

46

Fecha de presentación: diciembre, 2023

Fecha de aceptación: febrero, 2024

Fecha de publicación: mayo, 2024

FACTORES

QUE INCIDEN EN LA EXPORTACIÓN DE BANANO ORGÁNICO ECUATORIANO: PERÍODO 2018-2021

FACTORS THAT AFFECT THE EXPORT OF BANANAS ECUADORIAN ORGANIC: PERIOD 2018- 2021

Elizabeth Andrea Torres Cárdenas ^{1*}

E-mail: elizabethtorres138@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-5376-9112>

Ana María Correa Vaca ¹

E-mail: acorreav@ecotec.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7967-8591>

Mónica Llanos Encalada ¹

E-mail: mllanos@ecotec.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3746-8910>

*Autor para correspondencia

¹ Universidad Ecotec, Ecuador.

Cita sugerida (APA, séptima edición):

Torres Cárdenas, E. A, Correa Vaca, C. V & Llanos Encalada, M. (2024). Factores que inciden en la exportación de banano orgánico ecuatoriano: período 2018-2021. *Universidad y Sociedad*, 16(3), 435-444.

RESUMEN

Ecuador, país bananero con notable presencia en la exportación de este producto a otras regiones, se enfrenta ante la demanda internacional creciente de consumo de alimentos orgánicos, sin embargo, se considera que el sector bananero se encuentra con algunos limitantes para cubrir esta demanda. Por ello, el objetivo de la presente investigación consiste en determinar los factores que inciden en la exportación de banano orgánico ecuatoriano. La metodología se basa en un estudio cualitativo, descriptivo explicativo, con una muestra no probabilística constituida por exportadores de banano orgánico de la provincia del Guayas. Se realiza el análisis de información documental mediante las técnicas de las cinco fuerzas de Porter y un FODA, adicional, entrevistas a representantes del sector. Los resultados indican que la producción de banano orgánico es un rubro significativo para la economía ecuatoriana, con mucha aceptación en el mercado internacional, gracias al sabor y calidad, además de la tendencia alta de consumo de estos productos, sin embargo, existen factores que impiden que los productores ingresen en el mercado, uno de ellos es el desconocimiento en la producción de esta variedad, los requisitos y el proceso. El capacitar y brindar información sobre la producción orgánica podría motivar a que exista un mayor número de productores de esta fruta.

Palabras claves: Exportación de banano orgánico, Comercio internacional, Incentivos de producción de banano orgánico, Demanda de consumo.

ABSTRACT

Ecuador, a banana country with a notable presence in the export of this product to other regions, faces the growing international demand for organic food consumption, however, it is considered that the banana sector has some limitations to meet this demand. Therefore, the objective of this research is to determine the factors that affect the export of Ecuadorian organic bananas. The methodology is based on a qualitative descriptive and explanatory study, with a non-probabilistic sample made up of organic banana exporters for the Guayas province. The analysis of documentary information is carried out using the techniques of Porter's five forces and DAFO, additional interviews with representative of the sector. The results indicate that the production of organic bananas is a significant item for the Ecuadorian economy, with great acceptance in the international market, thanks to the taste and quality, in addition to the high trend of consumption of these products, however, there are factors that prevent for producers to enter the market, one of them is the lack of knowledge in the production of this variety, the requirements and the process. Training and providing information on organic production could motivate the existence of a greater number of producers of this fruit.

Keywords: Organic banana export, International trade, Organic banana production incentives, Consumer demand.

INTRODUCCIÓN

El banano orgánico tiene un crecimiento notable en las exportaciones ecuatorianas, entre enero a octubre del 2018, representa el 7,2% del total de productos, logrando ingresos de \$241 millones, según cifras mostradas por Pro Ecuador. Estados Unidos, Japón y Europa son los países que más lo consumen (Agrocalidad, 2020).

Existen 178 países a nivel mundial que se dedican a la producción orgánica de alimentos. Ecuador cuenta con 39.824 hectáreas dedicadas a este cultivo, que representan 0.7% de la totalidad del área de producción de alimentos (Willer et al., 2020), es considerado el país más importante al momento de exportar banano en el mundo, sin embargo, en cuanto al banano orgánico, la producción es mayor a la cantidad exportada, por ello es importante incrementar la misma. El comercio mundial de banano es óptimo frente al incremento del consumo a largo plazo, porque la fruta es vista por los consumidores como una necesidad (incluso en recesión) y, por lo tanto, es menos sensible a las fluctuaciones económicas.

Ecuador cuenta con ventajas climáticas y ecológicas que permite que pequeños, medianos y grandes productores, se dediquen a la producción de banano alrededor de diez provincias del país. Estos abastecen la demanda nacional del producto durante todo el año, además se cuenta con diferentes sistemas de producción, existen plantaciones con sistemas de riego y drenaje, lo cual disminuye la necesidad de mano de obra por hectárea, pese a ello, es uno de los sectores que genera plazas de trabajo en el sector rural y urbano (Alava y otros, 2021).

Los productos orgánicos, en la actualidad, son cada vez más demandados en mercados internacionales, debido a sus múltiples beneficios para la salud, por lo cual los importadores requieren de una certificación que garantice que el producto es "orgánico", es decir que está libre de contaminantes, tanto en su producción como en el trayecto hacia los mercados. Según datos de ProEcuador (2013), en Ecuador se están desarrollando hace varios años el cultivo de banano orgánico, lo cual garantiza, el mantenimiento de capa de humus y suelo con vida activa.

La producción de alimentos orgánicos en Ecuador se basa en lineamientos estipulados por la Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaria, que busca incentivar el cultivo agroecológico y orgánico, adicional, el gobierno ha promovido capacitaciones y establecidos nexos, para la venta en mercados internos y externos. Representa más del 40% de las exportaciones de América Latina y el Caribe, en relación al 2018 muestra un aumento del 2%, lo que significa 6 millones de toneladas de productos exportados. El aporte del banano es significativo a

la economía ecuatoriana, durante la pandemia en el año 2020 la producción orgánica representa casi el 10% de ventas, gracias a la creciente demanda de productos saludables (Agrocalidad, 2020).

Una de las causas de la creciente tendencia al consumo de productos orgánicos son los problemas de salud a consecuencia de alimentos tratados con químicos, por lo cual, estos, representan una alternativa para los consumidores y es un producto ecológicamente sostenible y sustentable. La producción y exportación de banano orgánico ecuatoriano es un rubro económico no petrolero en constante crecimiento gracias a la aceptación del producto (Ortega et al., 2019).

Por lo expuesto, la interrogante que guía la presente investigación es ¿Qué factores han incidido en la exportación de banano orgánico ecuatoriano en el periodo 2018-2021?, para lo cual, el objetivo consiste en determinar los factores que inciden en la exportación de banano orgánico.

El comercio internacional, ha permitido ser una fuente de ingreso para muchas economías de países en vías de desarrollo, los mismos que buscan impulsar los sectores de producción interna, para que ingresen a mercados extranjeros. La exportación de banano orgánico ecuatoriano representa un rubro de ingresos para el país por su participación el PIB, con impacto social con la creación de plazas de trabajo y generación de divisas.

El proceso de exportación cuenta con varios factores que deben ser analizados, ya que los exportadores, deben cumplir con el proceso y reglamentos para realizar esta actividad. Toda persona natural o jurídica, sean ecuatorianos o extranjeros deberán registrarse en el sistema ECUAPASS como exportador, para ser aprobado por la SENA (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador) (SENAE, 2021).

El 95% de producción ecuatoriana de banano orgánico es exportado, generando un rubro significativo entre plantaciones, emparadoras, infraestructura, puertos, etc. Esto hace que se convierta en uno de los sectores más importantes para la economía ecuatoriana. La cadena productiva del banano, genera trabajo directo e indirecto. Actualmente la agricultura orgánica es una vía sostenible en la producción de alimentos, que debe satisfacer las necesidades actuales y futuras, garantizando rentabilidad, salud ambiental, equidad social y económica. La alimentación y agricultura deben contribuir a la seguridad alimentaria y sostenibilidad. La FAO promueve este tipo de agricultura para ayudar a los países a contribuir al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (FAO, 2022).

Un agricultor puede vender sus productos directamente o a través de intermediarios, según la Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador (AEBE), quienes comercializan el producto fuera del país, son intermediarios entre productores y comercializadoras internacionales.

La producción de banano tiene temporadas altas y bajas, los cuatro primeros meses del año, las condiciones climáticas, viales y transporte, son mejores y la demanda es elevada, en tanto que la segunda temporada tiende a la baja, en especial en países de Centro América (Sarmiento & Cadme, 2022). El banano es importante en el sector alimenticio. Los principales exportadores de esta fruta están en América Latina, Ecuador el principal de la región y luego países del Caribe (FAO, 2022).

Entre los mayores exportadores por volumen se mencionan: Ecuador; Filipinas; Guatemala; Costa Rica y Colombia, y en cifras monetarias: Ecuador; Filipinas; Costa Rica; Colombia y Guatemala. Entre los países de mayor importación de este producto constan: EE. UU; Rusia; Alemania; Bélgica; y Japón. Bélgica es considerado exportador e importador ya que la fruta llega a sus puertos y de ahí se dirigen con destino a varios países de Europa (Cordova, 2016).

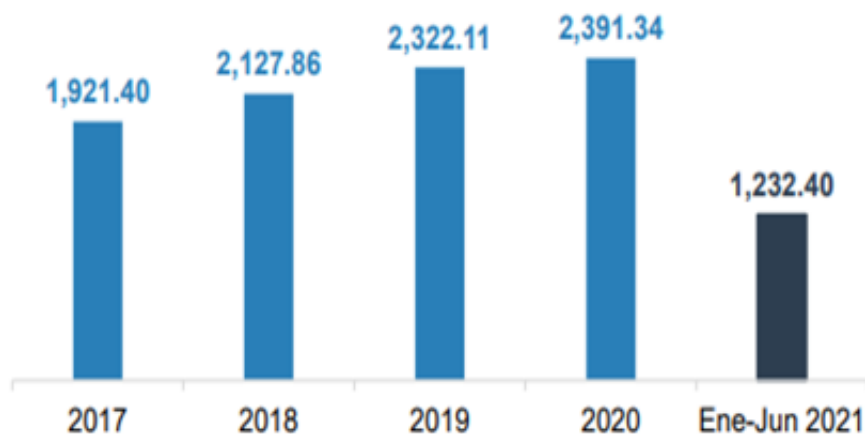
Ecuador es el principal exportador de banano de América Latina, seguido Costa Rica que representa una tercera parte de la exportación con relación a Ecuador y los demás países tienen una diferencia de exportación, con cifras menores (Mata et al., 2021).

El banano ecuatoriano tiene gran aceptación en el mercado internacional por su calidad y sabor, en especial en el mercado europeo, luego Estados Unidos y Asia, las características que hacen único al banano ecuatoriano, es la ubicación geográfica y condiciones climáticas (Ortega Tambaco et al., 2019).

En las exportaciones, se observa un dinamismo anual de 9,7% (USD 1.326,4 millones), pasaron de USD 13.643,8 a USD 14.970,2 millones entre 2019 y 2020. Entre los productos que aumentaron sus exportaciones estuvo el banano, de USD 3.295,2 a USD 3.669,0 millones (11,3%) (Banco Central del Ecuador, 2021).

El Producto Interno Bruto (PIB) en términos globales y por ramas de actividad, se deriva de la construcción de la Matriz Insumo-Producto, en esta se mencionan los flujos de aquellos bienes y servicios desde el punto de vista de productores y consumidores. De acuerdo a la ficha sectorial presentado por la Corporación Financiera Nacional sobre las ventas y exportación de banano en el año 2020 se registra un aumento porcentual del 11% en referencia a años anteriores, lo cual se aprecia en la figura 1, gracias a la apertura y demanda del producto (Corporación Financiera Nacional, 2021).

Fig1: Ventas y Exportaciones de banano y plátano.



Fuente: Información tomada de la Corporación Financiera Nacional (2021).

El sector bananero tiene una tendencia de crecimiento en ventas y exportaciones, para el año 2020 presenta 3% en referencia al año anterior, hasta junio del 2021 las ventas y exportaciones representan el 52% total del 2020. El principal riesgo para el sector es la apreciación de ganancias a consecuencia de las políticas gubernamentales, tales como la

disminución de impuestos e inversión en infraestructura (Corporación Financiera Nacional, 2021).

En la agricultura convencional se adicionan elementos químicos al sistema productivo para dar solución a ciertas limitantes como plagas y condiciones del suelo, en tanto que, en la agricultura orgánica, se busca reducir insumos externos. Por ejemplo, disminuir la salida de biomasa del sistema, mediante el uso de residuos de cosechas en finca o favoreciendo la producción de biomasa en períodos de descanso del suelo (Bertoni et al., 2022). Además, el cultivo de banano orgánico tiene mayor uso de mano de obra, ya que no se usan herbicidas u otros químicos como urea o abonos similares nitrogenados, muriato de potasio o DAP. Se utilizan abonos orgánicos como pulpa de café para suplir las necesidades de nitrógeno en el cultivo, también se utilizan técnicas biológicas o productos que cuenten con certificación orgánica.

Durante el crecimiento del racimo, son cubiertos con fundas especiales que cuentan con compuestos a base de menta para repeler insectos. Otro punto importante, para exportación de banano orgánico, es que las coronas de los racimos son tratados por un compuesto de limón que ayuda al control de enfermedades o plagas. Adicional se usa Parafilm, plástico transparente que protege de hongos y pudrición del producto (Alava et al., 2021).

Los mercados internacionales enfocados en la comercialización, producción y consumo de banano orgánico cada vez son más atractivos y apreciados gracias al cambio de estilo de alimentación de la sociedad. La demanda cada vez aumenta y eso hace que la producción de este producto se incremente. Sin embargo, los productores deben pasar por algunos retos para llegar a concluir el ciclo de producción, tales como la escasez de recursos, que les impide invertir en los insumos necesarios, así como nutrientes certificados para producción orgánica y sistemas de riego, todo esto es un desafío que enfrentan de forma frecuente.

Existen varios factores que influyen en la exportación de banano orgánico, que afectan la rentabilidad del negocio, entre estos están: capital; mano de obra; demanda; apoyo fiscal; políticas comerciales; entre otros, los cuales, de solventarse, ayudarían a generar una ventaja competitiva contra cualquier empresa internacional, especialmente de países más desarrollados (Cevallos et al., 2020).

El libre comercio no es posible en algunos países por las propias restricciones que existen. Los aranceles son impuestos a ciertos productos para venderlos en el mercado, y estos varían de acuerdo a normas y reglas de cada país. De alguna forma cuidan la industria local motivando a los consumidores a comprar y consumir lo nacional

(León et al., 2020). Sin embargo, es importante diferenciar, ya que algunos países priorizan los ingresos del comercio internacional, en tanto otros no.

Los productos orgánicos actualmente se posicionan en el mercado y mente de los consumidores ya que son una muestra de asociar salud con bienestar. En el caso del banano, se posiciona por los beneficios del producto, con aspectos diferenciadores tales como: calidad; precio; sabor (Villanueva et al., 2020). En este mismo sentido, la agricultura orgánica certificada debe cumplir con normas o reglamentos técnicos específicos, contar con inspecciones y aprobaciones por un ente internacional de certificación, que garantiza que los productos vendidos o etiquetados como "orgánicos" se han producido; fabricado; preparado; manipulado; e importado de conformidad con los estándares establecidos (Agrocalidad, 2020).

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) de Ecuador, por medio de estrategias, busca el desarrollo y crecimiento del sector bananero, en especial de pequeños productores, a quienes impulsa el cumplir con las normativas que les permite obtener certificaciones internacionales de exportación tipo Global GAP; orgánicas y ambientales (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2022). Este tipo de certificaciones permiten al productor, por un lado, mejorar la sostenibilidad de sus cultivos para generar mayor competencia en el mercado y, por otro lado, facilitar la asesoría y asistencia técnica. Existen certificaciones como la norteamericana *USDA Organic*, cada certificación se debe adquirir, de acuerdo al mercado o país al que van a ser dirigidos los productos, las que son para Estados Unidos, no son las mismas que para Europa.

El MAGAP, también realiza jornadas de capacitación sobre producción y comercialización de banano orgánico sostenible y rentable. Se presentan las normativas para promover la producción orgánica de banano; desafíos del mercado de este producto, tecnologías para enfrentar los problemas fitosanitarios, realidad y expectativas de los operadores orgánicos y tecnológica que permite el manejo técnico en la producción de banano (Agrocalidad, 2020).

MATERIALES Y MÉTODOS

El enfoque de la investigación es cualitativo, ya que, a partir de datos descriptivos, se analiza de forma natural la información proporcionada por fuentes oficiales en el sector de exportación del banano y personas expertas en el tema. La investigación descriptiva permite caracterizar los fenómenos existentes y explicar los factores causales, así como consecuencias en el campo de estudio.

De acuerdo a cifras proporcionadas por el MAGAP, el universo está conformado de la siguiente manera: provincia del Guayas cuenta con 1161 personas productoras de banano de los cuales 262 se encuentran en el cantón Simón Bolívar, quienes se dedican a la comercialización y exportación (MAGAP, 2020). Para seleccionar la muestra de estudio se utiliza el muestreo no probabilístico por conveniencia, que permite seleccionar casos accesibles que acepten ser incluidos en la investigación, lo que permite el acceso y proximidad a los sujetos (Otzen y Manterola, 2017). En el caso de esta investigación, exportadores de banano orgánico del cantón Simón Bolívar.

Se aplican los métodos, analítico; inductivo-deductivo, que permiten el estudio del problema de un sector específico para llegar a conclusiones generales. Para ello, las técnicas utilizadas son: la investigación documental de fuentes oficiales y la entrevista a personas especializadas en el tema que se dedican a la exportación del banano orgánico, para ello se diseñó un cuestionario de preguntas relevantes en concordancia con el estudio de la literatura. Las personas entrevistadas son representantes de tres empresas ubicadas en el cantón seleccionado: Corporación Noboa Bonita (exportadora de banano premium); Ecobanec (productora y exportadora de banano orgánico hacia América del Norte y Europa; y finalmente Asomunec (Asociación de producción agrícola Nuevo Mundo, dedicados al cultivo de bananos y plátano).

Adicional se aplica la técnica de análisis: FODA, la cual permite evaluar los factores fuertes y débiles que determinan la situación interna de una organización, así como su evaluación externa: oportunidades y amenazas, pese a ser una herramienta sencilla, permite una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. Otra técnica aplicada es el Diagrama de Fuerzas de Porter, modelo que se basa en las 5 fuerzas de Michael Porter (su creador), constituye una metodología de análisis de las oportunidades y amenazas en una industria determinada, estas cinco fuerzas son: intensidad de la competencia; competidores potenciales; productos sustitutos; poder de negociación de proveedores; y, poder de negociación de clientes (Mendoza, 2013).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La industria alimentaria ha experimentado cambios significativos, que la lleva a mejorar constantemente sus procedimientos, tecnologías, a través de la búsqueda de nuevas estrategias e innovación permanente (Freire & Anibal, 2023), tal es así que, la producción de alimentos orgánicos, se encuentran en crecimiento constante, como es el caso del banano orgánico. Ecuador es uno de los principales exportadores de este producto que muestra una tendencia de expansión positiva. La demanda de consumir productos saludables aumenta cada día y se hace más fuerte entre los consumidores, además de exigencias sanitarias de países que importan estos productos. A continuación, en la tabla 1 se muestran los principales países que demandan el consumo de banano orgánico ecuatoriano.

Tabla 1: Principales países de exportación de banano orgánico.

DESTINO	2019	2020	% VARIACIÓN
Unión Europea	25,87%	26,57%	9,97%
Rusia	21,15%	20,11%	1,80%
Medio Oriente	15,07%	16,06%	14,06%
Estados Unidos	10,27%	9,39%	2,14%
Asia Oriental	8,60%	7,17%	10,77%
Europa del este	4,77%	5,60%	25,67%
África	4,37%	5,23%	28,08%

Fuente: Información obtenida de Bananaexport.

Se aprecia en la tabla 1, los cambios significativos en porcentajes de demanda. Se destaca el crecimiento de exportaciones de banano tomando como referencia el año 2019 y 2020. En la Unión Europea existió un crecimiento porcentual de 9,97%; en Rusia de 1,80%; Medio Oriente 14,06% y demás países como Estados Unidos; Asia Orienta; Europa del este; y, África (Bananaexport, 2021). En la tabla 2 se aprecia la evolución de exportaciones del banano por valor de caja.

Tabla 2: Evolución de exportación de banano. Valores en cajas.

MES	2018	2019	2020
Enero	32.528.428	31.769.012	37.670.960
Febrero	28.317.920	29.598.329	33.649.615
Marzo	32.492.789	33.907.855	33.019.699
Abril	33.200.024	32.358.742	35.799.490
Mayo	29.615.292	30.694.883	35.450.941
Junio	24.994.391	29.060.296	28.377.658
Julio	27.091.898	25.688.739	26.356.694
Agosto	26.844.976	27.265.904	30.321.514
Septiembre	27.151.841	27.990.986	26.338.188
Octubre	27.219.433	25.487.081	28.122.246
Noviembre	28.003.734	30.725.737	32.373.667
Total	317.460.735	324.547.564	347.480.672
Variación	20.176.780.	7.86.829	22.933.108
%	2,64%	2,23%	7,07%

Fuente: Información obtenida de Bananexport.

Ecuador logra mantenerse con sus exportaciones e incrementar las mismas, desde el año 2019 muestra crecimiento notable en la exportación de esta fruta, en el año 2020 el crecimiento del 7,07%, lo que supera por varios puntos porcentuales a años anteriores. Esto ayuda a los productores y exportadores del producto, aumentando sus ingresos y generación de divisas al país.

Los resultados que se muestran a continuación se basan en las respuestas de un grupo de entrevistados del sector Orgánico. Es importante mencionar que no todas las empresas bananeras cuentan con el mismo sistema, ya que algunas de ellas se dedican a la producción y cultivo, pero no a la exportación.

Entrevistado 1 (Corporación Noboa Bonita); Entrevistado 2 (Ecobanec); Entrevistado 3 (Asomune). A continuación, en la tabla 3, se aprecia una síntesis de las opiniones de los mismos.

Tabla 3: Respuestas entrevistas realizadas.

Ítems	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3
Factores que afectan en la producción de banano	Plagas y enfermedades.	Costos de producción.	Uso inadecuado de productos químicos.
Productos utilizados al momento del cultivo del banano	Edáficos y foliares	Fertilizantes foliares y edáficos.	Productos y fertilizantes orgánicos para la fumigación del banano (Oleoplus y Periplus)
Tipo de tecnología especializada para el riego	No	Micro aspersores	Riego Subfoliar
Principales países de destino al momento de exportar	Chile	Estados Unidos	Estados Unidos
Factores considerados al momento de exportar	Costo de exportación y políticas del país	Riesgos	Calidad de la fruta con la certificación

Beneficios de la exportación	Beneficios que ayudan a la comercialización.	Subsidios en impuesto único bananero.	Si, los beneficios son el seguro médico, bono escolar, estabilidad económica.
Compensación del Precio de la caja en relación al costo de producción	No	No	Si
Aporte percibido a la economía del país.	Generación de fuentes de empleo.	Genera empleo y somos parte fundamental en la salud y bienestar de las personas.	Si porque al momento de facturar cada liquidación se paga impuestos.

Fuente: elaboración propia.

Los entrevistados consideran que los principales factores que influyen en la producción de banano orgánico son plagas y enfermedades; costos de producción y uso inadecuado de productos químicos; indican que estos son los principales motivos por los cuales los productores no ingresan al mercado de productos orgánicos. En la información obtenida coinciden que mayormente se utilizan edáficos y fertilizantes foliares, para la fumigación del banano se utiliza Oleoplus y Periplus. En este tipo de producción deben tener mayor consideración al utilizarlos, ya que los mismos son costosos y al exportar pasan por una revisión que garantiza que son cultivos netamente orgánicos

Para la producción y cultivo los expertos mencionan que cuentan con diferentes tipos de riego micro aspersores y riego sub foliar, sin embargo, existen empresas que no cuenta con tal tecnología. El principal mercado para la exportación de banano orgánico es Estados Unidos, por ser un país con mayor consumo de productos orgánicos, también Chile es uno de los países de destino.

Los costos de exportación, políticas del país y calidad de la fruta con certificación son factores que influyen directamente en la decisión del exportador, ya que la obtención de certificaciones y costos para productos orgánicos usualmente son elevados. Los exportadores concuerdan que obtienen beneficios que ayudan a la comercialización de banano orgánico. También subsidios en impuesto único, además de otros como seguro médico; bono escolar, lo cual les da estabilidad económica.

El costo de producción del banano orgánico es elevado en consideración al banano convencional, pues debe ser cultivado con productos especiales de alto costo y el precio por caja no lo compensa.

Fuerzas de Porter

En la actualidad, Ecuador es el primer país exportador de banano en el mundo; y este producto, el primer producto no derivado del petróleo más exportado en el territorio nacional seguido del cacao y el camarón; es por esto que se considera necesario realizar un análisis de las fuerzas de Porter para determinar los factores que inciden en la exportación del banano orgánico.

El modelo de Porter permite una visión clara referente a oportunidades y amenazas al momento de exportar el banano orgánico, se puede determinar factores que influyen en la exportación.

Intensidad de la competencia actual. La exportación de banano orgánico cuenta como competidor directo el banano convencional, debido a la aceptación y posicionamiento que tiene en el mercado, sin embargo, a lo largo del tiempo los productos orgánicos han ganado gran acogida gracias a su cultivo y producción natural, lo cual es su principal factor diferenciador.

Poder de Negociación de los clientes. El banano orgánico tiene un impacto alto en el mercado debido a que su producción y cultivo se basa en productos no contaminantes a la tierra, factor clave para la conservación ambiental, sin químicos sin fertilizantes, manteniendo frescura autenticidad y vitalidad del producto lo que cual lo hace atractivo ante consumidores, puesto que no afecta la salud, ni el medio ambiente.

Poder de Negociación de proveedores. Al potencializar el banano orgánico es importante mencionar que parte fundamental son los proveedores; mediante el análisis de la tercera fuerza de Porter se basa en productividad y aceptación del producto en el mercado. Las empresas bananeras deben contar con proveedores de fertilizantes orgánicos que ayuden al fortalecimiento del cultivo y crecimiento del mismo de forma natural garantizando un producto de calidad

a los consumidores. Gracias al correcto uso de insumos orgánicos, la producción agrícola logra cumplir con requerimientos para la certificación que se necesita para su exportación.

1. **Productos Sustitutos.** En este punto es considerable la medición con otras empresas para ver si el producto es atractivo y rentable, el producto sustituto y con mayor relevancia es el banano convencional puesto que se mantiene más tiempo en el mercado por su bajo costo de producción.
2. **Competidores Potenciales.** Cada empresa cuenta con diferentes formas de cultivo y producción, algunas cuentan con tecnología especializada y otras se mantienen con procesos tradicionales. Existen exportadores con visión de llegar a nuevos mercados, en tanto otras no, por ello, el competidor son las mismas empresas de productos orgánicos, dado que estas se preparan para la obtención de certificaciones que garantizan la calidad del producto.

Matriz FODA

Esta técnica ayuda a decidir el futuro del producto, al identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del banano orgánico. El objetivo es permitir el planteamiento de estrategias. Ver tabla 4.

Tabla 4: Matriz de Análisis FODA del sector de banano orgánico.

Fortalezas	Debilidades
F1. Cultivo del producto 100% natural. F2. Existencia de demanda de consumo de productos orgánicos. F3. Subsidio al banano. F4. Aporte a la economía del país. F5. Sustentable (mantiene un equilibrio ambiental) F6. Generación de plazas de empleo. F7. Producto saludable.	D1. Bajo manejo de competitividad en el mercado. D2. Uso incorrecto de fertilizantes en la producción y cultivo.
Oportunidades	Amenazas
O 1. Expansión a nuevos mercados O2. Potencializar en mayor proporción la economía del país. O3. Ganar mayor posicionamiento en el mercado internacional. O4. Aumento de la demanda de productos orgánicos. O5. Comercialización a mayor escala.	A1. Aumento de precio de fertilizantes. A2. Aparición de nuevos productos sustitutos en el mercado A3. Barreras arancelarias. A4. Existencia de nuevas normativas para exportar.

Fuente: elaboración propia.

Como se aprecia, existe alta demanda en el mercado internacional de la importación de productos orgánicos por el cambio de consumo en la población y su interés en la producción sustentable y el consumo de productos naturales, por lo cual el Ecuador al tener un alto potencial en la producción de banano y un prestigio reconocido por la calidad de la fruta de exportación, debe aprovechar las oportunidades existentes.

CONCLUSIONES

Se evidencia que, entre los principales factores que inciden en la exportación de banano orgánico ecuatoriano, se encuentra la obtención de certificados, que requiere el pasar por un proceso de pruebas para la obtención de los mismos, sin embargo, lo amerita, frente a la creciente demanda del producto por la tendencia de consumo de productos orgánicos para obtener un estilo de vida saludable. "Es necesario realizar un cambio de paradigmas en el diseño de estrategias, y la empresa debe colaborar con las organizaciones (gubernamentales y no gubernamentales) para identificar intereses compartidos, definir acciones, objetivos y metas que sean comunes" (López et al., 2011).

En cuanto a los aranceles y políticas de exportación que mantiene el país, estos son impuestos que se generan por la producción o salida del producto, factores bajo los cuales no se tiene control para realizar cambios, ya que son establecidos bajo mandato gubernamental, es necesario mantener un constante seguimiento.

Referente al diagnóstico de las exportaciones de banano orgánico ecuatoriano en el periodo 2018-2021 se pudo constatar que este mercado tiene un alto potencial, ya que se encuentra en crecimiento constante, debido al aumento en la demanda de consumo de productos beneficiosos para la salud.

De acuerdo a los resultados expuestos, la exportación de banano orgánico es un rubro significativo para la economía del país, sin embargo, existen diferentes factores que influyen en las exportaciones, uno de los principales, es el desconocimiento de los procesos y requerimientos para la exportación, que impide que pequeños agricultores ingresen en este mercado. El capacitar y brindar información sobre la producción orgánica podría motivar a que exista un mayor número de productores de esta fruta que tomen la iniciativa de cultivar y exportar el producto sin intermediarios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agrocalidad. (12 de Agosto de 2020). *Agrocalidad*. <https://www.agrocalidad.gob.ec/oportunidades-y-desafios-del-mercado-internacional-para-el-banano-organico/>
- Alava, A., Reyes, M., & Tapia, R. (2021). Estudio Socioeconómico de los Productores de banano orgánico, Cantón Milagro, Ecuador. *Revista Tecnológica ESPOL*, 33(3), 168-180. <https://doi.org/10.37815/rte.v33n3.869>
- Bananaexport. (05 de Enero de 2021). **ECUADOR LOGRA RÉCORD DE EXPORTACIONES DE BANANO**. BANANAEXPORT: <https://bananaexport.com/2021/01/05/ecuador-logra-record-de-exportaciones-de-banano/>
- Banco Central del Ecuador. (31 de Marzo de 2021). *Banco Central del Ecuador*. <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1420-cuenta-corriente-2020-registro-un-resultado-positivo-de-usd-2-473-6-millones>
- Bertoni, A., Álvarez, A., Mota, D., & Santos, V. (2022). Los sistemas sostenibles de búfalos de agua en el trópico húmedo latinoamericano: enfoque desde la agroecología. *Revista de Geografía Agrícola*(69), 127-146. <https://doi.org/dx.doi.org/10.5154/rga.2022.69.06>
- Cevallos, H., Valencia, J., & Romero, H. (julio-agosto de 2020). Big data e internet de las cosas en la producción de banano orgánico. *Universidad y Sociedad*, 12(4), 192-200. <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85100857525&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&sid=7e8047a458036cf3a8d541302c97b751&sot=b&sdt=b&s=TITLE-ABS-KEY%28produccion+de+banano%29&sl=36&sessionSearchId=7e8047a458036cf3a8d541302c97b751&relpos=2>
- Cordova, 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- Ecuador 2015*. Guayaquil .
- Corporación Financiera Nacional. (01 de Agosto de 2021). *Corporacion Financiera Nacional B.P.* <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2021/fichas-sectoriales-3-trimestre/Ficha-Sectorial-Banano.pdf>
- FAO. (05 de 11 de 2022). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*. <https://www.fao.org/sustainability/es/>
- Freire, D., & Anibal, F. (2023). Estrategias para implementar un modelo de sustentabilidad en los servicios de alimentación colectiva. *Universidad y Sociedad*, 15(S2), 533-541. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/3923/3843>
- León, L., Arcaya, M., Barbotó, N., & Bermeo, Y. (2 de Diciembre de 2020). Ecuador: Análisis comparativo de las Exportaciones de banano orgánico y convencional e incidencia en la Balanza Comercial, 2018. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 38-46. <https://doi.org/10.26423/rctu.v7i2.521>
- Mata, D., Suatunce, J., & Rubén, P. (2021). Análisis económico del banano orgánico y convencional en la provincia Los Ríos, Ecuador. *Instituto de Información Científica y Tecnológica*, 23(4), 419-430. <https://www.redalyc.org/journal/6378/637869393005/html/>
- Mendoza, J. M. (2013). La Capacidad dinámica de ripostar en la empresa: confrontar entornos volátiles. *Cuadernos de Administración*, 26(47), 63-85. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-35922013000200004&lng=en&tlng=es
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (15 de 06 de 2022). *MAGAP*. <https://www.agricultura.gob.ec/magap-apoya-a-pequenos-banaderos-para-obtener-certificaciones-internacionales/>
- Ortega Tambaco, M., Noroña Alarcón, J., & Noroña Alarcón, C. (2019). Diagnóstico situacional de los pequeños productores del banano orgánico de la provincia del oro hacia el mercado europeo. *Espirales Revista Multidisciplinaria De investigación*, 59-71. <https://doi.org/https://doi.org/10.31876/re.v3i25.440>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 227-232. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- ProEcuador. (2013). *PRO ECUADOR* . <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/crecimiento-de-las-ventas-de-banano-organico/>
- SENAE. (10 de Noviembre de 2021). *Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador*. <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>

- Villanueva, V., Añazco, C., y Bonisoli, L. (Enero-Abril de 2020). Introducción de marca de banano orgánico en el mercado ecuatoriano. *INNOVA Research Journal*, 5(1), 166–183. <https://doi.org/https://doi.org/10.33890/innova.v5.n1.2020.1150>
- Willer, H., Schlatter, B., Trávníček, J., Kemper, L., & Lernoud, J. (13 de Febrero de 2020). *The World of Organic Agriculture Statistics and Emerging Trends 2020*. Bonn: Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Frick, and IFOAM – Organics International. <https://orgprints.org/id/eprint/37222/9/willer-et-al-2020-full-document-2020-02-28-4th-corrigenda.pdf>