



09

## El banano ecuatoriano: un mercado con miras al desarrollo sostenible y la innovación

The ecuadorian banana: a market with a view to sustainable development and innovation

MSc. Cecibel del Rocío Espinoza Carrión<sup>1</sup>

E-mail: [cespinoza@utmachala.edu.ec](mailto:cespinoza@utmachala.edu.ec)

MSc. Carlos Omar Soto González<sup>1</sup>

MSc. María José Pérez Espinoza<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universidad Técnica de Machala. República del Ecuador.

<sup>2</sup>Universidad Metropolitana. República del Ecuador.

Cita sugerida (APA, sexta edición)

Espinoza-Carrión, C. R., Soto-González, C. O., & Pérez-Espinoza, M. J. (2017). El banano ecuatoriano: Un mercado con miras al desarrollo sostenible y la innovación. *Revista Científica Agroecosistemas*, 5(1-Ext), 70-77. Recuperado de <http://aes.ucf.edu.cu/index.php/aes/index>

### RESUMEN

El banano es una fruta milenaria de importancia mundial, que para el Ecuador representa una de las bases de su economía, al ser el segundo producto de mayor exportación que realiza el país alrededor del mundo. La calidad, el sabor y poseer las condiciones adecuadas, tanto territoriales como climáticas, ha hecho del banano ecuatoriano una fruta de fama mundial, al punto de poseer en la actualidad su propia marca nacional y posicionar al país como el primer productor de banano a nivel mundial. La presente investigación tiene como objetivo realizar un análisis acerca de la competitividad, sostenibilidad y la innovación, que en la actualidad posee el mercado bananero ecuatoriano. Se trabajó con las bases de datos académicas que poseen documentos con altos niveles de confiabilidad y validez. Se llegó a la conclusión de que el banano, a pesar de ser un sector con mucha antigüedad, no detiene su crecimiento; el mercado internacional le ofrece nuevas posibilidades de crecimiento, que sumado a políticas estatales atractivas, estabilidad internacional y prácticas productivas con un enfoque sustentable, pueden repercutir en un mejoramiento económico para el Ecuador.

Palabras clave:

Banano, desarrollo sostenible, competitividad, innovación, crecimiento económico, tecnología.

### ABSTRACT

Bananas are a thousand-year-old fruit of global importance, which for Ecuador represents one of the bases of its economy, being the second most exported product that the country makes around the world. The quality, taste and proper conditions, both territorial and climatic, has made the Ecuadorian banana a world-famous fruit, to the point of owning its own national brand and positioning the country as the leading banana producer at the national level world. The present investigation has like objective realize an analysis about the competitiveness, sustainability and the innovation, that at present owns the ecuadorian banana market. We worked with academic databases that have documents with high levels of reliability and validity. It was concluded that the banana, despite being a sector with a lot of antiquity, does not stop its growth; the international market offers new possibilities for growth, which, added to attractive seasonal policies, international stability and productive practices with a sustainable focus, can have an impact on economic improvement for Ecuador.

Key words:

Banana, sustainable development, competitiveness, innovation, economic growth, technology.

## INTRODUCCIÓN

La economía del Ecuador obtiene sus ingresos principalmente de dos fuentes: la extracción de petróleo y la producción agrícola, esta última conformada principalmente por productos como el cacao, las rosas, ciertas verduras y el banano (Montalvo, 2008). El banano representa un importante aporte a la economía ecuatoriana en lo que a productos considerados dentro de las exportaciones no petroleras, se refiere. Los grandes volúmenes que se exportan mensualmente, hacen del banano una fuente constante de divisas para el país, así como un motor de generación de empleos directos e indirectos, tanto para profesionales técnicos, comunidades rurales y otras industrias que actúan como proveedores de insumos agrícolas o de otro tipo (como plástico, cartón, transporte, entre otros), para que la fruta pueda llegar a su destino final (Hernández, 2000).

El desarrollo económico de los sectores anteriormente mencionados, se dio de una manera bastante marcada y diferenciada entre ellos, por ejemplo entre los años de 1860 a 1920, se dio el conocido auge cacaotero, posteriormente entre los años 1948 a 1972 se dio el auge bananero y por último, entre 1972 a 1980, se dio el boom petrolero, seguido por los cambios políticos de gobiernos, así como de tipo económico como la dolarización que enfrentó el Ecuador en el año 2000 (Baquero & Mieles, 2014).

De 1860 a 1972 la economía ecuatoriana poseía un PIB basado en el sector agrícola como principal fuente de ingresos, sin embargo, la situación cambió cuando el país se enfocó a la explotación de recursos naturales como el oro, petróleo, entre otros y en ese caso los créditos que provenían de la agricultura ocuparon el segundo lugar dentro del aporte económico al país (Montalvo, 2008).

Con el paso de los años, en medio de los cambios que se han suscitado en los mercados internacionales, la variabilidad de los precios del petróleo y el aumento de la competencia de otros países extractores, el gobierno ha dedicado muchos de sus esfuerzos a fortalecer el sector agrícola, apoyarlo para que se pueda desarrollar con mayor fuerza. Se puede decir que durante la última década el gobierno central ha aumentado su influencia en el sector y ha destacado más su participación, lo cual ha llevado por un lado al establecimiento de medidas de control de precios, calidad, entre otros, así como el fortalecimiento de la comunicación de doble vía con

los productores de la fruta, de tal manera que se pueda tener de primera fuente la información necesaria para tomar medidas correctivas o de mejoramiento en el desempeño general de dicho mercado (Mayorga, 2015).

La búsqueda de acuerdos comerciales internacionales, tratados de comercio con otros países, así como la ayuda para el fortalecimiento de ciertos aspectos productivos para cumplir con las normas internacionales de calidad establecidas por otros países, son parte del apoyo que el gobierno busca constantemente con los bananeros, por el beneficio tanto para sus empresas como para el país en general (El Comercio, 2017).

Cabe mencionar que en el Ecuador, el banano es cultivado principalmente en tres provincias del país, las cuales son Guayas, Los Ríos y El Oro, esta última conocida como la capital bananera de los ecuatorianos por ser la principal productora de banano y contar con la facilidad de transportación de la fruta hacia otros países a través del Puerto Bolívar. Desde luego, estas provincias cuentan con las condiciones idóneas en el aspecto climático, la tierra y las facilidades de transportación adecuadas para tener un correcto manejo de la fruta desde su siembra hasta su cosecha.

El objetivo del presente artículo de investigación es realizar un análisis acerca de la competitividad, sostenibilidad y la innovación que en la actualidad posee el mercado bananero, así como la identificación de aquellos desafíos de cara a futuro, para lo cual se dividió el artículo en tres secciones. La primera de ellas hace referencia al funcionamiento general de este mercado y la manera en la cual ha evolucionado su nivel de competitividad hasta la actualidad, la segunda parte está orientada al análisis de la sostenibilidad en lo que respecta a la producción del banano orgánico, y por último, la tercera parte, que se refiere a los sistemas innovadores disponibles que en muchos casos ya se están implementando como proyección al desarrollo sostenible y al mejoramiento tecnológico.

## DESARROLLO

El principal instrumento para realizar la investigación fueron las bases de datos tales como Ebsco, Science Direct, Scielo y Scopus. También se consideraron documentos importantes, recuperados en páginas de instituciones públicas y a través de *Google Scholar*. Para distinguir la información importante de

la poco relevante, se realizó la lectura del resumen y de las conclusiones del trabajo de investigación. La cantidad total de documentos consultados fueron 137, de los cuales 24 se utilizaron para el presente trabajo investigativo y su contenido se centraba principalmente en el sector bananero y en sus niveles de desarrollo sostenible, así como sus prácticas productivas en la misma línea ecológica.

### *El mercado bananero: su funcionamiento y competitividad*

Para poder analizar la competitividad de un país, se pueden utilizar diferentes enfoques, uno de ellos (el más sencillo) es el que menciona que para ser competitivo se debe ser capaz de competir con otros, dicha competencia se da de acuerdo a las ventajas y desventajas que poseen unos frente a otros y para lo cual es necesario tener presente una estrategia de mercado que sobre todo permita desarrollar una ventaja competitiva.

Dentro del ámbito de la competitividad, el gobierno central juega un papel importante, ya que de acuerdo a Hernández (2000) se debe realizar adicionalmente a la identificación de las oportunidades y amenazas, un análisis comparativo (en marketing llamado benchmarking), que evalúe las capacidades y fortalezas que se poseen para poder participar en un sector determinado. Rosero (2001) adopta una postura crítica al afirmar que “la competitividad se genera en las empresas y no en los países, aunque los gobiernos deben crear las condiciones económicas y sociales para impulsar aquel desarrollo”.

A pesar de dichas divergencias, propias de los diferentes criterios de expertos, son perfectamente acoplables entre sí, ya es indispensable que el gobierno central intervenga en el proceso de crecimiento económico de un país para que brinde a las empresas privadas las condiciones adecuadas en el mercado para su desarrollo y crecimiento, mucho más aún en un sector tan sensible, variable e importante para el Ecuador.

De acuerdo a un reporte de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) (2017) del periodo 2012-2013, el banano es la fruta que tiene el mayor nivel de venta en el mundo, se encuentra en cuarta posición entre los productos de cultivo alimentario como el arroz, el trigo y el maíz. Estas posiciones solo destacan un poco más su nivel de importancia tanto a nivel mundial como para el país. La FAO (2017) dentro de su reporte encasilla al Ecuador como el primer país exportador

a nivel mundial de banano; esto como resultado de su ventaja competitiva, dada por los factores productivos propios del país, como el clima, la tierra y la humedad, que garantizan la buena calidad de la fruta durante todo el año. El sector ha tenido tal crecimiento que hoy en día, tomando en consideración todo su proceso productivo, genera para un 16% de la población empleos directos o indirectos y un 6% del Producto Interno Bruto del país.

La competitividad del mercado bananero ha tenido sus altas y bajas, ya que por periodos de tiempo se le ha dado prioridad a la explotación de otros recursos como el petróleo, sin embargo, en la actualidad (debido a la caída del precio del petróleo) el banano está retomando su posición en la escala de importancia para el gobierno central y pese a cualquier mala proyección, se ha mantenido firme en su posición internacional a pesar del aumento de competidores.

En lo que respecta a los compradores de América del Norte como Estados Unidos y Canadá, países tales como Costa Rica, Honduras y Nicaragua, están aumentando sus índices de producción para poder captar mayor parte de la demanda americana y desplazar al país por una ventaja en costos de transportación, ya que por la cercanía resulta más económico comprar a Centroamérica que a Ecuador (Rosero, 2001). Por otro lado, se ha abierto campo en un gran mercado como el asiático, el cual es considerado como uno de los más grandes a nivel mundial seguido por Estados Unidos, donde países como China y Japón compraban grandes cantidades de la fruta (Terán, 2014), sin embargo la cercanía de países africanos ha hecho que desarrollen una ventaja competitiva al igual que los países de Centroamérica, determinada por la disminución de los costos de transporte (Rosero, 2001).

Para poder identificar cuáles son los puntos fuertes dentro del sector, es indispensable conocer cómo funciona el mercado en su conjunto y cómo es la interacción entre cada uno de sus participantes, entre los que se encuentran los productores pequeños, medianos y grandes, mercados locales, supermercados, compañías transnacionales, exportadores domésticos, pequeños exportadores, transportistas, madurados, mayoristas, supermercados en el extranjero y el consumidor final (Montalvo, 2008). A continuación se muestra una gráfica que condensa los participantes anteriormente mencionados (Figura 1).

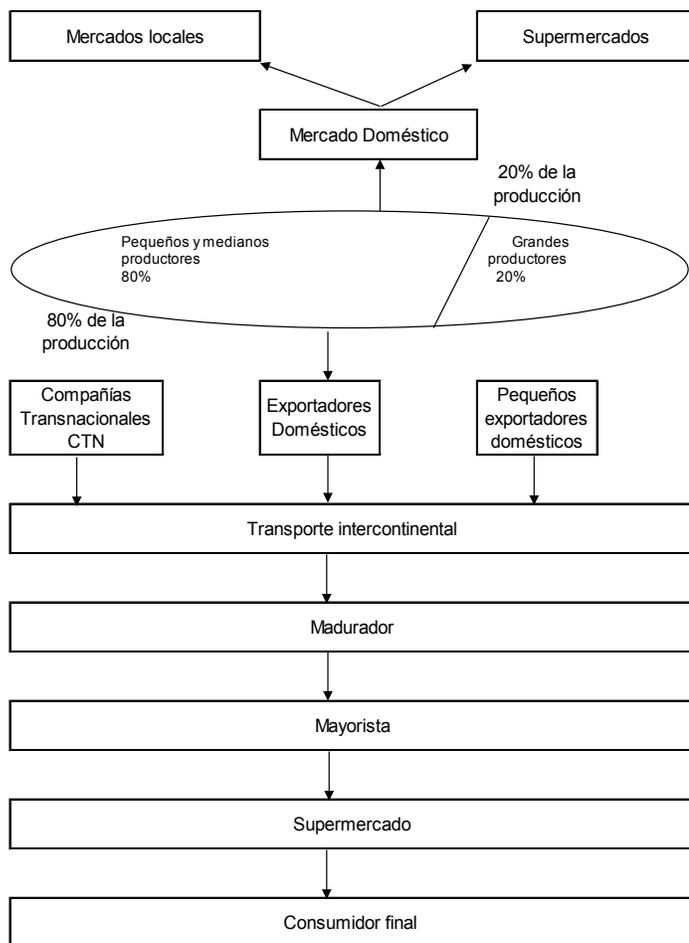


Figura 1. Mercado vertical del banano ecuatoriano. Fuente: Montalvo (2008).

Dentro de este mercado, los principales actores son los productores y los exportadores, no obstante los primeros, a pesar de ser uno de los participantes más importantes del proceso, no poseen mayor poder de negociación, situación totalmente contraria con los exportadores, quienes tienen poder con respecto a los precios (a pesar de existir una regulación expresa del gobierno central), las cantidades, la calidad, las normas que deben cumplir, es decir, los productores tienen la obligación de cumplir con cada una de sus exigencias y políticas para poder vender la fruta.

¿Esta situación puede disminuir la competitividad del mercado?, desde luego que sí, ya que cada una de las partes busca sus propias conveniencias sin tratar de llegar a un acuerdo conjunto que permita el mejoramiento general del mercado y no el enriquecimiento de ciertas compañías.

#### *El banano ecuatoriano con respaldo internacional a través de su marca Banano del Ecuador*

Llegar a tener una marca nacional respaldada por el gobierno y promovida por este para el mejoramiento

de la imagen internacional que se proyecta, es un avance sumamente importante para el sector, porque no es otra cosa que la recompensa por el cuidado, la dedicación y por haber elevado la calidad del producto hasta ser reconocido a nivel internacional.

La Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador (AEBE), de la mano del Ministerio de Comercio Exterior, firmó un convenio de cooperación interinstitucional, el cual tomaba en consideración el desarrollo e implementación de la marca sectorial Banano del Ecuador (Clúster Calidad AS, 2017).

Este proyecto se cristalizó a mediados del mes de mayo del presente año, por lo que aún se encuentra en un proceso de implementación que tomará su tiempo fortalecer y, sobre todo, crear la cultura del amor a dicha marca y la responsabilidad del cumplimiento de los requisitos que solicita para formar parte del grupo de productores y exportadores que tienen su respaldo (MCE, 2017).

La marca Banano del Ecuador tiene como objetivo destacar tres aspectos en los productos: la presencia en mercados internacionales, aumentar la competitividad del producto y destacar sus atributos de diferenciación (El Telégrafo, 2017). También se han establecido ciertos estándares que deben ser alcanzados por los productores de la fruta que quieran contar con el respaldo de la marca, estos son: práctica agrícola con cuidado ambiental, desarrollo de actividades con responsabilidad social, la calidad de la fruta, certificación de investigación y desarrollo en las plantaciones agrícolas, innovación, valor agregado para la producción, una oferta diversificada y la implementación de tecnología para el uso racional de recursos (El Telégrafo, 2017). No obstante, el banano ecuatoriano ya cumple con un sin número de certificaciones que elevan aún más su calidad y sus niveles de competitividad, entre las más importantes que se pueden destacar se encuentran: certificación ISO, Globalgap, Rainforest, análisis de riesgos y control de puntos críticos, Alliance, entre otros (Pro Ecuador, 2016). Cumplir con los requisitos para la obtención de estas certificaciones, evidencia que los productores ecuatorianos se encuentran en la plena capacidad de cumplir con cualquier otro requerimiento que se le haga para formar parte del grupo de bananeros que poseen el respaldo de la marca nacional (MCE, 2017).

Dentro de la marca Banano del Ecuador están incluidos todas las variaciones que se producen de la fruta, tales como el baby banana, banano rojo y el banano Cavendish, este último el de mayor consumo y frecuencia en mercados internacionales (Pro Ecuador, 2016).

### *Una nueva apuesta: la producción del banano orgánico*

A partir del siglo XX se ha dado un aumento en la demanda de productos orgánicos, debido a tres razones fundamentalmente: la fuerte publicidad de dichos productos de los beneficios para la salud de las personas, un crecimiento general de la demanda debido al aumento de la población mundial y los altos precios que se debían pagar por este tipo de productos. Una vez que los ofertantes notaron estas situaciones, decidieron despegar con la producción orgánica de diversos productos para capturar una mayor parte del mercado y también aportar con el desarrollo sostenible del medio ambiente (Capa, Alaña, & Benítez, 2016).

A pesar de todos los beneficios que pueden brindar los “orgánicos”, definitivamente puede resultar ser un gran desafío vender este tipo de productos en grandes volúmenes en donde principalmente se presentan dos posturas (García, 2017). Una postura es la del productor, quien debe primeramente implementar un tipo diferente de tratamiento de la tierra para su preparación para la siembra, que puede ser a través de la oxigenación del terreno con gusanos o con abono 100% orgánico; una vez que se realiza el sembrado de la planta, no se debe utilizar ningún tipo de producto químico en la planta, pesticidas, fertilizantes, plaguicidas, etcétera, porque el banano no debe tener ni un mínimo de porcentaje químico, lo cual desde luego expone la fruta a tener algún tipo de plaga (ya que se está quitando su protección externa), y demanda de un mayor cuidado y tratamiento por el seguimiento que se le debe dar; esto desde luego trae dos desventajas muy palpables a los productos, aumenta el riesgo de fracaso de la siembra ante cualquier tipo de plaga, toma más tiempo su proceso de crecimiento y aumenta los costos de mano de obra (Pansera, Rivas, & Narváez, 2017). Otra postura es la del consumidor (tanto a nivel individual como de país), que debe asumir en el precio final el aumento del costo que ha tenido el productor, por tal razón, existen muchos países que no están dispuestos a adquirir un producto con un precio mayor, no obstante siempre existe una parte del mercado que está dispuesta a pagar un valor mayor, con el fin de preservar su salud y tener una mejor calidad de vida (Mayorga, 2015).

La producción del banano orgánico es una manera que tienen las empresas productoras de banano de aportar a la sociedad, por estar mejorando indirectamente su nivel de vida y la calidad de productos que ingieren. Al realizarse todo el proceso de sembrío, de una manera muy natural, aporta al desarrollo sostenible, al mantenimiento del terreno, a la disminución de la contaminación de la tierra, agua y aire a

través de las prácticas de fumigación aérea, entre otras.

La producción de banano orgánico tiene que ir de la mano de políticas estatales que ayuden a los productores a regular la producción de banano con estas características, también debería promover capacitaciones, encuentros internacionales y reuniones periódicas con los productores, para motivar a la adopción de esta tendencia que se ve con muy buenas proyecciones para el futuro (Cypher & Alfaro, 2016).

La producción de banano orgánico traería un sinnúmero de beneficios para el país, porque si bien es cierto se podría encarecer un poco la fruta, el Ecuador en la actualidad goza de una fama a nivel mundial acerca de la excelente calidad de su banano, por lo que con el respaldo de la marca Banano del Ecuador, podrían crearse nuevos nichos de mercado, sobre todo a nivel nacional (Soto, 2011) debido a la escasez de este tipo de fruta orgánica; y a nivel internacional se podría aprovechar el posicionamiento que ya posee el producto para promocionar el de tipo orgánico en los países que compran banano ecuatoriano desde hace mucho tiempo (Rosero, 2001). También promovería la creación de nuevas empresas que den apoyo a los productores que se inician en estas actividades y puedan brindar asesoramiento desde diferentes áreas (Capa, Alaña, & Benítez, 2016).

### *La política bananera del Ecuador: un aporte a la innovación en las prácticas de producción bananera enfocadas al desarrollo sostenible*

Este sector en particular posee una gran dependencia con el gobierno central, ya que al exportarse alrededor de un 95% de la producción, su rentabilidad o pérdida estarán en función de las regulaciones que el gobierno realice ya sea internamente como externamente, con los diversos países importadores del banano ecuatoriano (Domínguez & Caria, 2016).

Esta dependencia tan estrecha y marcada, hace que la innovación, el desarrollo sostenible y la competitividad, vayan de la mano de la política bananera del país, para lo cual se mencionarán ciertos puntos clave que fueron objeto de estudio (Bardomiano, 2014) por parte de la FAO y que surgen a partir de la constitución ecuatoriana (modificada en el gobierno de Rafael Correa Delgado), donde se garantizaba el acceso equitativo a todos los factores productivos, lo que puso en tela de revisión a todo el sector bananero:

- » El establecimiento de un precio mínimo acordado después de realizar negociaciones entre productores y exportadores y en caso de no llegar a un acuerdo,

el precio mínimo será establecido por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. Ambas partes tienen la obligación de cumplir con dicho precio porque si no se establecerán multas.

- » Realizar el control del precio mínimo por parte de un sistema automatizado aplicado a los contratos y a las exportaciones que regule el pago que se debe realizar entre las partes.
- » La gestión de la variabilidad del banano y el exceso de oferta, a través, primeramente, del conocimiento de la cantidad de hectáreas sembradas, niveles de productividad y de recursos disponibles, así como el reemplazo de los sembríos de banano por otras plantaciones de baja producción como la caña de azúcar.
- » La ampliación del consumo interno del banano, permitiendo de esta manera ampliar el mercado nacional y la variabilidad de tipos de banano que se pueden ofrecer.
- » Aumento de apoyo para la productividad de los agricultores, a través de cuatro ejes estratégicos como la apertura de financiamiento, capacitación, fortalecimiento de asociaciones y la asistencia técnica necesaria para el mejoramiento de la tecnología (Velásquez, 2004).
- » Regulaciones en materia de protección social y de los trabajadores a manera de práctica de responsabilidad social.
- » La diversificación de los mercados para proveer de más oportunidades al sector.
- » Normas que regulen el cuidado del medio ambiente para el banano, como el cambio a la producción orgánica.

Todas estas medidas han servido como un impulso para el mercado bananero en general, desde luego, unas con más impacto que otras dentro de la actividad económica, pero teniendo en claro que se proyecta un crecimiento en el sector con miras a la sostenibilidad y el mayor uso de tecnología.

De acuerdo a la FAO (2015):

La sostenibilidad económica es el resultado de una gestión óptima de la oferta, de una capacidad continua para satisfacer la demanda mundial y una distribución equitativa de los beneficios entre los principales protagonistas, especialmente los pequeños productores y los trabajadores, factores que afectan a la estabilidad de los ingresos. También proviene de la capacidad continua de realizar las inversiones necesarias para aumentar los rendimientos y la productividad.

La FAO (2015) como un organismo preocupado por las áreas alimenticias de los países en vías de desarrollo, establece cuatro ejes en materia de sostenibilidad a tomar en cuenta dentro del sector bananero ecuatoriano, con lo cual coinciden autores como Accinelli y De la Fuente (2013):

1. Una distribución y estabilización tanto de los beneficios a lo largo de la cadena productiva, como de los ingresos, sobre todo, de los micro, pequeños y medianos productores.
2. Racionalización de los recursos, como el del uso de la tierra ya sembrada y las nuevas plantaciones.
3. El mejoramiento de la productividad mediante programas que ayuden a mejorar las técnicas empleadas, así como la actualización tecnológica enfocada al uso racional de los recursos, como el caso de una aplicación fitosanitaria para el control de las plantaciones desde su siembra, riego, fumigación, etcétera (Ekos Negocios, 2017).
4. Estabilización de los precios a través del incentivo de la demanda, para de esta manera mejorar el equilibrio entre ofertantes y demandantes.

## CONCLUSIONES

El sector bananero ecuatoriano, a pesar de haber sido explotado desde hace muchos años en el país, continúa creciendo y mejorando sus técnicas de producción, por lo cual aún representa una oportunidad de emprendimiento para muchos jóvenes empresarios o para familias que quieran incursionar en el sector, desde luego, en la medida en que posean su cuota de diferenciación y puedan desarrollar nuevas ventajas competitivas. El gobierno no debe descuidar los controles y regulaciones del sector, ya que el éxito de este depende en gran medida del apoyo que reciban los productos bananeros en lo que respecta al control de precios entre vendedores y exportadores, apertura de canales de financiamiento, capacitación, convenios con nuevos mercados internacionales, entre otros. En aspectos de sostenibilidad, al ser un producto directamente relacionado con los recursos naturales, como la tierra, el agua, el aire, entre otros, debe tomarse en consideración el fomento de una cultura de concientización acerca de las prácticas y técnicas de producción y cuidado amigables con el medio ambiente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Accinelli, E., & De la Fuente, J.L. (2013). La responsabilidad social corporativa, actividades empresariales y desarrollo sustentable: Modelo matemático de las decisiones en la empresa. *Contaduría y Administración*, 58(3), 227-248.
- Baquero, D., & Mieles, J. (2014). Los “booms” en perspectiva: cacao y banano. *Revista de Análisis y Divulgación Científica de Economía y Empresa*, (4), 1-8.
- Bardomiano, O. (2014). Ecuador: Panorama y evolución económica reciente. *Economía Informa*, (385), 100-108.

- 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.
- Clúster Calidad AS. (2017). Crean la marca sectorial Banano del Ecuador. Obtenido de <http://www.calidad.ebizor.com/crean-la-marca-sectorial-banano-del-ecuador/>
- Cypher, J., & Alfaro, Y. (2016). Triángulo del neo-desarrollo en Ecuador. *Revista Problemas del Desarrollo*, 185(47), 161-184.
- Domínguez, R., & Caria, S. (2016). Ecuador en la trampa de la renta media. *Revista Problemas del Desarrollo*, 187(47), 89-112.
- García, J. (2017). *Situación actual y perspectivas de la agricultura orgánica en y para Latinoamérica*. Obtenido de <https://rubielmontoya.wordpress.com/2012/04/22/situacion-actual-y-perspectivas-de-la-agricultura-orgánica-en-y-para-latinoamerica/>
- Hernández, C. (2000). The Costa Rican banana industry. Can it be sustainable? En C. Hall, C., Van Laake, P., León, C., & Leclerc, G. *Quantifying Sustainable Development: The future of tropical economies* (pp. 563-593). San Diego: Academic Press.
- Mayorga, C. (2015). Agricultura y desarrollo sostenible: Provincia de Los Ríos. *Uniandes Episteme: Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 2(1), 1-12.
- Ministerio de Comercio Exterior (MCE). (2 de septiembre de 2017). *Banano ecuatoriano contará con marca sectorial*. Ecuador: MCE. Recuperado de <http://www.comercioexterior.gob.ec/banano-ecuadoriano-conta-con-marca-sectorial/>
- Montalvo, C. (2008). La estructura vertical del mercado bananero para el Ecuador y el carácter limitado de las reformas de comercio internacional. *Revista Tecnológica ESPOL*, 21(1), 165-179.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2015). *Cambio climático y la sostenibilidad del banano en el Ecuador*. Roma: FAO.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2017). *Banana Market Review and Banana Statistics 2012-2013*. Recuperado de <http://www.fao.org/economic/est/est-commodities/bananas/en/>
- Pansera, M., Rivas, R., & Narváez, H. (2017). Frugalidad e innovación popular: nuevos caminos para la sostenibilidad y la inclusión social en Ecuador. *Revista CTS*, 12(35), 131-152.
- Pro Ecuador. (2016). *Análisis sectorial - Banana*. Quito: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.
- Rosero, J.L. (2001). Un análisis sobre la competitividad del banano ecuatoriano. *Apuntes de Economía*, (17), 1-26.
- Soto, M. (2011). Situación y avances tecnológicos en la producción bananera mundial. *Revista Brasileira Frutic-Jaboticabal*, 33(no. Esp), 13-28.
- Terán, G. (2014). China en América Latina: Los casos de Ecuador y Perú entre los años 2009-2012, ¿es posible una apuesta hacia el futuro? *Anuario Mexicano de Derecho Internacional*, 14, 221-260.
- Velásquez, F. (2004). La estrategia, la estructura y las formas de asociación: Fuentes de ventaja competitiva para las pymes colombianas. *Estudios Gerenciales*, (93), 73-97.