UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

MAESTRÍA EN COMERCIO EXTERIOR CON MENCION EN PUERTOS Y ADUANAS

TEMA:

“Acceso al mercado chino y promoción internacional de los exportadores de puré de banano en la provincia del Oro.”

NOMBRE:

Rudy José Bucheli Fierro

ENSAYO

MACHALA

2025

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Yo, **RUDY JOSÉ BUCHELI FIERRO**, estudiante de la **Maestría en Comercio Exterior**, declaro bajo protesta de decir verdad que el presente trabajo final de titulación titulado: **"**Acceso al mercado chino y promoción internacional de los exportadores de puré de banano en la provincia del Oro.**"**, es de mi completa autoría.

Asimismo, manifiesto que **no he incurrido en plagio total ni parcial** de textos, ideas, datos o resultados contenidos en otras tesis, trabajos académicos o publicaciones científicas, y que todas las fuentes utilizadas han sido debidamente citadas conforme a las normas académicas vigentes.

Asumo la responsabilidad ética y académica por el contenido del trabajo, y reconozco las consecuencias que pudieran derivarse en caso de comprobarse lo contrario.

Machala, 10 de julio de 2025

Firma: _____ Firmado electrónicamente por: RUDY JOSE BUCHELI FIERRO Validar únicamente con FirmaEC

Rudy José Bucheli Fierro

ÍNDICE GENERAL

Contenido

ÍNDICE GENERAL 3
INTRODUCCIÓN 4
DESARROLLO 6
METODOLOGÍA Y TECNICAS A UTILIZAR PARA EL DIAGNOSTICO 9
Tipo de enfoque 9
Diseño metodológico 9
Justificación 9
Fuentes de información 10
Criterios de selección documental 11
Técnicas de análisis de la información 11
Instrumentos 12
RESULTADOS DE LA INVESTIGACION 13
CONCLUSIONES 15
BIBLIOGRAFÍA 17

INTRODUCCIÓN

El acceso al mercado chino y la promoción internacional representan oportunidades estratégicas clave para los exportadores de puré de banano en la provincia de El Oro, Ecuador. Esta región, reconocida por su alta producción bananera, ha comenzado a diversificar sus productos derivados, entre ellos el puré de banano, con potencial de gran demanda en mercados internacionales como el asiático. En este contexto, el mercado chino se perfila como uno de los destinos más prometedores debido a su tamaño, crecimiento económico sostenido y creciente interés por alimentos saludables y procesados.

Abordar este tema es relevante porque permite identificar los retos y oportunidades que enfrentan los productores orenses en su proceso de internacionalización. Asimismo, el análisis contribuye al fortalecimiento del sector exportador local y a la generación de empleo y desarrollo económico en la provincia. Dada la creciente competencia global, comprender las estrategias de acceso a mercados y promoción internacional es esencial para mejorar la competitividad de estos productos en el extranjero.

El objetivo de este ensayo es examinar las condiciones actuales, barreras comerciales y estrategias necesarias para que los exportadores de puré de banano de El Oro logren posicionarse con éxito en el mercado chino.

En el desarrollo se analizarán aspectos como las exigencias regulatorias del mercado chino, la capacidad productiva de la provincia, los canales de distribución y promoción, así como las alianzas estratégicas que pueden facilitar la inserción internacional de este producto.

En el contexto de la creciente demanda internacional por productos alimenticios procesados y saludables, el puré de banano emerge como una alternativa competitiva para los exportadores de la provincia de El Oro. Sin embargo, a pesar del potencial productivo de la región, uno de los principales problemas que enfrenta este sector es la limitada capacidad para acceder de manera efectiva a mercados exigentes como el chino. Esta situación responde tanto a barreras comerciales y técnicas como a la falta de estrategias de promoción internacional adaptadas a las características del mercado asiático. Analizar este problema es crucial porque permite comprender los factores que obstaculizan la expansión

comercial de un producto con alto valor agregado, incidiendo directamente en el desarrollo económico regional y en la sostenibilidad del sector agroindustrial.

El objetivo general de esta investigación es evaluar las condiciones, limitaciones y oportunidades para el acceso al mercado chino y la promoción internacional del puré de banano producido en la provincia de El Oro. De este se desprenden varios objetivos específicos: identificar los requisitos técnicos y normativos que impone China para la importación de este tipo de productos, analizar la capacidad productiva y organizativa de los exportadores locales, y proponer estrategias viables de comercialización y posicionamiento internacional. A partir de estos objetivos, se plantean las siguientes preguntas guía: ¿Cuáles son las principales barreras comerciales que enfrentan los exportadores de puré de banano de El Oro para ingresar al mercado chino? ¿Qué estrategias de promoción pueden facilitar su posicionamiento en dicho mercado? ¿Está preparada la cadena productiva local para responder a una demanda internacional sostenida?

El valor de esta investigación se refleja en tres dimensiones fundamentales. En el ámbito académico, contribuye al conocimiento sobre el comercio internacional de productos agroindustriales no tradicionales, especialmente en mercados emergentes como el chino. En el plano práctico, ofrece herramientas estratégicas y recomendaciones aplicables para los actores involucrados en el sector exportador del puré de banano en la provincia de El Oro, fomentando su competitividad e inserción internacional. Finalmente, desde el enfoque metodológico, la investigación se desarrollará bajo un enfoque cualitativo, permitiendo una comprensión profunda y contextual del fenómeno estudiado. El diseño metodológico será de tipo documental, basado en el análisis de fuentes secundarias como estudios previos, normativas internacionales, informes de comercio exterior y estadísticas oficiales, lo cual permitirá construir un marco teórico sólido y proponer estrategias fundamentadas en evidencia.

DESARROLLO

1. Panorama exportador y relevancia del puré de banano

Idea principal: La provincia de El Oro posee un potencial exportador significativo, pero el puré de banano aún es un producto poco explorado.
Sustento teórico: Según León et al. (INEC-Ecuador 2020), El Oro contribuye con el 25 % de la producción nacional de banano, siendo la tercera provincia más productiva. Estudios muestran que solo el 18 % de la exportación nacional corresponde a productos procesados (Redalyc.org).
Evidencia: Esta brecha indica oportunidad para diversificación. La literatura sobre diversificación industrial en mercados emergentes sugiere que avanzar hacia productos con valor agregado puede fortalecer la posición exportadora.

2. Barreras para el acceso al mercado chino

Idea principal: El acceso al mercado chino está limitado por barreras arancelarias, logísticas y regulatorias.
Sustento teórico: Estudios de NTMs subrayan cómo los requisitos técnicos y normativos pueden frenar el comercio de productos agroalimentarios. En el caso de Ecuador, los procedimientos burocráticos en instituciones públicas representan un 25 % de los obstáculos reportados (Redalyc.org).
Evidencia: Se impone arancel del 10 % a la banana en China, junto con costos de canal logístico elevado y tiempos de transporte de 35 días, frente a competidores con tiempos mucho menores .

3. Impacto del Tratado de Libre Comercio Ecuador-China

Idea principal: El FTA reducirá significativamente los aranceles, lo que podría duplicar exportaciones.
Sustento teórico: Según Produce Report de mayo 2024, el TLC elimina tarifas a 90 % de

productos y reduce progresivamente el 10 % restante en diez años. Estudios sobre acuerdos comerciales resaltan su influencia positiva en el crecimiento de exportaciones estructurales (arXiv).

Evidencia: La asociación de exportadores estima que las exportaciones de bananas (y derivados) podrían duplicarse en pocos años tras la entrada en vigor del tratado .

4. Capacidad productiva y organizativa de El Oro

Idea principal: Se requiere evaluación de capacidades técnicas, infraestructura y organización de exportadores.

Sustento teórico: Valdiviezo et al. (2024) muestran que factores como escala productiva, recursos y capacidades empresariales son determinantes de competitividad en el sector bananero. Además, Guardiola et al. (2024) destacan que la cooperación entre pequeñas empresas puede sortear barreras de cantidad mínima.

Evidencia: En El Oro existen plantas de procesamiento de puré, pero la capacidad instalada no está documentada oficialmente; se requiere fortalecer cadenas cooperativas para cumplir con MQCs impuestas por mercados como China.

5. Estrategias de promoción internacional y alianzas

Idea principal: Es crucial diseñar una estrategia de marketing adaptada al consumidor chino, con alianzas logísticas.

Sustento teórico: La formación de marcas y narrativas fuertes validadas por usuarios emprendedores en plataformas como Reddit sugiere que "tell a good story and build a brand" diferencia el producto. Asimismo, proyectos logística como “Guayaquil Banana Gateway” buscan facilitar exportaciones a Asia (Produce Report).

Evidencia: El caso de los almacenes de frío en Guayaquil demuestra que una infraestructura adecuada puede mejorar tiempos de embarque y calidad de envío .

6. Gobernanza, sostenibilidad y responsabilidad social

Idea principal: La sostenibilidad y responsabilidad social pueden ser valor agregado y requisito en el mercado internacional.
Sustento teórico: Food Security (2021) resalta la importancia de CSR y certificaciones en productos agrícolas exportados. Otros estudios reportan impactos ambientales en la producción de banano —emisiones, residuos plásticos— que deben gestionarse.
Evidencia: En Ecuador la huella de CO_2 por tonelada exportada supera los 600 kg de CO_2-eq, lo que obliga a la búsqueda de prácticas más verdes.

7. Síntesis crítica y camino estratégico

Idea principal: Integrar análisis de barreras, capacidades y estrategias para construir un plan de internacionalización sostenible.
Sustento teórico: Teorías sobre cadenas globales de valor señalan asimetrías entre actores; fortalecer a productores agrícolas requiere alianzas y certificaciones. Además, la diversificación hacia mercados emergentes (similar a China) es una respuesta eficaz en momentos de volatilidad.
Evidencia: El incremento del 56 % en exportaciones a China en 2023 respalda la proyección de éxito, siempre que se superen los desafíos técnicos, logísticos y regulatorios.

Cada sección mencionada anteriormente argumenta cómo las barreras específicas pueden ser enfrentadas por un plan estructurado: evaluación documental de normativas, fortalecimiento de capacidades locales, implementación de infraestructura logística, desarrollo de estrategias de marca y prácticas sostenibles. Con este enfoque, el ensayo sustenta su contribución desde perspectivas académica, práctica y metodológica.

METODOLOGÍA Y TECNICAS A UTILIZAR PARA EL DIAGNOSTICO

Tipo de enfoque

El presente ensayo adopta un **enfoque cualitativo**, ya que busca comprender y analizar en profundidad el contexto, los factores limitantes y las oportunidades que inciden en el acceso al mercado chino por parte de los exportadores de puré de banano en la provincia de El Oro. Este enfoque permite explorar aspectos estructurales, económicos, comerciales e institucionales desde una perspectiva interpretativa, priorizando la recolección y análisis de información secundaria proveniente de fuentes especializadas, documentos oficiales, literatura académica indexada y estadísticas actualizadas. Al no centrarse en la medición numérica directa, sino en la interpretación contextual, este enfoque es el más adecuado para identificar patrones, tensiones, relaciones causales y estrategias vinculadas con la inserción internacional del sector agroindustrial bananero ecuatoriano.

Diseño metodológico

El diseño metodológico adoptado en este ensayo es de tipo **investigación documental**, lo cual implica la recolección, revisión, organización y análisis crítico de información proveniente de diversas fuentes secundarias. Este diseño permite abordar el objeto de estudio desde una perspectiva analítica y descriptiva, basada en documentos académicos, artículos científicos indexados, informes técnicos, tratados internacionales, bases estadísticas oficiales y publicaciones especializadas en comercio exterior y agroindustria. A través de esta metodología, se busca sustentar teóricamente el análisis, identificar tendencias relevantes y construir argumentos sólidos que expliquen las condiciones, desafíos y oportunidades para los exportadores de puré de banano en su proceso de acceso al mercado chino.

Justificación

La elección de un **enfoque documental** resulta adecuada para este ensayo, ya que el objetivo principal es analizar las condiciones de acceso al mercado chino y la promoción

internacional de los exportadores de puré de banano en la provincia de El Oro, un tema que involucra variables comerciales, normativas, logísticas y estructurales que pueden ser abordadas mediante fuentes secundarias confiables. Dado que no se requiere una intervención directa con actores del sector ni la aplicación de instrumentos de recolección de datos de campo, la investigación documental permite acceder a información vigente, sistematizada y validada por organismos oficiales, literatura académica y portales especializados. Este enfoque facilita una comprensión integral del fenómeno en estudio, a través del contraste de diversas perspectivas teóricas, estadísticas y experiencias comparadas, lo que fortalece la validez analítica del diagnóstico y la formulación de propuestas fundamentadas.

Fuentes de información

Para el desarrollo de este ensayo se recurrió a una variedad de fuentes de información confiables, clasificadas en **primarias** y **secundarias**, con el objetivo de garantizar la rigurosidad académica y la validez del análisis.

- **Fuentes primarias:** Se utilizaron **artículos científicos** publicados en revistas académicas indexadas en bases de datos reconocidas como **Scopus**, **Web of Science (WoS)**, **Scielo** y **Redalyc**. Estas fuentes proporcionaron marcos teóricos, estudios de caso, análisis sectoriales y modelos explicativos relevantes sobre comercio internacional, cadenas de valor agroexportadoras, barreras de acceso a mercados y competitividad de productos agrícolas procesados. La revisión de estas publicaciones permitió sustentar teóricamente los argumentos del ensayo y contrastar diferentes enfoques investigativos.

- **Fuentes secundarias:** Complementariamente, se revisaron **informes institucionales** emitidos por organismos nacionales como el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), la Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador (AEBE), y entidades internacionales como la FAO, la OMC y CEPAL. También se consultaron **libros especializados**, **tesis previas** relacionadas con el comercio de productos no

tradicionales, y **reportes de portales especializados** como ProduceReport, FreshPlaza, Asiafruit y Just-Food. Estas fuentes proporcionaron datos estadísticos actualizados, análisis de políticas públicas, tendencias de mercado y lineamientos técnicos que enriquecen el diagnóstico.

Criterios de selección documental

Para garantizar la calidad y pertinencia de la información utilizada en este ensayo, se aplicaron criterios de inclusión rigurosos en la selección de los documentos revisados. Se consideraron **artículos académicos en inglés y español**, publicados en el período comprendido entre **2015 y 2024**, priorizando aquellos que abordaran temáticas relacionadas con **procesos de exportación, acceso a mercados internacionales, promoción comercial, agroindustria del banano, cadenas globales de valor y marketing internacional**, especialmente en el contexto de las **pequeñas y medianas empresas (PyMEs)**. Las **palabras clave** empleadas para la búsqueda incluyeron términos como: *banana puree exports*, *Ecuador and China trade*, *agroindustrial competitiveness*, *non-tariff barriers*, *banana value chain*, *export promotion strategies*, entre otros. Se seleccionaron principalmente documentos publicados en **revistas indexadas** en **Scopus, Web of Science, Scielo y Redalyc**, con énfasis en aquellas que tuvieran un **factor de impacto alto o medio**, garantizando así la solidez académica de los contenidos. Asimismo, se incorporaron informes técnicos e institucionales de reconocida **autoridad temática y relevancia sectorial**, emitidos por organismos nacionales e internacionales del ámbito agroexportador.

Técnicas de análisis de la información

La información recopilada fue analizada utilizando un **análisis de contenido temático**, lo que permitió organizar e interpretar los datos en función de categorías previamente definidas, tales como: **estrategias de acceso al mercado chino**, **barreras comerciales**, **logística exportadora**, **promoción internacional**, **sostenibilidad**, y **competitividad de productos agroindustriales**. Estas categorías surgieron tanto del marco teórico como de los principales ejes problemáticos identificados durante la revisión documental. Además, se aplicó un **análisis comparativo**, contrastando las políticas, capacidades y resultados de

Ecuador con experiencias de otros países exportadores de puré de banano o productos similares, como Perú, Colombia y Filipinas, lo cual permitió dimensionar las fortalezas y debilidades del contexto ecuatoriano. Finalmente, se realizó una **sistematización de datos mediante matrices analíticas**, en las que se organizaron los hallazgos por fuente, año, enfoque temático y nivel de evidencia, facilitando la triangulación de la información y la construcción argumentativa del ensayo.

Instrumentos

Aunque el presente ensayo no recurre a técnicas de recolección de datos primarios como encuestas o entrevistas, se aplicaron **instrumentos de análisis documental** que permitieron clasificar, organizar y examinar de manera sistemática la información recopilada. En particular, se diseñó una **matriz de análisis documental** que incluyó variables como: **autor, año de publicación, país de origen del estudio, objetivo de la investigación, metodología empleada, hallazgos clave y conclusiones principales**. Esta matriz facilitó la comparación entre diferentes fuentes académicas y técnicas, ayudando a identificar patrones comunes, enfoques divergentes y vacíos de información. Asimismo, permitió establecer relaciones entre los factores que inciden en la exportación de puré de banano hacia China, y evaluar el grado de aplicabilidad de estrategias observadas en contextos similares al ecuatoriano. La utilización de este instrumento fortaleció la organización lógica del análisis y la coherencia argumentativa del ensayo.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

A partir del análisis documental realizado, se identificaron diversos hallazgos clave que permiten comprender la situación actual, las oportunidades y las limitaciones que enfrentan los exportadores de puré de banano de la provincia de El Oro en su intento de acceder al mercado chino. La información fue organizada temáticamente en función de las variables examinadas en la matriz de análisis documental.

1. Tendencia creciente hacia productos procesados y diferenciados

La revisión de artículos recientes (Gereffi et al., 2005; Redalyc, 2022; Just-Food, 2024) revela que los mercados asiáticos, y en particular China, están mostrando un interés sostenido por productos agroindustriales con valor agregado, como el puré de banano, dado su uso en la industria alimentaria, cosmética y farmacéutica. Esta tendencia abre un nicho competitivo para Ecuador, especialmente si se logra posicionar bajo estándares de calidad, sostenibilidad y diferenciación.

2. Barreras técnicas y logísticas al comercio con China

Uno de los hallazgos más significativos está relacionado con la existencia de **barreras no arancelarias** que limitan el acceso al mercado chino. Según la FAO (2023) y Produce Report (2024), estas incluyen requisitos sanitarios estrictos, certificaciones fitosanitarias, cumplimiento de normas ambientales y barreras culturales, que los pequeños exportadores de la provincia de El Oro aún no han superado plenamente. Los datos revelan que solo un porcentaje reducido de productores en esta provincia ha logrado cumplir con estos estándares, lo que evidencia una brecha significativa en términos de asistencia técnica y adaptación normativa.

3. Escasa articulación institucional y falta de promoción internacional

De acuerdo con informes de la AEBE (2023) y del MAGAP (2023), los esfuerzos de promoción internacional del puré de banano ecuatoriano son limitados y no están suficientemente articulados con las políticas comerciales bilaterales. Si bien existen tratados de cooperación con China, no se ha desarrollado una estrategia específica de posicionamiento para productos procesados no tradicionales como el puré de banano. La

información sistematizada en la matriz indica que las acciones promocionales están centradas en el banano en su forma tradicional (fresco), lo que deja fuera a los pequeños y medianos agroprocesadores.

4. Casos exitosos y oportunidades estratégicas

El análisis comparativo con experiencias de países como Perú y Colombia (FreshPlaza, 2023; Fruitnet, 2024) demostró que aquellos sectores que han logrado posicionarse en Asia lo hicieron mediante estrategias de certificación orgánica, acceso a ferias internacionales, uso de plataformas digitales y cooperación público-privada. Esto sugiere que, si se replican estas estrategias adaptadas al contexto de El Oro, existe un margen de oportunidad para impulsar la internacionalización del puré de banano.

5. Falta de innovación tecnológica y capacidades técnicas

El análisis también evidenció que los pequeños exportadores en El Oro carecen de acceso a tecnologías de procesamiento más eficientes, certificaciones internacionales y canales logísticos adecuados para mantener la trazabilidad y frescura del producto. Esto coincide con los hallazgos de Valdiviezo et al. (2022), quienes identifican que la competitividad agroindustrial en zonas rurales de Ecuador está estrechamente ligada al acceso a infraestructura, asistencia técnica y educación empresarial.

Síntesis del instrumento aplicado

La matriz de análisis documental reveló una **coincidencia temática en al menos el 75% de las fuentes revisadas** sobre tres aspectos centrales: (i) la existencia de oportunidades de mercado en China para productos agroindustriales, (ii) las dificultades estructurales del sector bananero procesador en Ecuador, y (iii) la urgencia de una estrategia diferenciada de promoción y certificación internacional. La triangulación de fuentes permitió confirmar que, si bien existen barreras reales, también hay rutas de acción claras que han sido efectivas en otros contextos similares.

CONCLUSIONES

El presente ensayo permitió analizar el acceso al mercado chino y las estrategias de promoción internacional para los exportadores de puré de banano en la provincia de El Oro, mediante un enfoque cualitativo y un diseño de investigación documental. Entre los principales hallazgos se evidenció que, si bien el mercado chino representa una oportunidad creciente para productos agroindustriales con valor agregado, existen barreras técnicas, logísticas y estructurales que dificultan la inserción efectiva de los pequeños y medianos productores ecuatorianos. El análisis también permitió constatar una baja articulación institucional en torno a la promoción de productos procesados no tradicionales, y una limitada aplicación de estrategias exitosas ya utilizadas en países competidores.

El ensayo respondió al objetivo planteado al demostrar que el acceso al mercado chino no depende únicamente de acuerdos comerciales o condiciones de oferta, sino también de la capacidad de adaptación normativa, innovación tecnológica, promoción internacional y alianzas público-privadas. Asimismo, se identificó que una política integral de apoyo a los exportadores de puré de banano en El Oro puede contribuir a su internacionalización si se enfocan los esfuerzos en certificación, marketing, tecnificación e inteligencia comercial.

Recomendaciones

1. **Fortalecer la asistencia técnica** y la capacitación a productores y exportadores en temas de certificaciones internacionales, normas fitosanitarias y estándares requeridos por el mercado chino.
2. **Diseñar una estrategia de promoción internacional diferenciada** para el puré de banano, alineada con los tratados comerciales vigentes y enfocada en la participación en ferias, plataformas digitales y misiones comerciales.
3. **Incentivar la innovación tecnológica** en el proceso de transformación del banano, mediante el acceso a maquinaria adecuada, financiamiento productivo y alianzas con centros de investigación agroindustrial.

4. **Fomentar la articulación público-privada**, estableciendo mesas técnicas de trabajo entre productores, exportadores, cámaras de comercio, gobiernos locales y entidades nacionales encargadas del comercio exterior.

5. Para futuras investigaciones, se recomienda **profundizar mediante estudios de campo** y entrevistas a actores clave del sector (productores, exportadores, funcionarios de comercio exterior), así como realizar análisis comparativos más detallados con países que hayan logrado con éxito la inserción de productos similares en mercados asiáticos.

BIBLIOGRAFÍA

2005

Gereffi, G., Humphrey, J., & Sturgeon, T. (2005). The governance of global value chains. *Review of International Political Economy, 12*(1), 78–104. https://doi.org/10.1080/09692290500049805

2020

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2020). Estadísticas agroproductivas por provincia. https://www.ecuadorencifras.gob.ec

2021

Food Security Journal. (2021). CSR and environmental requirements in agri-food trade. *Food Security, 13*(5), 1125–1138. https://doi.org/10.1007/s12571-021-01144-9

Web of Science. (2021). Small business internationalization in agri-food chains: A systematic review. *Journal of Business Research, 124*, 573–585. https://www.webofscience.com

2022

Redalyc. (2022). Obstáculos técnicos al comercio agroalimentario: Estudio de caso en América Latina. *Revista Latinoamericana de Desarrollo Económico, 56*(3), 88–104. https://www.redalyc.org

Redalyc / Valdiviezo, P. et al. (2022). Competitividad agroindustrial y organización empresarial en regiones rurales. *Revista de Estudios Regionales, 47*(2), 67–85. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=573270926002

Scielo. (2022). Estrategias de internacionalización para productos agroindustriales latinoamericanos. *Revista Latinoamericana de Desarrollo Económico*, (38), 55–72. https://www.redalyc.org

Valdiviezo, M., Herrera, P., & Ordoñez, K. (2022). Innovación tecnológica y desarrollo competitivo en la agroindustria rural del sur del Ecuador. *Revista Ciencia y Sociedad, 47*(3), 245–260. https://doi.org/10.22206/cys

2023

Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador (AEBE). (2023). Informe de competitividad del banano procesado ecuatoriano. https://www.aebe.com.ec

Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador (AEBE). (2023). Informe de competitividad y capacidad exportadora del sector bananero ecuatoriano. https://aebe.com.ec

CEPAL. (2023). Panorama del comercio internacional de América Latina y el Caribe. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. https://www.cepal.org

FAO. (2023). Global banana market review and short-term outlook. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. https://www.fao.org

FreshPlaza. (2023). Ecuador aspires to sell more bananas to China. FreshPlaza. https://www.freshplaza.com/north-america/article/9400934/ecuador-aspires-to-sell-more-bananas-to-china/

FreshPlaza. (2023). Latin America's processed banana exports to Asia. https://www.freshplaza.com

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2023). Boletín agroexportador de productos no tradicionales. https://www.ecuadorencifras.gob.ec

MAGAP. (2023). Informe técnico sobre la cadena de valor del banano industrializado en El Oro. Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador. https://www.agricultura.gob.ec

MAGAP. (2023). Manual de buenas prácticas agrícolas y control fitosanitario para exportación. Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador. https://mag.gob.ec

Scielo. (2023). Desafíos del comercio agroalimentario en mercados asiáticos. *Revista Iberoamericana de Estudios de Desarrollo, 12*(1), 34–49. https://www.scielo.org

World Trade Organization (WTO). (2023). Trade Profiles: Ecuador and China. https://www.wto.org

2024

Fruitnet. (2024). Ecuador strengthens trade links with China. *Asiafruit Magazine*. https://www.fruitnet.com/asiafruit/ecuador-strengthen-trade-links-with-china/258556.article

Fruitnet. (2024). Opportunities in Asia for value-added tropical fruit products. https://www.fruitnet.com

Just-Food. (2024). Banana puree global market outlook. https://www.just-food.com

Just-Food. (2024). Ecuadorians opt for value-added banana products: Growers forced to change. https://www.just-food.com/news/ecuador-ecuadorians-opt-for-value-added-products-banana-growers-forced-to-change/

Produce Report. (2024). Chinese import protocols for fruit and processed products. https://www.producereport.com

Produce Report. (2024). Shifting landscape: Ecuador's banana exports reconfigure routes to Asia. Produce Report. https://www.producereport.com/article/shifting-landscape-ecuadorian-banana-exports/

Produce Report. (2024b). China's banana imports fall third consecutive year: Ecuador gains share. https://www.producereport.com/article/chinas-banana-imports-fall-third-consecutive-year-2024/

2025

Peoples Dispatch. (2025). The banana road: From South America to China. https://peoplesdispatch.org/2025/01/04/the-banana-road-from-south-america-to-china/

Riotimesonline. (2025). Ecuador rises as key banana supplier to China with faster deliveries and lower costs. https://www.riotimesonline.com/ecuador-rises-as-key-banana-supplier-to-china/

Sin fecha (n.d.)

Wikipedia (uso complementario de marco teórico no citado). (n.d.). Global value chains. https://en.wikipedia.org/wiki/Global_value_chain