaria ha aumentado, permitiendo el acceso a mercados más exigentes. Además, la inversión en investigación y desarrollo ha mejorado la gestión de problemas fitosanitarios y se ha fortalecido la infraestructura de transporte nacional e internacional y el almacenamiento para asegurar la calidad del producto hasta su destino.

**¿Cómo ha evolucionado la exportación del banano ecuatoriano en los últimos cinco años?**

Durante este período, Ecuador ha experimentado un notable crecimiento, contribuyendo significativamente al ingreso de divisas por exportaciones a nivel nacional (Poveda Burgos et al., 2021). En 2018, Ecuador logró un récord en sus exportaciones sumando 3,116 millones de dólares, lo cual representó un aumento interanual del 5.3% (Opportimes, 2019). No obstante, la situación varió con el tiempo. En 2022, las exportaciones experimentaron una disminución del 6% en relación con el año anterior, alcanzando un total de \$3,286 MM FOB en exportaciones (Anexo 1). Esta reducción fue influenciada parcialmente por factores externos como el conflicto en Ucrania y la valorización del dólar, los cuáles impactaron la

competitividad del banano ecuatoriano en mercados estratégicos (Banco Central del Ecuador, 2022).

## **5. Justificación y propósito**

Será por medio de un proceso metodológico que la defensa de esta investigación se centrará en la importancia económica-social del tema, así como en el banano llegando a ser conocido como un pilar importante de exportaciones del Ecuador, por lo que analizar su competitividad ayudará a comprender mejor cómo se puede lograr el crecimiento económico. Así, se verá cómo el Ecuador se comporta en respuesta a las expectativas globales y cómo puede contribuir a la diversificación de los mercados, reduciendo la vulnerabilidad a cambios económicos y, al invertir en tecnología e innovación, el país puede posicionarse como líder en este campo. El estudio tendrá como objetivo demostrar cómo las herramientas de conocimiento generadas durante el proceso de diseño de la investigación ayudarán a explicar la realidad económica y exportadora del país, así como su contribución a la seguridad alimentaria y al desarrollo sostenible a nivel global.

## **6. Objetivos**

### **6.1. Objetivo General**

Analizar la competitividad de las exportaciones de banano en el mercado internacional.

### **6.2. Objetivo Específico**

- Analizar los mayores retos que debe enfrentar la exportación de banano ecuatoriano para consolidarse en el mercado internacional.
- Indicar cómo ha mejorado la calidad del banano ecuatoriano en los últimos cinco años.
- Determinar la evolución de la exportación de banano en los últimos cinco años.

## **7. Idea a defender (hipótesis del trabajo)**

La competitividad del banano ecuatoriano internacionalmente podría mejorar significativamente implementando estrategias de comercialización que abran nuevos mercados internacionales para el banano ecuatoriano permitiendo acceso a mercados exigentes y aumentando el margen de ganancia, mientras que se garantiza la estabilidad financiera de las plantaciones.

## **8. Unidades de análisis**

### **8.1. Objeto de Estudio**

Competitividad del banano ecuatoriano en el mercado internacional.

### **8.2. Unidad de Análisis**

Sector exportador de banano.

## **9. Metodología**

El presente análisis de investigación de carácter descriptivo se centrará en un enfoque cualitativo sobre el análisis de la competitividad del banano ecuatoriano en el mercado internacional, donde se utilizarán enfoques analíticos para llevar a cabo un análisis y clasificación de diversas fuentes de información que proporcionen los aspectos más significativos relacionados con el objeto de estudio.

La investigación descriptiva se caracteriza por un enfoque metodológico donde el objetivo principal es describir y analizar las características y fenómenos que se presentan en una población o muestra específica. Este método facilitará la investigación, el análisis y la comprensión del proceso comercial y la logística de las exportaciones de banano. Gracias a este método, los datos recopilados se agregarán, permitiendo clasificar las fuentes de información de forma ordenada. Es importante analizar las principales consecuencias del proceso exportador en la cadena de internacionalización del banano ecuatoriano. (Kothari, C.R., 2004).

Además, se utilizará un enfoque cualitativo para comprender y utilizar datos no numéricos, como palabras, imágenes o historias, para capturar la riqueza y diversidad de experiencias, conocimientos y significados. Este método promueve una comprensión más profunda de los métodos, contextos y procesos analíticos, lo que permite una investigación integral y detallada (Galeano Marín, M. 2018). Cabe destacar que esta misma autora enfatiza la importancia de la flexibilidad metodológica y la capacidad de reflejar la complejidad de la experiencia humana a través de métodos como análisis cualitativo de documentos por medio de dinámicas que pueden eludir los métodos puramente cuantitativos, proporcionando así una comprensión rica y una cobertura integral de los fenómenos estudiados.

Adicionalmente, se utilizará el método narrativo. Gracias a esto, el análisis de diferentes relatos comenzó a incluirse en las ciencias sociales; Walter Fisher llamó la atención sobre la importancia de los enfoques narrativos en la ciencia política, Jerome Bruner y Donald

Polkinghorne hicieron lo mismo en psicología y, a principios de la década de 1990, muchas formas de diferencias cualitativas también comenzaron a ganar influencia en la economía mediante el uso de la narrativa (Czarniawska, 2004).

Se optará por recolectar información bibliográfica especializada que sustenta teóricamente el análisis de caso. A través de estas elecciones se intentará acercar más el estudio a los fundamentos de logística y exportaciones del banano. Para lograr este objetivo, la investigación se centrará en estudios académicos relevantes que contribuyan a la fundamentación teórica necesaria para abordar de manera exhaustiva el caso de estudio.

Se tomarán como fuente principal de información los datos recopilados del Ministerio de Agricultura y Ganadería y el Banco Central del Ecuador. Respecto a las fuentes secundarias, se obtendrá información de portales de información públicos, privados, nacionales e internacionales, además de datos provenientes de medios electrónicos relacionados con el tema de investigación.

## **10. Marco conceptual**

### **10.1. Competitividad**

Según Chiavenato (2017) la competitividad es la capacidad de una organización para lograr la misión para la que fue creada de manera más efectiva que otras organizaciones competidoras. Refleja la capacidad de una organización para competir y obtener una ventaja competitiva en su industria.

De acuerdo con Ferraz, Kupfer y Haguenuer (1996), la competitividad se puede definir como la capacidad de una empresa para crear e implementar estrategias competitivas y mantener o aumentar su participación en el mercado de productos de manera sostenible. Estas oportunidades involucran una variedad de factores, controlados o no controlados por empresas, desde la capacitación del personal técnico, procesos de gestión y administrativos hasta las políticas gubernamentales, provisión de infraestructura y características de oferta y demanda.

### **10.2. Mercado Internacional**

El mercado internacional según Kotler y Armstrong (2003) es “un grupo de consumidores que responden de manera similar a un conjunto determinado de actividades de marketing”. El concepto de mercado internacional sostiene que una empresa puede obtener una ventaja competitiva si puede comprender las necesidades y deseos de un mercado objetivo claramente definido.

Para Michael R. Czinkota e Ilkka A. Ronkainen, el mercado internacional se presenta en muchas formas diferentes. Desde el comercio de importación y exportación hasta las licencias, empresas conjuntas empresariales 100% filiales, soluciones integrales y gestión de administración (Marketing Internacional, 2007).

### **10.3. Exportaciones**

Las exportaciones son la venta, intercambio o donación de bienes y servicios a no residentes por parte de residentes de un país; es la transferencia de propiedad entre residentes de diferentes países y se produce cuando un determinado país vende sus productos en el exterior obteniendo una ganancia. En este sentido, la teoría económica ha desarrollado muchas explicaciones diferentes derivadas de las diferencias en tecnología, la oferta de recursos, la demanda, la existencia de economías de escala en la producción o la existencia de políticas gubernamentales. La importancia de las exportaciones reside en el efecto que tienen sobre el crecimiento económico, la productividad y el empleo del país en cuestión. Primero, las exportaciones son uno de los componentes de Producto Interno Bruto; el aumento de las exportaciones, todo lo demás constante, induce un incremento en el PIB, es decir, que implica crecimiento económico. Segundo, las exportaciones tienen una incidencia positiva en la productividad, favoreciendo la recolocación de recursos hacia actividades más productivas. Es decir, cuando un país exporta aquellos servicios y bienes en los que muestra una ventaja en la producción, las mayores ganancias por ventas en el extranjero de estos bienes y servicios atraen recursos productivos (Suranovic, S. 2010).

### **10.4. Inestabilidad de Precios**

Desde la perspectiva monetarista de Friedman (1948), la inestabilidad de los precios se explica principalmente por cambios en la oferta monetaria. Friedman argumentó que la política monetaria acomodaticia, caracterizada por fluctuaciones excesivas en la cantidad de dinero en circulación, es la principal causa de la inflación y la deflación y, por tanto, de la inestabilidad de los precios.

Según Friedman, este sostiene que la distinción entre subidas de precios de una sola vez y aumentos sostenidos del nivel general de precios, y la identificación de esto último con la inestabilidad de precios, es el punto de partida de las explicaciones del autor sobre de la inestabilidad de precios.

### **10.5. Estrategias de Marketing**

El marketing es un proceso de planificación que se refiere a la determinación de direcciones generales que guiarán la presentación u oferta de productos adecuados, incluida la preparación de marcos y métodos, teniendo en cuenta que la base de la planificación es la investigación y la previsión (Mercado, H. 2000).

Según Kotler y Armstrong (2003) las estrategias de mercadotecnia son “la lógica mediante la cual la unidad de negocio espera lograr sus objetivos de mercadotecnia y es el proceso de desarrollar y mantener un ajuste estratégico entre las metas y capacidades de la organización y sus oportunidades de mercadotecnia cambiantes”. Adicionalmente sostienen que es el proceso de desarrollar y mantener la alineación estratégica entre los objetivos y capacidades de una organización y sus capacidades cambiantes de marketing. Implica desarrollar una misión corporativa clara, una cartera de negocios sólida y coordinar estrategias funcionales.

Lamb, Hair y McDaniel (2002) lo definen como “la actividad de seleccionar y describir uno o más mercados meta y de crear y mantener una mezcla de mercadotecnia que produzca intercambios mutuamente satisfactorios con los mercados meta” y también nos menciona que “es el proceso de crear y mantener un buen acoplamiento entre los objetivos y recursos de una compañía y las oportunidades en evolución del mercado”. También lo definen como el proceso de crear y mantener la alineación entre los objetivos y recursos de la empresa y el desarrollo de oportunidades de mercado.

### **10.6. Logística Internacional**

La logística internacional es el diseño y administración de un sistema que controla el flujo de materiales dentro y fuera de la corporación internacional. La logística abarca el concepto de movimiento total ya que cubre toda la gama de operaciones relacionadas con el movimiento de bienes, por tanto, incluye de manera simultánea a las exportaciones e importaciones (Michael R. Czinkota; Ilkka A. Ronkainen, 2007).

Martin Christopher (2011) define esta como el proceso de gestionar estratégicamente la compra, el transporte y el almacenamiento de materias primas, piezas y productos terminados (y sus flujos de información asociados) por medio de canales organizacionales y de marketing para lograr ganancias actuales y futuras maximizando los costos por medio del cumplimiento de pedidos (Business Bliss FZE, 2023).

## **11. Resultados Obtenidos**

Para llevar a cabo este estudio, se desarrolló un plan de investigación que incluye la recopilación y el análisis de información donde se utilizaron métodos de análisis cualitativos para interpretar los datos y sacar conclusiones significativas. Se analizaron estudios de libros, revistas e informes de autores con el fin de recopilar información sobre las prácticas, restos y estrategias competitivas relacionadas con la competitividad del banano en el mercado internacional. Estas herramientas nos permiten obtener un conocimiento amplio y profundo de la posición del banano ecuatoriano en el mercado global, es por ello, que en el estudio se consideró diversas alternativas en cuanto a fuentes y métodos de información donde se analizan datos de portales nacionales e internacionales, datos de la FAO, informes del Ministerio de Agricultura y Ganadería e investigaciones de mercado de organismos internacionales.

El enfoque descriptivo adoptado en este estudio fue importante para contextualizar y comprender los datos cualitativos recopilados donde se revela la complejidad y el dinamismo de la industria bananera del Ecuador. Este enfoque permitió una comprensión más profunda de las estrategias adoptadas por exportadores, los desafíos que enfrentan y las oportunidades identificadas.

Gracias a un proceso metodológico organizado, el estudio logró resultados importantes que brindan una comprensión integral de la competitividad del banano ecuatoriano. Los resultados resaltan la necesidad de invertir en tecnología e infraestructura, la importancia de diversificar los mercados y adoptar prácticas agrícolas sostenibles. Estos resultados no sólo proporcionan una base sólida para el desarrollo de políticas y estrategias, sino que también contribuyen al desarrollo sostenible y económico de la industria bananera en Ecuador. En resumen, el procedimiento metodológico utilizado fue necesario para obtener una comprensión clara y detallada de los factores que influyen en la competitividad del banano ecuatoriano en el mercado internacional. La combinación de métodos cualitativos y descriptivos, junto con la participación de actores clave y el uso de una variedad de fuentes de información, ha permitido obtener resultados confiables y relevantes, creando oportunidades para una base sólida para futuras acciones y decisiones estratégicas dentro de la industria.

## **12. Análisis de Resultados**

Los resultados de la investigación muestran factores clave sobre cómo se presenta la competitividad del banano ecuatoriano ante el mundo, destacando la volatilidad de precios del banano en el mercado internacional, generando una incertidumbre para productores y

exportadores ecuatorianos, las estrictas regulaciones fitosanitarias y ambientales en el mercado y la necesidad de mejorar la infraestructura logística. Se menciona cómo los precios del banano pueden fluctuar dependiendo la oferta y demanda internacional y políticas comerciales internacionales. Esto, afecta directamente los márgenes de ganancia y estabilidad financiera de las plantaciones bananeras en Ecuador ya que las estrictas regulaciones fitosanitarias y ambientales en los mercados de destino, especialmente en la Unión Europea y los Estados Unidos, plantean un desafío importante. Por ello, los productores ecuatorianos deben cumplir altos estándares de calidad y sostenibilidad, costos adicionales y la necesidad de inversión continua en tecnología y capacitación. Aunque estas regulaciones son necesarias para garantizar la calidad y seguridad del producto, complican el proceso de exportación. Además, se han identificado estrategias efectivas adoptadas por los exportadores, como diversificar mercados, invertir en tecnologías de producción sostenibles y adoptar métodos agrícolas innovadoras para aumentar la productividad y eficiencia y reducir costos.

Los resultados del estudio brindan una comprensión integral de desafíos y oportunidades para la competitividad del banano ecuatoriano en el mercado internacional. Estas acciones brindadas no sólo fortalecerían la posición de Ecuador en el mercado bananero mundial, sino que también contribuirán al desarrollo sostenible y estabilidad económica de la industria bananera del país.

### **13. Lecciones y Recomendaciones**

La investigación sobre la competitividad del banano ecuatoriano en el mercado internacional arrojó valiosas lecciones y recomendaciones que pueden proporcionar orientación a otros estudios que se relacionen con el tema, así como a otras partes interesadas de la industria. Una de las principales lecciones es la necesidad de diversificar los mercados de exportación. La dependencia de mercados tradicionales, como los de Europa y Estados Unidos, expone a los fabricantes a riesgos significativos derivados de fluctuaciones económicas, políticas o regulatorias. Diversificarse hacia mercados emergentes en Asia, Medio oriente y América Latina no sólo reduce este riesgo, sino que también abre nuevas oportunidades de crecimiento. Además, el estudio destaca la importancia de cumplir con las estrictas regulaciones fitosanitarias y ambientales vigentes en los mercados de destino. Invertir en tecnología de producción sostenible y adoptar prácticas innovadoras, como el uso de biofertilizantes y el control biológico de plagas, no solo ayuda a cumplir con estas regulaciones,

sino que también puede mejorar la calidad del producto y abrir puertas a mercados de alto nivel que valoran la sostenibilidad y la responsabilidad social.

Otra lección importante es la necesidad de mejorar la infraestructura y la logística. Las deficiencias en estas áreas no sólo aumentan los costos operativos, sino que también afectan la capacidad del Ecuador para competir en precio y calidad. Se deben realizar inversiones significativas en la modernización de puertos, carreteras, sistemas logísticos, así como en la aplicación de tecnologías avanzadas de gestión de la cadena de frío. Estas mejoras pueden reducir pérdidas post cosecha, garantizar la frescura del producto y mejorar la eficiencia de la cadena de suministro. Por lo tanto, la aplicación de tecnologías de precisión, como el uso de drones para el seguimiento de cultivos y sistemas de riego inteligentes, puede optimizar el uso de recursos, aumentar la productividad y reducir costos, ayudando a que la producción sea más eficiente y competitiva.

El estudio también destaca la importancia de la colaboración y la cooperación entre actores de diferentes industrias. Establecer alianzas estratégicas entre fabricantes, asociaciones de exportadores, agencias gubernamentales y organizaciones internacionales puede facilitar el cambio de conocimientos, la aplicación de mejores prácticas y la creación de políticas públicas más efectivas. Es importante implementar programas de capacitación y asistencia técnica a los productores para aumentar la capacidad y el conocimiento de prácticas agrícolas sostenibles y competitivas. Finalmente, es importante reconocer la creciente importancia de la sostenibilidad social en el mercado global.

Los consumidores y los reguladores son cada vez más exigentes con la calidad, la sostenibilidad y la ética de los productos que compran. Por lo tanto, se alienta a los fabricantes y exportadores ecuatorianos a no sólo cumplir con las regulaciones internacionales sino también ir más allá implementando actividades que demuestren un compromiso genuino con la sostenibilidad ambiental y la sociedad. Esto no solo aumenta la competitividad del banano ecuatoriano, sino que también contribuye al desarrollo sostenible y a la reputación positiva del país en el mercado mundial.

## 14. Fuentes de información

Banco Central del Ecuador. (2019). Exportaciones ecuatorianas. Banco Central Del Ecuador. <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/327-ver-boletínanuario-poraños>

Banco Central del Ecuador. (2021). *Boletín de Análisis Agropecuario*. <https://www.bce.ec/>

Banco Central del Ecuador. (2022). *Banco Central del Ecuador*. <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica>

Baquero, M., Fernández, G., & Garzón, P. (2004). El banano en Ecuador. Estructura de mercados y formación de precios. *Apuntes de Economía y Sociedad*, 1–48.

Business Bliss FZE. (2023, november 6th). Logistics and Supply Chain Management Definitions Business Essay. [https://www.ukessays.com/essays/business/logistics-and-supply-chain-management-definitions-business-essay.php#:~:text=Martin%20Christopher%20\(2011\)%20stated%20that,current%20and%20future%20profitability%20are](https://www.ukessays.com/essays/business/logistics-and-supply-chain-management-definitions-business-essay.php#:~:text=Martin%20Christopher%20(2011)%20stated%20that,current%20and%20future%20profitability%20are)

Chiavenato, I. (2017). Comportamiento organizacional: la dinámica del éxito en las organizaciones. (Segunda edición, Número Segunda edición, p. 491). Jesús Mares Chacón. [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/335680/Comportamiento\\_organizacional\\_La\\_dinamica\\_en\\_las\\_organizaciones..pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/335680/Comportamiento_organizacional_La_dinamica_en_las_organizaciones..pdf)

Corporación Financiera Nacional. (2023). Ficha Sectorial-Banano y platano (Vol. 1, Issue) <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2021/fichas-sectoriales-3-trimestre/Ficha-Sectorial-Alimentos-preparados-para-animales.pdf>

Czarniawska, B. (2004). *Narrativas en la investigación en ciencias sociales*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781889209502>

Estrategias de investigación social cualitativa: El giro en la mirada (2.a ed.). (2018). María Eumelia Galeano Marín. [https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=LxmMDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=Galeano+\(2018\)+investigaci%C3%B3n+descriptiva&ots=5Zp2yUYqDn&sig=G12P-](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=LxmMDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=Galeano+(2018)+investigaci%C3%B3n+descriptiva&ots=5Zp2yUYqDn&sig=G12P-)



pandemia covid 19. South Florida Journal of Developmen, 2(2), 3200– 3212.

<https://southfloridapublishing.com/ojs/index.php/jdev/article/view/435>

Suranovic, S. (2010). Comercio Internacional: Teoría y Política. Flat World Knowledge.

## Anexos

### Anexo 1. Exportaciones (2018-2022)

**EXPORTACIONES**

AÑOS	TON (MILLONES)	FOB (MILLONES \$)	COSTO PROMEDIO POR TONELADA EN DÓLARES
2018	6.89	3,238.28	469.94
2019	6.88	3,310.59	481.11
2020	7.27	3,682.44	506.87
2021	7.03	3,500.32	498.16
2022	6.62	3,286.35	496.23

\*DATOS EXTRAÍDOS DIRECTAMENTE DE LA BASE DE DATOS DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR.

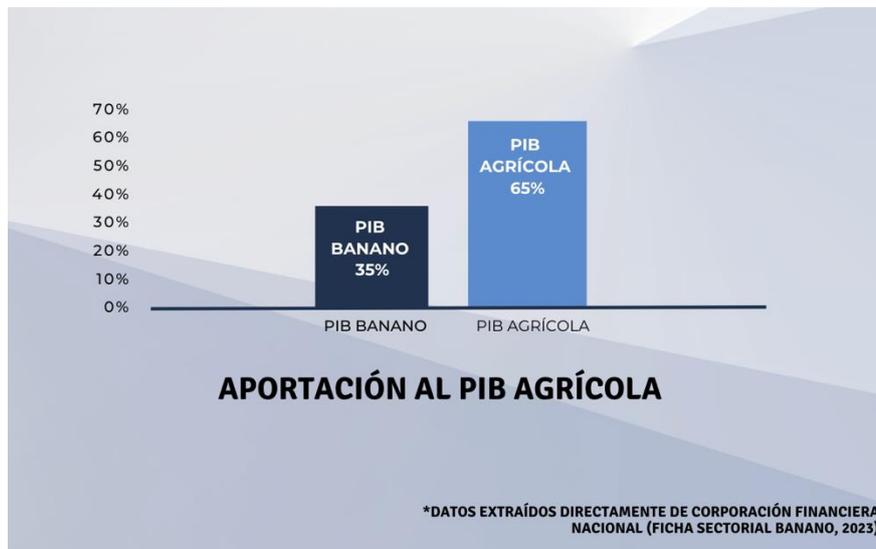
Fuente: Elaboración propia, base de datos Banco Central del Ecuador (2022).

### Anexo 2. Exportaciones Nacionales FOB (Millones \$) (2018-2022).



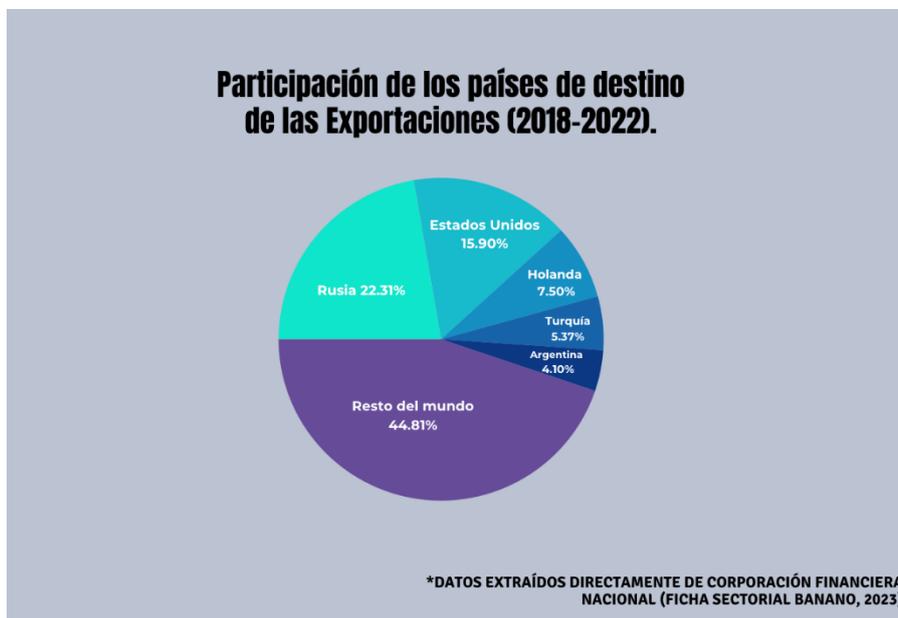
Fuente: Elaboración propia, base de datos Banco Central del Ecuador (2022).

### Anexo 3. Aportación al PIB Agrícola.



Fuente: Elaboración propia, base de datos Corporación Financiera Nacional (2023).

### Anexo 4. Participación de los países de destino de las Exportaciones (2018-2022).



Fuente: Elaboración propia, base de datos Corporación Financiera Nacional (2023).