



# POSGRADOS

Maestría en

## COMERCIO EXTERIOR Y GESTIÓN LOGÍSTICA

RPC-SO-33-NO.762-2021

Opción de Titulación:

Artículos profesionales de alto nivel

Tema:

Evaluación del impacto económico y comercial en el mercado ecuatoriano generado por la exportación del producto Snacks a base de banano (Chifles P.A: 2008.99.90.009) al mercado de EE.UU. en el periodo 2020-2024 y su proyección para los próximos cinco años.

Autor(es)

Jorge Israel Abarca Tandazo

Director:

Nelson Cley Peralta Quishpe M.B.A.

QUITO – Ecuador

2025

**Autor(es):**



**Jorge Israel Abarca Tandazo**  
Ingeniero en Comercio Exterior, Integración y Aduanas  
Candidato a Magíster en Comercio Exterior y Gestión Logística por  
la Universidad Politécnica Salesiana – Sede Quito.  
jabarcat1@est.ups.edu.ec

**Dirigido por:**



**Nelson Cley Peralta Quishpe**  
Ingeniero  
M.B.A.  
nperalta@ups.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos e investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

DERECHOS RESERVADOS

2025 © Universidad Politécnica Salesiana.

QUITO– ECUADOR – SUDAMÉRICA

**Jorge Israel Abarca Tandazo**

***Evaluación del impacto económico y comercial en el mercado ecuatoriano generado por la exportación del producto Snacks a base de banana (Chifles P.A: 2008.99.90.00) al mercado de EE.UU. en el periodo 2020-2024 y su proyección para los próximos cinco años.***

## **DEDICATORIA**

A mis Padres pues gracias a su apoyo, esfuerzo y ejemplo han incentivado a que cada meta propuesta en mi vida sea completada, ya que con su cariño han sido refugio en días difíciles e impulso para avanzar en este proceso. Este artículo profesional es fruto de su apoyo constante, de sus sabios consejos y sobre todo el amor incondicional que me dan.

Siempre los tengo presentes en cada sueño y meta cumplida.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero dejar por escrito mi sentimiento de agradecimiento a todas las personas que de una u otra manera formaron parte y me impulsaron al logro de esta etapa profesional de mi vida.

Agradezco a mis Padres por haber sembrado en mí, valores importantes para el crecimiento en mi formación, por todo su apoyo y amor que me dan.

A mis amigos que fueron los que incentivaron este peldaño más en mi vida.

A la Universidad Politécnica Salesiana por todos los conocimientos, experiencias y sobre todo por permitirme finalizar una etapa importante en mi formación profesional.

A todas las personas que me apoyaron en esta etapa, les agradezco de todo corazón.

# Tabla de Contenido

Resumen .....	6
Abstract .....	7
1. Introducción .....	8
2. Determinación del Problema.....	10
3. Marco teórico referencial.....	12
3.1 PRODUCCIÓN DE BANANO EN ECUADOR PARA EXPORTACION .....	12
3.2 EXPORTACIONES NO PETROLERAS EN ECUADOR .....	12
3.2.1 Participación del Sector Banano y plátano en las exportaciones del 2020 al 2024. 15	
3.3 PRODUCCION DE SNACKS A BASE DE BANANO (CHIFLES) EN ECUADOR.....	16
3.4 EXPORTACIÓN DE SNACKS A BASE DE BANANO (CHIFLES) EN EL ECUADOR. 16	
3.4.1 Consumo de Snack a base de Banano en EE.UU. ....	18
3.5 IMPACTO ECONÓMICO Y COMERCIAL EN LA EXPORTACIÓN DE SNACKS A BASE DE BANANO (CHIFLES) EN EL ECUADOR.....	19
3.5.1 BALANZA COMERCIAL: Exportaciones no petroleras del 2020 al 2024 . 20	
3.5.2 Barreras para le exportación de productos derivados de banano de Ecuador a EE.UU. ....	23
3.6 Impacto del comercio internacional en la economía del Ecuador.....	24
4. Materiales y metodología.....	26
5. Resultados y discusión.....	30
5.1. RESULTADOS.....	30
5.2. DISCUSIÓN .....	40
6. Conclusiones.....	42
Referencias .....	44

Evaluación del impacto económico y comercial en el mercado ecuatoriano generado por la exportación del producto snacks a base de banano (chifles p.a.: 2008.99.90.00) al mercado de EE.UU. en el periodo 2020-2024 y su proyección para los próximos 5 años

Autor(es):

Jorge Israel Abarca Tandazo

## Resumen

---

El crecimiento de productos como el banano en las exportaciones y sus derivados ha tenido una acogida bastante positiva en el mercado internacional impulsando el desarrollo de los sectores que se dedican a su elaboración, para este caso de estudio se plantea como objetivo determinar el impacto económico y comercial en el mercado ecuatoriano generado por la exportación del producto Snacks a base de banano (chifles) a EE. UU. realizadas entre el 2020 al 2024. Este artículo se desarrolla basado en un enfoque de investigación cualitativo mediante el diseño descriptivo documental no experimental con la utilización de instrumentos como la entrevista para conocer la realidad de los productores que se dedican a esta actividad, así también se recopiló información de estudios, informes y documentos oficiales que contengan información que aporte a este trabajo investigativo. Los resultados demuestran que en últimos 5 años si ha existido un incremento en las exportaciones a mercados como EE.UU., Europa y Asia, sin embargo, los documentos oficiales no detallan datos de esta actividad, que debería ser incluido en las exportaciones no petroleras como elaborados de banano, así también, se destaca que esta actividad ha generado de nuevas fuentes de empleo, apertura de nuevos mercados internacionales, reconocimiento del producto como un snack nutritivo y saludable, sin embargo, existen barreras que deben enfrentar los exportadores como capacitaciones, inversión en infraestructura, acuerdos comerciales y políticas arancelarias, financiamiento e incentivos comerciales. Se pudo observar mediante el análisis estadístico que la apertura comercial y las políticas económicas para el mercado ecuatoriano en la producción de snacks chifles, generan un impacto directo en el crecimiento económico del Ecuador, por lo que se considera de gran importancia brindar apoyo a los sectores que se dedican a su producción y comercialización.

**Palabras clave:** Snacks a base de banano, exportaciones, apertura comercial, crecimiento económico, barreras, mercado internacional.

## Abstract

---

The growth in exports of products such as bananas and their derivatives has been quite positively received in the international market, driving the development of the sectors dedicated to their production. This study aims to determine the economic and commercial impact on the Ecuadorian market generated by the export of banana-based snacks (chifles) to the United States between 2020 and 2024. This article is developed based on a qualitative research approach with a non-experimental descriptive documentary design, using instruments such as interviews to understand the reality of producers dedicated to this activity. Information was also collected from studies, reports, and official documents that contain data contributing to this research. The results indicate that over the past five years, exports have increased to markets such as the United States, Europe, and Asia. However, official documents do not provide detailed data on this activity, which should be included in non-oil exports such as processed bananas. It is also highlighted that this activity has generated new sources of employment, opened new international markets, and recognized the product as a nutritious and healthy snack. Exporters encounter significant barriers, including insufficient training, limited investment in infrastructure, restrictive trade agreements and tariff policies, inadequate financing, and a lack of trade incentives. Statistical analysis indicates that trade liberalization and economic policies affecting the Ecuadorian market for banana-based snacks (chifles) directly influence national economic growth. Consequently, targeted support for sectors engaged in this industry is essential.

**Palabras clave:**

Banana-based snacks, exports, trade liberalization, economic growth, barriers, and the international market.

# 1. Introducción

Las exportaciones en el Ecuador principalmente la del banano es una de las más importantes debido a que su impacto económico y comercial se ha tornado en un incremento en los últimos cinco años, según detalla el MPCEIP el banano orgánico ecuatoriano lidera la lista de productos exportados, le sigue el cacao y la quinua orgánica. Además de la Unión Europea los productos orgánicos ecuatorianos llegan a otros mercados como: Estados Unidos, Japón, China, Noruega y Emiratos Árabes, entre los más relevantes (Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca, MPCEIP, 2025) .

Siendo el banano cultivado en varias provincias del país es una fuente de crecimiento económico sustentable y comercial, generando nuevas fuentes de empleo para las familias que se dediquen a esta actividad. El MPCEIP señala que las hectáreas de banano orgánico a nivel nacional crecieron en un total de 22.616 hectáreas, que se producen en: Guayas, El Oro, Santa Elena, Los Ríos, Santo Domingo de los Tsáchilas, Azuay, Esmeraldas, Cotopaxi, Cañar y Pichincha (MPCEIP, 2025).

A partir de la producción de banano nace la idea de comercializar derivados de este producto como son los snacks, siendo bien aceptados en mercados internacionales, (Villón, 2021) menciona que las exportaciones de verde en snack alcanzaron 28.000 toneladas en el 2020. En los primeros 5 meses del 2021 se exportaron 16.000 toneladas, siendo el 44 % más en ingresos comparado con el periodo del 2020, según datos del Ministerio de Producción. (Villón, 2021) También de acuerdo con datos del INEC (2023) las exportaciones de los emprendedores en el año 2022 fueron de 2.392 toneladas en comparación del año 2021 que fue de 1.904 toneladas. (Carrion & Salcedo, 2023) esto indica que cada año las exportaciones de snacks de banano han logrado un incremento significativo tanto en empresas que desarrollan esta actividad como en emprendedores que han empezado a introducirlos a mercados internacionales.

En el contorno del comercio exterior, no contar con acuerdos comerciales y barreras arancelarias limita el acceso a nuevos mercados, lo que representa un desafío importante para quienes se dedican a las exportaciones. Un artículo publicado por

(Realidadeconomica.es, 2024) menciona que la diversificación de los mercados de exportación y la búsqueda de nuevos socios comerciales pueden ofrecer oportunidades de desarrollo en el comercio exterior de Ecuador así como adoptar mayor infraestructura logística y mejorar los procesos aduaneros son aspectos importantes para esta actividad, además, el comercio internacional ofrece a las empresas del Ecuador la oportunidad de implementar recursos y tecnologías innovadoras que no estén disponibles en el país. Mediante esto las empresas pueden mejorar su capacidad de producción, bajar costos y aumentar la calidad de sus productos, lo que les permitirá competir más efectivamente en el mercado mundial.

A pesar de que no existen muchos datos sobre el impacto en la economía del país que ha generado el Snacks a base de banano (chifles) y de los procesos comerciales que se han implementado para la exportación, en este artículo se realizará un análisis en base a estudios, informes, documentos oficiales, entre otros, que permita conocer el comportamiento del crecimiento comercial en el mercado internacional y el impacto económico en el país que ha tenido su exportación entre los años del 2020 al 2024 con la finalidad de que esta información sirva de referencia a empresas y pequeños productores para que puedan tomar decisiones que permitan potenciarlo en el mercado, cumpliendo con las normas y reglamentos para la exportación, así también aportará a que el Estado ecuatoriano impulse la exportación lanzando incentivos y firmando acuerdos que sean de apoyo a sus productores y comercializadores.

En base a lo expuesto anteriormente y dando cumplimiento al objetivo general planteado en este artículo, se determinará el impacto económico y comercial generado por las exportaciones del producto Snacks a base de banano (chifles) a EE. UU. realizadas entre el periodo 2020 al 2024 que nos permitirá generar una proyección para el 2025.

## 2. Determinación del Problema

De acuerdo con (Andrade, 2016) el Ecuador es considerado uno de los mayores exportadores de Plátano, y dado el alcance de las nuevas oportunidades comerciales que se han ido presentado, ha encontrado nuevos mercados donde puede darse a conocer los Snacks a base de banano (chifles). Es así que se ha identificado que la apertura comercial impulsa a que las empresas y emprendedores busquen nuevas oportunidades en mercados no tradicionales, una de las metas a conseguir es llegar con el Snacks a base de banano (chifles) a introducirse en mercados como EE.UU., para esto es importante conocer los requerimientos, medidas y procesos que se deben cumplir para que las empresas dedicadas a esta actividad puedan alcanzar nuevos nichos de mercado.

Según un artículo publicado por Forbes una de las primeras empresas que apertura las exportaciones de chifles a EEUU en el 2020 logro ventas por US\$ 80.000. El 2024 exportaron ocho contenedores que les genero una venta de US\$ 200.000". (Rosales Andrade, 2024). En este caso puntual se puede evidenciar la evolución que sostiene en el transcurso de estos 4 años tomando en consideración que dos de estos años el comercio mundial se encontraba recuperándose de la pandemia por lo que es importante determinar todas las oportunidades y barreras que puede tener para su exportación.

Sin embargo determinar el impacto económico y comercial ha sostenido este producto en los últimos cinco años es complicado pues no hay levantamiento de información por fuentes oficiales como por ejemplo Pro Ecuador, INEN, Banco Central, entre otros, que permitan a los productores pequeños y grandes proyectar datos estimados para años futuros, considerando que el mercado internacional es extenso y sus comportamientos de compra difieren de acuerdo a la oferta y la demanda de cada país, acuerdos internacionales, políticas arancelarias y más requisitos que los exportadores deben cumplir.

(León, Arcaya, Barbotó, & Bermeo, 2020) en su estudio mencionan que uno de los caminos para impulsar el crecimiento económico de un país se basa en aspectos como: regulaciones de precios, principalmente en los productos de libre entrada o

importados, permitiendo obtener beneficios mutuos que demuestran al resto del mundo que exportar es ofrecer productos de calidad con economías de escala en mercados globalizados. (León, Arcaya, Barbotó, & Bermeo, 2020)

La exportación de Snacks a base de banano (chifles) a EE. UU. ¿Ha generado crecimiento económico y comercial en la economía del Ecuador entre el periodo 2020 al 2024?

## 3. Marco teórico referencial

### 3.1 PRODUCCIÓN DE BANANO EN ECUADOR PARA EXPORTACION

El banano a nivel mundial es uno de los principales productos agrícolas, (León, Espinosa, Carvajal, & Quezada, 2023) mencionan que los países con mayor exportación en la última década son Ecuador, Filipinas y Costa Rica, mientras que los países importadores son Estados Unidos, Alemania y Bélgica. Los principales aspectos para concretar relaciones comerciales en relación al banano son el aporte nutricional y la capacidad de producción durante todo el año, su nivel de accesibilidad permite la producción a escala reduciendo costos de producción y con ello que la fruta se comercialice a valores acordes en los países consumidores. Siendo Ecuador el primer exportador mundial de banano, posee una gran cantidad de hectáreas cultivadas para exportación, pero se evidencia una menor cantidad de productividad en relación a países como Colombia, Costa Rica, Guatemala y Filipinas, pese a eso, debido a la cantidad de hectáreas cultivadas es el mayor productor en el mundo (Suárez, 2019). (León, Espinosa, Carvajal, & Quezada, 2023).

(Quevedo, Valarezo, Prado, & Renteria, 2024) en su estudio realizado mencionan que para Ecuador la producción de banano representa una gran oportunidad económica, social y comercial misma que se ha venido evidenciando con el pasar de los años, debido que ha ido aumentando su rendimiento en este sector fortaleciendo su productividad, pese a esto muchos productores no cuentan con el financiamiento apropiado para continuar creciendo en el mercado, sin embargo el banano continúa conservando un puesto importante dentro del volumen de exportación de productos ecuatorianos. (Quevedo, Valarezo, Prado, & Renteria, 2024).

### 3.2 EXPORTACIONES NO PETROLERAS EN ECUADOR

El informe emitido por (Banco Central del Ecuador, 2025) en el cuarto trimestre de 2024, indica que las exportaciones no petroleras lograron alcanzar un total de USD

6.823,2 millones, reflejando un incremento trimestral del 12,5%. Este resultado favorable se atribuye a un doble efecto, tanto un aumento del volumen de carga enviado al exterior (9,3%), así como una mejor valoración a la oferta exportable, con mayores valores unitarios en 3,0%. A nivel interanual, se observó una dinámica similar, con un incremento en el valor exportado en 25,4%, fruto de mejores valores unitarios (14,5%), y aumento del volumen exportado (9,4%)

Figura 1

Exportaciones no Petroleras del Ecuador 2023-2024

En millones de USD FOB, miles de TM y valor unitario. 2023.IV – 2024.IV

	2023.IV	2024.I	2024.II	2024.III	2024.IV	Variación (%)	
						t/t-1	t/t-4
<b>Exportaciones No Petroleras</b>							
Valor (millones de USD)	5.442,5	5.558,4	6.404,1	6.062,8	6.823,2	12,5%	25,4%
Volumen (miles de TM)	3.051,0	3.144,6	3.069,5	3.055,5	3.339,2	9,3%	9,4%
Valor unitario (USD/TM)	1.783,8	1.767,6	2.086,4	1.984,3	2.043,3	3,0%	14,5%
<b>Exportaciones Tradicionales</b>							
Valor (millones de USD)	3.171,0	3.170,6	3.829,8	3.614,2	4.312,0	19,3%	36,0%
Volumen (miles de TM)	1.993,9	2.105,9	2.027,8	1.979,5	2.205,7	11,4%	10,6%
Valor unitario (USD/TM)	1.590,3	1.505,6	1.888,6	1.825,8	1.954,9	7,1%	22,9%
<b>Exportaciones No Tradicionales</b>							
Valor (millones de USD)	2.271,5	2.387,9	2.574,3	2.448,6	2.511,3	2,6%	10,6%
Volumen (miles de TM)	1.057,1	1.038,7	1.041,7	1.075,9	1.133,5	5,4%	7,2%
Valor unitario (USD/TM)	2.148,8	2.298,9	2.471,3	2.275,8	2.215,5	-2,7%	3,1%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Nota: BCE -Boletín analítico trimestral de comercio exterior 2024

En la evolución comercial de los productos tradicionales durante el período de análisis, vale destacar lo siguiente:

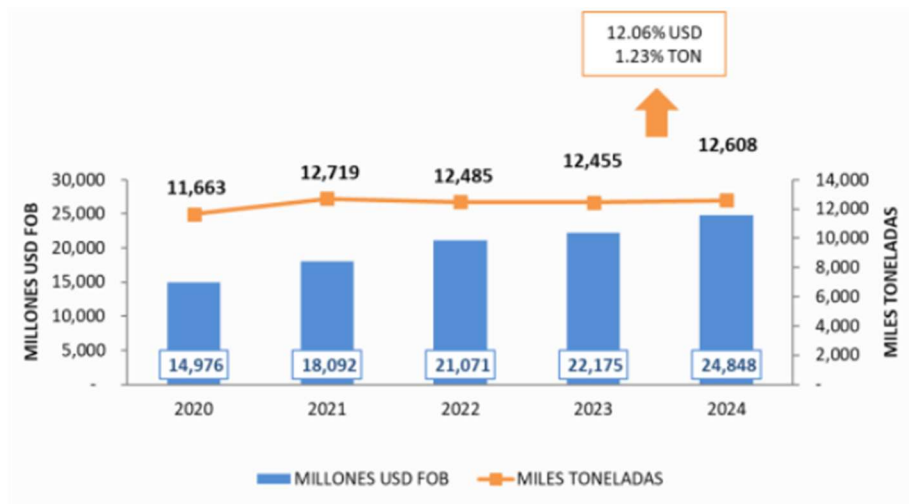
**Banano y plátano.** - en el cuarto trimestre de 2024, el valor exportado fue de USD 1.002,8 millones y 1.715,9 miles de TM, mostrando un incremento trimestral en el valor (11,0%) y en el volumen exportado (10,8%). Este crecimiento se explica por el factor estacional de la fruta, ya que el cuarto trimestre es de mayor exportación comparado con el trimestre previo. Además, el desempeño observado en el último período se debe al incremento en la demanda internacional, principalmente de Rusia (aumento de 33,6% en volumen), seguido por EE. UU. (6,4%) y Argentina (21,7%),

Según datos presentador por Pro Ecuador en su informe del 2023-2024 en los datos obtenidos del BCE indica que las exportaciones no petroleras han tenido un

crecimiento del 12.06%, equivalente USD 2,674 millones más en el 2024, como se muestra en el siguiente gráfico:

Figura 2

Crecimiento de exportaciones no petroleras 2024



Nota: Pro Ecuador-BCE Monitoreo de Comercio Exterior 2023-2024

Dentro de las exportaciones no petroleras tenemos al sector de banano y plátano que ocupa el segundo lugar entre las principales exportaciones del país con una participación del 15,4%, como se puede visualizar en el gráfico.

Figura 3

Principales Sectores de las Exportaciones No Petroleras 2023-2024



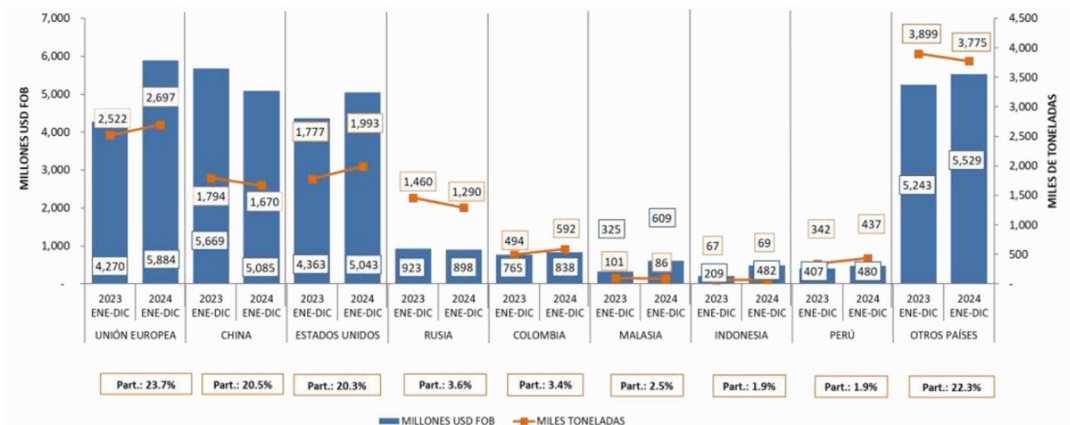
Nota: Pro Ecuador Banco Central del Ecuador

Entre los principales destinos de Ecuador para las exportaciones no petroleras tenemos a la UE con una participación del 23.7%, seguido de China con el 20.5% y

EE.UU. que su participación es del 20,3% que son quienes más producto ecuatoriano reciben para la comercialización dentro de los mercados internacionales.

Figura 4

Principales destinos de exportaciones no petroleras 2023-2024



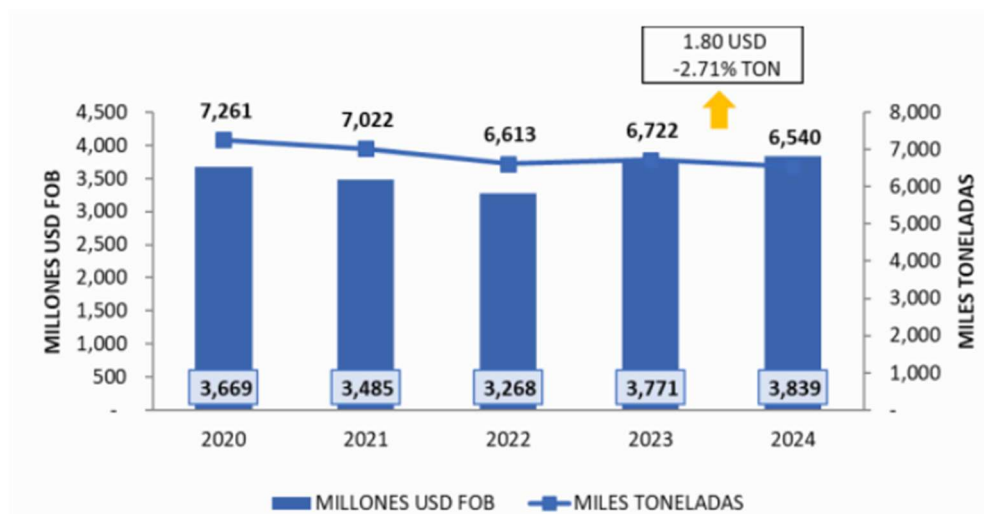
Nota: Pro Ecuador – Banco Central del Ecuador

### 3.2.1 Participación del Sector Banano y plátano en las exportaciones del 2020 al 2024.

En este sector encontramos como principales productos: bananas frescas tipos Cavendish, Banano fresco tipo Cavendish orgánico certificado y Plátano fresco que han tenido como principales destinos de exportación a Rusia con el 17.3%, Estados Unidos el 16.8%, Países Bajos con el 8.0%, Arabia Saudita que recibe el 4.5% y Turquía con el 4.1% de participación en las exportaciones.

Figura 5

Participación de exportación de banano y plátano 2020-2024



Nota: Pro Ecuador – Banco Central del Ecuador

### 3.3 PRODUCCION DE SNACKS A BASE DE BANANO (CHIFLES) EN ECUADOR

Ecuador últimos años viene experimentando una tendencia al incremento del consumo de plátano como alimento elaborado en formato de snack (chifles). El aumento de la demanda se ha observado a nivel nacional e internacional, es por esto que se vienen estableciendo varios emprendimientos dedicados a esta actividad, algunos ya cuentan con marcas patentadas y otros son de producción artesanal, que tienen una gran aceptación en el consumidor local y regional. (Tacuri, Vivas, López, & González, 2022) La industria del snack ha logrado tener un buen desarrollo debido al valor adicional que les han dado a sus productos, como, el plátano que se convierte en “chifles”, siendo natural y nutritivo de consumo masivo para todas las edades, que se comercializa a un precio asequible y su producción es económica (Mora Suárez, 2020). Los autores hacen referencia que la demanda de chifle está apoyada principalmente al ser productos alimenticios de costo bajo. (Tacuri, Vivas, López, & González, 2022)

Un artículo de (Extra.ec, 2024) indica que los chifles son elaborados de una de las variedades más reconocidas en Ecuador a partir del plátano verde barraganete, que se distinguen por ser fuente natural fibra y almidón, aportando bajos niveles de azúcar, su elaboración es de forma artesanal: el plátano se corta en rodajas finas que son fritas en aceite vegetal, sin conservantes ni aditivos químicos, lo que garantiza un producto saludable, natural y de calidad.

### 3.4 EXPORTACIÓN DE SNACKS A BASE DE BANANO (CHIFLES) EN EL ECUADOR.

En los últimos años el mercado nacional de snacks de banano ha incrementado con la aparición de nuevos competidores, quienes han abierto nuevos nichos de mercado en países extranjeros. La exportación de snacks de banano verde en el 2020 ha alcanzado los \$ 67 millones, en 28.000 toneladas exportadas. Registrando un crecimiento en los ingresos del 1,51 %, en comparación con el 2019 registra una leve baja del (-3,44 %) en volumen. (Manabi Noticias, 2021)

Según (Vistazo, 2022) en el extranjero existe una alta demanda de los snacks producidos en el Ecuador por ser de excelente calidad principalmente por su materia prima que es base de su producción siendo mundialmente reconocidos y bastante apetecida, como el plátano.

Datos del Banco Central del Ecuador, indican que las exportaciones de snacks a base de banano (chifles), en el 2021 fueron de 73,8 millones de dólares. Y en lo que va del presente año este rubro va alcanzó los 34.7 millones de dólares de enero a junio. (Vistazo, 2022)

Esta categoría de productos tiene presencia internacional que ha alcanzado en 2022 mercados europeos como EEUU, Reino Unido, Alemania, España, Italia, Francia, Australia, Países Bajos, entre otros, bajo el respaldo del distribuidor Goya, mientras que las marcas Tortolines de Inalecsa tiene presencia en Portugal.

Según la información obtenida por (Cedeño & Heredia, 2023) en el año 2022, las exportaciones a nivel mundial de snack chifle ecuatoriano en diferentes presentaciones, fue aproximadamente de 43225 toneladas, siendo Estados Unidos el mercado que abarca el 65%, los otros 35% están distribuidos entre la Unión Europea (Alemania, Países Bajos, Bélgica) y Chile, según indica el Servicio Nacional Aduanero del Ecuador (SENAE) y el Ministerio de Producción Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP) en base a la declaratoria de los exportadores al momento de enviar sus productos. Aunque su impacto no es muy relevante al PIB, es de consumo masivo en los mercados destino.

(Saltos, 2024) en un artículo publicado por Forbes menciona que Ecuador exportó 31.217 toneladas de plátano procesado entre enero y septiembre de 2024, en donde se destacan masas precocidas y los snacks natural, dulce, salado, mixto, picante, con limón que demandan los consumidores. Esto equivale a US\$ 88,92 millones.

El principal que país al que se realizó envíos de plátano procesado es Estados Unidos con el 66% de las exportaciones seguido de Puerto Rico con el 15%. También se destaca la llegada del producto ecuatoriano al continente americano como Canadá, Chile, Jamaica, Perú, Bahamas. De acuerdo con un análisis realizado al mercado estadounidense el interés por el consumo de los snacks de banano chifles ha crecido por tres escenarios importantes como la migración, el confinamiento en la

pandemia y la tendencia de consumo de productos sanos libres de gluten como los chifles. (Saltos, 2024)

La exportación de Snacks de Plátano Ecuatoriano al Mundo (2022) en toneladas fue de 43,225.45 Cantidades estimadas del total en dólares y toneladas de lo que se exportó por concepto de chifle a nivel mundial. Fuente: SENA/MPCEIP.

### 3.4.1 Consumo de Snack a base de Banano en EE.UU.

La demanda existente de snacks de banano responde a una demanda de países centroamericanos debido al crecimiento demográfico de diversas etnias en Estados Unidos principalmente latinoamericanos y el incremento de sus ingresos. (López, Muchari, Ticona, & Osorio, 2014).

La demanda de los snacks de banano en EE.UU. responde principalmente a los siguientes factores:

**Producto sano:** Alrededor de 130 millones de estadounidenses son diagnosticados con sobrepeso y más del 50% tienen obesidad. Dentro de esta población existen problemas generalizados como enfermedades cardiovasculares, tensión arterial, colesterol, la diabetes entre otras. Por lo que nace su intención de alimentarse de manera más sana. Es aquí donde nace la importancia de que el exportador comunique adecuadamente que su producto es saludable. Pues el consumidor confía que los alimentos frescos y naturales son en general más sanos.

**Seguridad:** El consumidor estadounidense busca productos que les permitan conservar la seguridad alimentaria, mismo que establece rigurosas exigencias del mercado que deben cumplir los distribuidores, esto permite ganar seguridad en el consumidor garantizando calidad y generando confianza en adquirirlos.

**Certificaciones:** Actualmente los consumidores valoran los procesos de fabricación de productos que sean respetuosos con el medio ambiente y que generen el desarrollo social, a más de esto las certificaciones orgánicas y de comercio justo brindan mayor seguridad al consumidor, lo que permite diferenciar los snacks de banano como aptos para su consumo.

**Envases:** La presentación y empaque tiene una importancia relevante ya que deben ser atractivos para el consumidor y permitir su utilización en diversas formas como:

(ready-to eat, envases individuales, que permitan la conservación del producto una vez abierto, etc.).

En el 2024 Estados Unidos se convirtió en el principal destino con una participación del 73,13 %. Se exportaron 32,17 miles de toneladas de plátano procesado. En valor FOB fueron \$ 106,37 millones. (El Universo, 2025)

Ecuador ha crecido en los últimos 5 años significativamente en la exportación de productos procesados de banano según lo indica (El Universo, 2025) en una entrevista realizada al director ejecutivo de ASOEXPLA que del 2020 al 2024 existió un crecimiento exponencial de aproximadamente el 125 % en las exportaciones de plátano procesado hacia los Estados Unidos, pasamos de 14,30 mil toneladas a 32,17 miles de toneladas en el 2024. También se puede señalar que aproximadamente existen más de 30 empresas ecuatorianas exportadoras de plátano procesado hacia Estados Unidos.

### 3.5 IMPACTO ECONÓMICO Y COMERCIAL EN LA EXPORTACIÓN DE SNACKS A BASE DE BANANO (CHIFLES) EN EL ECUADOR.

Según (Aguilar, Hidalgo, & Arias, 2024) La competitividad desarrolla un papel fundamental en el ámbito empresarial, ya que es necesaria para poder enfrentar a rivales posicionados en el mercado exterior, es así que, si las organizaciones se enfocan en establecer estrategias empresariales que vayan alineadas con su misión y visión, lograrán aumentar su rentabilidad a largo plazo, garantizar su estadía en los mercados y, evitar perder tiempo y recursos. La mejor forma de ser exitosos en el ámbito empresarial está relacionada directamente con las capacidades organizacionales que poseen para enfrentarse a competir con el entorno exterior.

Los snacks de banano son considerados una buena opción para incursionar en nuevos mercados internacionales, debido a la versatilidad de este bien en cuanto a su consumo por los componentes nutricionales que abarca, dado que es considerado un alimento saludable y puede ser ingerido a cualquier hora del día. (Aguilar, Hidalgo, & Arias, 2024)

Los snacks son considerados un alimento para todas las edades, puesto que está compuesto generalmente por materia prima natural, garantizando la calidad y su precio. De igual manera Morales (2021), afirma que, debido a las condiciones de salud actuales de la población, la inclinación por snacks elaborados a partir de frutas va en crecimiento, sin embargo, la cultura ecuatoriana no se inclina hacia este tipo de consumo, es por ello que en su mayoría la producción se destina hacia mercados desarrollados. Dicho esto, la comercialización internacional de snacks de banano contribuye en gran parte a la economía ecuatoriana. Es por ello que las empresas deben ajustar bien sus procesos garantizando la seguridad e inocuidad de los productos, además de asegurar la ganancia de la misma. A un largo plazo, todos estos factores generarán una ventaja competitiva, ocasionando el reconocimiento internacional y la fidelidad de sus consumidores. Es notorio añadir que Ecuador es un país agrícola, puesto que se destaca por la producción de banano, mismo que junto con la implementación de procesos rigurosos por parte de las empresas garantizará el éxito organizacional. (Aguilar, Hidalgo, & Arias, 2024)

En el transcurso de los últimos años, en el país el consumo de plátano en formato como snack ha incrementado. Según (Carrion & Salcedo, 2023) existen varias empresas dedicadas a esta producción, algunas son de fabricación artesanal que carecen de registro de calidad y otras de marcas registradas, pero que tienen gran acogida entre los clientes locales y de la región. Siendo muy apetecido a nivel nacional e internacional (Troya et al., 2022). Sin embargo, no tienen conocimiento de las normativas que existen para realizar el proceso de exportación, debido a que deben cumplir con lineamientos establecidos en el proceso de aduana, declaración de impuestos, formas de pago y minimización de riesgos, entre otros.

### 3.5.1 BALANZA COMERCIAL: Exportaciones no petroleras del 2020 al 2024

El Banco Central del Ecuador en el informe del 2022 muestra el histórico de los datos desde el 2020 al 2022 donde se detalla que, de enero a diciembre la Balanza Comercial Total alcanzó un superávit de USD 2.324,6 millones, siendo USD 543,6 millones menos que los resultados del periodo de 2021, lo que representó una reducción del saldo comercial de 19,0%. (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2023)

Figura 6

Exportaciones no petroleras del 2020 al 2022

Período	Ene - Dic 2020		Ene - Dic 2021		Ene - Dic 2022		Variación Ene - Dic. 2022 / 2021	
	TM	Valor	TM	Valor	TM	Valor	Absoluta	Relativa
<b>Exportaciones totales</b>	<b>32.670,5</b>	<b>20.355,4</b>	<b>32.451,5</b>	<b>26.699,2</b>	<b>32.018,1</b>	<b>32.658,3</b>	<b>5.959,1</b>	<b>22,3%</b>
Petroleras	20.839,1	5.250,4	19.732,4	8.607,3	19.533,1	11.587,0	2.979,7	34,6%
No petroleras	11.831,4	15.105,0	12.719,0	18.091,9	12.485,0	21.071,4	2.979,4	16,5%
<b>Importaciones totales</b>	<b>15.299,4</b>	<b>16.947,9</b>	<b>18.379,5</b>	<b>23.831,0</b>	<b>19.267,7</b>	<b>30.333,7</b>	<b>6.502,7</b>	<b>27,3%</b>
Bienes de consumo	998,4	4.116,3	1.148,3	5.132,9	1.281,7	6.040,5	907,5	17,7%
Materias primas	7.916,4	5.992,7	9.821,0	9.019,2	9.948,5	10.666,9	1.647,7	18,3%
Bienes de capital	394,6	4.152,0	512,5	4.925,0	623,7	5.838,3	913,3	18,5%
Combustibles y Lubricantes	5.982,8	2.608,1	6.892,1	4.643,0	7.406,6	7.639,8	2.996,7	64,5%
Diversos	7,2	78,8	5,7	110,9	7,3	131,4	20,5	18,5%
Ajustes *		0,0		0,0		16,9	16,9	
<b>Balanza Comercial - Total</b>		<b>3.407,5</b>		<b>2.868,2</b>		<b>2.324,6</b>	<b>-543,6</b>	<b>-19,0%</b>
<b>Bal. Comercial - Petrolera</b>		<b>2.650,7</b>		<b>3.948,5</b>		<b>3.955,2</b>	<b>6,6</b>	<b>0,2%</b>
Exportaciones petroleras		5.250,4		8.607,3		11.587,0	2.979,7	34,6%
Importaciones petroleras		2.599,7		4.658,7		7.631,8	2.973,1	63,8%
<b>Bal. Comercial - No petrolera</b>		<b>756,8</b>		<b>-1.080,4</b>		<b>-1.630,6</b>	<b>-550,2</b>	<b>-50,9%</b>
Exportaciones no petroleras		15.105,0		18.091,9		21.071,4	2.979,4	16,5%
Importaciones no petroleras		14.348,2		19.172,3		22.702,0	3.529,7	18,4%

Nota: BCE- Evolución de la Balanza Comercial por Productos Enero - diciembre 2022

Figura 7

Principales productos de exportación 2020-2022

	Ene - Dic 2020				Ene - Dic 2021				Ene - Dic 2022				Variación Ene - Dic 2022 / 2021		
	TM	Valor USD FOB	Valor unitario	Part.en valor	TM	Valor USD FOB	Valor unitario	Part.en valor	TM	Valor USD FOB	Valor unitario	Part.en valor	TM	Valor USD FOB	Valor unitario
<b>Exportaciones Totales</b>	<b>32.671</b>	<b>20.355,4</b>			<b>32.451</b>	<b>26.699,2</b>			<b>32.018</b>	<b>32.658,3</b>			<b>-1,3%</b>	<b>22,3%</b>	<b>36,0%</b>
Petroleras	20.839	5.250,4	35,0	100,0%	19.732	8.607,3	60,3	100,0%	19.533	11.587,0	82,0	100,0%	-1,0%	34,6%	36,0%
Crudo	18.395	4.684,8	35,6	89,2%	16.426	7.278,2	62,0	84,6%	16.350	10.034,5	85,8	86,6%	-0,5%	37,9%	38,5%
Derivados	2.444	565,6	30,3	10,8%	3.306	1.329,1	52,6	15,4%	3.183	1.552,5	63,8	13,4%	-3,7%	16,8%	21,3%
<b>No Petroleras</b>	<b>11.831</b>	<b>15.105,0</b>		<b>100,0%</b>	<b>12.719</b>	<b>18.091,9</b>		<b>100,0%</b>	<b>12.485</b>	<b>21.071,4</b>		<b>100,0%</b>	<b>-1,8%</b>	<b>16,5%</b>	
<b>Tradicionales</b>	<b>8.396</b>	<b>8.812,6</b>		<b>58,3%</b>	<b>8.882</b>	<b>10.194,5</b>		<b>56,3%</b>	<b>8.210</b>	<b>12.068,1</b>		<b>57,3%</b>	<b>-2,1%</b>	<b>18,4%</b>	
Camaron	688	3.823,5	5.553,5	25,3%	848	5.323,3	6.277,6	29,4%	1.069	7.289,3	6.819,0	34,6%	26,1%	36,9%	8,6%
Banano y Plátano	7.261	3.669,0	505,3	24,3%	7.022	3.485,5	496,4	19,3%	6.613	3.267,6	494,1	15,5%	-5,8%	-6,3%	-0,5%
Cacao y elaborados	354	935,1	2.642,0	6,2%	360	940,3	2.614,9	5,2%	404	1.005,7	2.488,6	4,8%	12,4%	7,0%	-4,8%
Atún y pescado	81	315,2	3.869,1	2,1%	138	367,2	2.654,7	2,0%	108	385,2	3.561,4	1,8%	-21,8%	4,9%	34,2%
Café y elaborados	11	69,8	6.104,3	0,5%	14	78,2	5.437,0	0,4%	16	120,4	7.536,6	0,6%	11,1%	54,0%	38,6%
<b>No Tradicionales</b>	<b>3.436</b>	<b>6.292,4</b>	<b>1.831,5</b>	<b>41,7%</b>	<b>4.337</b>	<b>7.897,5</b>	<b>1.821,0</b>	<b>43,7%</b>	<b>4.275</b>	<b>9.003,2</b>	<b>2.106,0</b>	<b>42,7%</b>	<b>-1,4%</b>	<b>14,0%</b>	<b>15,7%</b>
Productos mineros	389	1.050,6	2.697,8	7,0%	697	2.092,1	3.003,1	11,6%	876	2.775,0	3.168,4	13,2%	25,7%	32,6%	5,5%
Enlatados de pescado	311	1.171,0	3.768,5	7,8%	318	1.262,5	3.968,9	7,0%	310	1.366,6	4.406,7	6,5%	-2,5%	8,2%	11,0%
Flores Naturales	153	827,1	5.409,4	5,5%	168	927,3	5.526,2	5,1%	165	950,5	5.761,6	4,5%	-1,7%	2,5%	4,3%
Otras Manufacturas de metal	143	332,4	2.326,6	2,2%	186	495,6	2.659,0	2,7%	131	464,1	3.545,2	2,2%	-29,8%	-6,4%	33,3%
Madera	577	571,1	990,4	3,8%	758	370,9	489,2	2,0%	724	376,5	520,0	1,8%	-4,5%	1,5%	6,3%
Extractos y aceites vegetales	192	154,1	803,1	1,0%	150	204,7	1.361,2	1,1%	158	245,7	1.557,1	1,2%	5,0%	20,1%	14,4%
Manuf. de cuero, plástico y caucho	53	141,1	2.651,8	0,9%	74	222,6	3.016,1	1,2%	68	238,2	3.518,7	1,1%	-8,3%	7,0%	16,7%
Fruta	166	182,4	1.098,4	1,2%	194	203,1	1.046,0	1,1%	202	221,4	1.094,8	1,1%	4,1%	9,0%	4,7%
Químicos y fármacos	81	123,6	1.524,0	0,8%	95	166,9	1.750,4	0,9%	100	206,8	2.076,8	1,0%	4,5%	24,0%	18,6%
<b>Elaborados de banana</b>	<b>137</b>	<b>153,6</b>	<b>1.119,6</b>	<b>1,0%</b>	<b>160</b>	<b>182,0</b>	<b>1.140,9</b>	<b>1,0%</b>	<b>156</b>	<b>180,2</b>	<b>1.157,2</b>	<b>0,9%</b>	<b>2,4%</b>	<b>-1,0%</b>	<b>1,4%</b>
Jugos y conservas de frutas	46	103,3	2.241,9	0,7%	46	114,3	2.478,5	0,6%	47	144,3	3.069,6	0,7%	2,0%	26,3%	23,8%
Tabaco en rama	4	73,4	19.824,2	0,5%	4	85,5	20.736,8	0,5%	5	98,1	20.593,6	0,5%	15,6%	14,8%	-0,7%
Otros elaborados del mar	14	46,7	3.420,8	0,3%	13	82,6	6.203,6	0,5%	13	97,7	7.695,4	0,5%	-4,6%	18,3%	24,0%
Maderas terciadas y prensadas	84	75,6	904,3	0,5%	92	84,5	921,0	0,5%	93	94,1	1.014,2	0,4%	1,1%	11,4%	10,1%
Manuf. de papel y cartón	31	42,4	1.350,4	0,3%	61	79,9	1.303,5	0,4%	56	85,7	1.532,8	0,4%	-8,8%	7,3%	17,6%
Harina de pescado	52	62,5	1.198,0	0,4%	73	96,5	1.318,7	0,5%	49	64,6	1.322,2	0,3%	-33,2%	-33,0%	0,3%
Vehículos	3	54,6	20.848,6	0,4%	2	36,4	14.956,0	0,2%	2	59,3	37.017,3	0,3%	-34,2%	62,9%	147,5%
Otras manuf. textiles	15	51,6	3.508,7	0,3%	19	74,1	3.958,3	0,4%	13	58,5	4.471,8	0,3%	-30,2%	-21,1%	13,0%
Abacá	12	32,7	2.728,7	0,2%	14	35,8	2.634,5	0,2%	11	26,9	2.482,0	0,1%	-20,2%	-24,8%	-5,8%
Prendas de vestir de fibras textiles	0,9	18,4	19.625,3	0,1%	2	26,2	17.245,8	0,1%	1	23,0	16.509,5	0,1%	-8,0%	-12,0%	-4,3%
Otros	973	1.024,1	0,0	6,8%	1.211	1.054,0	0,0	5,8%	1.097	1.225,8	0,0	5,8%	-9,4%	16,3%	

Nota: BCE-Evolución de la Balanza Comercial por Productos Enero - diciembre 2022

Se puede observar que la participación porcentual de los productos tradicionales y no tradicionales, frente al total de las exportaciones no petroleras fueron de 57,3% y 42,7% respectivamente, de enero a diciembre de 2022 (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2023).

También se recopiló los datos obtenidos en el informe del Banco Central del Ecuador donde se puede ver el crecimiento de las exportaciones del 2022 al 2024, en el que se menciona que de enero y diciembre de 2024, se alcanzó un superávit de USD 6.678,3 millones en la Balanza Comercial, esto representa un aumento del saldo en USD 4.683,4 millones, frente al mismo periodo del 2023 (Banco Central del Ecuador, 2025).

Figura 8

*Balanza comercial petrolera y no petrolera 2022-2024*

**Balanza comercial total, petrolera y no petrolera**  
*En toneladas métricas en miles, valor USD FOB en millones y porcentaje de variación, Enero - Diciembre 2022, 2023 y 2024*

Período	Ene - Dic 2022		Ene - Dic 2023		Ene - Dic 2024		Variación Ene - Dic 2024 / 2023	
	TM	Valor	TM	Valor	TM	Valor	Absoluta	Relativa
<b>Exportaciones totales</b>	<b>31.819,7</b>	<b>32.658,3</b>	<b>31.229,3</b>	<b>31.126,5</b>	<b>33.346,7</b>	<b>34.420,8</b>	<b>3.294,3</b>	<b>10,6%</b>
Petroleras	19.372,2	11.587,0	18.737,6	8.951,6	20.737,9	9.572,3	620,7	6,9%
No petroleras	12.447,5	21.071,3	12.491,7	22.174,9	12.608,8	24.848,5	2.673,7	12,1%
<b>Importaciones totales</b>	<b>19.267,7</b>	<b>30.333,8</b>	<b>20.130,0</b>	<b>29.131,6</b>	<b>20.800,4</b>	<b>27.742,5</b>	<b>-1.389,1</b>	<b>-4,8%</b>
Bienes de consumo	1.281,7	6.040,5	1.373,9	6.551,9	1.314,4	6.083,8	-468,1	-7,1%
Materias primas	9.982,2	10.672,7	10.067,6	9.383,0	10.160,8	8.729,5	-653,5	-7,0%
Bienes de capital	590,0	5.832,6	590,7	6.054,7	596,6	5.851,5	-203,3	-3,4%
Combustibles y Lubricantes	7.406,6	7.639,8	8.090,1	7.044,8	8.722,6	6.948,1	-96,7	-1,4%
Diversos	7,3	131,4	7,8	89,1	6,0	70,3	-18,8	-21,1%
Ajustes *		16,9		8,0		59,3	51,3	
<b>Balanza Comercial - Total</b>		<b>2.324,5</b>		<b>1.994,9</b>		<b>6.678,3</b>	<b>4.683,4</b>	<b>234,8%</b>
<b>Bal. Comercial - Petrolera</b>		<b>3.955,2</b>		<b>2.190,2</b>		<b>2.961,9</b>	<b>771,7</b>	<b>35,2%</b>
Exportaciones petroleras		11.587,0		8.951,6		9.572,3	620,7	6,9%
Importaciones petroleras		7.631,8		6.761,4		6.610,3	-151,0	-2,2%
<b>Bal. Comercial - No petrolera</b>		<b>-1.630,7</b>		<b>-195,3</b>		<b>3.716,4</b>	<b>3.911,7</b>	<b>2002,9%</b>
Exportaciones no petroleras		21.071,3		22.174,9		24.848,5	2.673,7	12,1%
Importaciones no petroleras		22.702,0		22.370,2		21.132,2	-1.238,0	-5,5%

*Nota: BCE- Evolución de la balanza comercial por productos Enero – diciembre 2024*

En el año 2024 de enero y diciembre las exportaciones tradicionales presentaron un total de USD 14.926,5 millones, representando un crecimiento al 17,3% con respecto a los datos registrado en el periodo 2023. Por otra parte, las exportaciones no tradicionales llegaron a USD 9.922,0 millones, lo que muestra un incremento del 5,0% en relación a 2023. (Banco Central del Ecuador, 2025)

Figura 9

Principales productos de exportación 2022-2024

Principales productos de exportación  
En toneladas métricas en miles, valor USD FOB en millones, participación porcentual y porcentaje de variación, Enero - Diciembre 2022, 2023 y 2024

	Ene - Dic 2022				Ene - Dic 2023				Ene - Dic 2024				Variación Ene - Dic 2024 / 2023			
	a	b	b/a	Part.en valor	a	b	b/a	Part.en valor	a	b	b/a	Part.en valor	TM	Valor USD FOB	Valor Unitario	Valor Unitario
<b>Exportaciones totales</b>	<b>31.820</b>	<b>32.856,3</b>			<b>31.229</b>	<b>31.28,5</b>			<b>33.547</b>	<b>34.430,8</b>			<b>6,8%</b>	<b>10,6%</b>		
<b>Petroleras</b>	<b>19.372</b>	<b>11.587,0</b>	<b>62,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>16.738</b>	<b>8.951,6</b>	<b>66,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>20.738</b>	<b>9.572,3</b>	<b>67,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>10,7%</b>	<b>6,9%</b>	<b>1,8%</b>	
<b>Crudo</b>	16.350	10.034,5	85,8	86,6%	16.009	7.823,4	68,0	87,4%	18.638	8.646,5	68,5	90,3%	15,8%	10,5%	0,7%	
<b>Derivados</b>	3.022	1.552,5	67,2	13,4%	2.647	1.128,2	55,8	12,6%	2.100	925,7	57,7	9,7%	-20,7%	-17,9%	3,4%	
<b>No Petroleras</b>	<b>12.447</b>	<b>21.071,3</b>	<b>169,2%</b>	<b>100,0%</b>	<b>12.492</b>	<b>22.174,9</b>	<b>177,8%</b>	<b>100,0%</b>	<b>12.809</b>	<b>24.848,5</b>	<b>197,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>0,9%</b>	<b>12,1%</b>	<b>11,0%</b>	
<b>Tradicional</b>	<b>8.290</b>	<b>12.068,1</b>	<b>1.469,9</b>	<b>57,3%</b>	<b>8.422</b>	<b>12.723,1</b>	<b>1.510,6</b>	<b>57,4%</b>	<b>8.339</b>	<b>14.928,5</b>	<b>1794,3</b>	<b>60,3%</b>	<b>-1,2%</b>	<b>17,3%</b>	<b>18,0%</b>	
Camaron	1.069	7.298,3	8.891,0	34,6%	1.215	7.205,2	5.932,2	32,5%	1.213	6.999,7	5.783,6	29,1%	-0,1%	-3,0%	-2,8%	
Banano y Plátano	6.613	3.267,6	494,1	15,5%	6.722	3.770,7	561,0	17,0%	6.540	3.838,7	587,0	15,4%	-2,7%	1,8%	-4,6%	
Cacao y elaborados	404	1.005,7	2.488,6	4,8%	397	1.322,8	3.334,1	6,0%	460	3.677,9	7.859,2	14,6%	36,0%	172,5%	135,7%	
Atún y pescado	108	385,2	3.561,4	1,8%	74	203,6	3.988,8	1,3%	91	3.331	3.657,2	1,3%	23,7%	13,5%	-8,3%	
Café y elaborados	16	100,4	7.536,6	0,6%	16	130,7	8.327,3	0,6%	15	145,0	9.677,6	0,6%	-5,9%	11,0%	17,9%	
<b>No Tradicional</b>	<b>4.238</b>	<b>9.003,2</b>	<b>2.124,6</b>	<b>42,7%</b>	<b>4.069</b>	<b>9.491,8</b>	<b>2.322,8</b>	<b>42,8%</b>	<b>4.290</b>	<b>9.922,0</b>	<b>2.312,9</b>	<b>39,9%</b>	<b>5,4%</b>	<b>5,0%</b>	<b>-0,4%</b>	
Productos mineros	838	2.775,0	3.310,0	13,2%	838	3.324,4	3.966,1	15,0%	748	3.074,9	4.109,6	12,4%	-10,7%	-7,5%	3,6%	
Enlatados de pescado	310	1.366,6	4.406,7	6,5%	283	1.327,7	4.686,4	6,0%	370	1.676,0	4.534,2	6,7%	30,5%	26,2%	-3,2%	
Flores naturales	165	950,5	5.761,6	4,5%	181	987,1	5.456,3	4,5%	177	1.016,0	5.737,9	4,1%	-2,1%	2,9%	5,2%	
Otras manufacturas metal	131	464,1	3.545,2	2,2%	188	339,7	3.146,6	1,8%	159	435,6	2.757,7	1,8%	-34,7%	10,1%	-88,3%	
Hidra	724	376,5	520,0	1,8%	695	370,9	534,9	1,7%	780	425,4	558,5	1,8%	12,1%	17,1%	4,4%	
Fruta	202	221,4	1.094,8	1,1%	217	286,0	1.361,1	1,3%	264	371,3	1.406,0	1,5%	21,9%	29,8%	6,8%	
<b>Elaborados de banano</b>	<b>56</b>	<b>80,2</b>	<b>1.52,2</b>	<b>0,5%</b>	<b>63</b>	<b>212,4</b>	<b>1.834,1</b>	<b>1,0%</b>	<b>166</b>	<b>225,1</b>	<b>1.288,8</b>	<b>0,5%</b>	<b>2,0%</b>	<b>3,5%</b>	<b>1,1%</b>	
Químicos y fármacos	100	206,8	2.076,8	1,0%	100	170,3	1.709,5	0,8%	147	205,5	1.402,3	0,8%	47,1%	20,7%	-80,0%	
Extratos y aceites vegetales	158	245,7	1.557,1	1,2%	140	174,8	1.244,6	0,8%	173	205,3	1.184,9	0,8%	23,4%	17,4%	-4,8%	
Manuf. cuero, plástico, caucho	68	238,2	3.598,7	1,1%	60	198,1	3.317,6	0,9%	62	198,3	3.212,0	0,8%	3,4%	0,1%	-3,2%	
Heína de pescado	49	64,6	1.322,2	0,3%	69	106,4	1.540,0	0,5%	95	128,7	1.358,1	0,5%	37,1%	20,9%	-11,8%	
Jugos y conservas de frutas	47	144,3	3.069,6	0,7%	43	144,7	3.378,4	0,7%	87	177,3	3.082,1	0,5%	-11,1%	-8,9%	-8,8%	
Tabaco en rama	5	98,1	20.593,6	0,3%	5	103,1	21.646,8	0,3%	5	93,1	20.597,8	0,4%	-3,2%	-7,9%	-4,8%	
Vehículos	7	58,3	37.071,3	0,2%	2	75,0	31.233,7	0,2%	7	89,1	10.907,0	0,4%	187,5%	18,8%	-98,7%	
Otros elaborados del mar	12	97,7	7.689,9	0,5%	14	84,0	6.129,4	0,4%	14	85,8	5.939,8	0,3%	5,5%	2,1%	-1,2%	
Madera terciada, prensada	93	94,1	1.014,2	0,4%	84	84,2	1.006,6	0,4%	91	81,1	895,5	0,3%	8,3%	-3,7%	-10,0%	
Manuf. de papel y cartón	56	85,7	1.512,8	0,4%	57	66,3	1.168,5	0,3%	60	74,7	1.236,5	0,3%	6,0%	12,3%	5,8%	
Otras manufacturas	13	58,5	4.471,8	0,3%	12	45,7	3.899,6	0,2%	13	53,1	3.953,2	0,2%	14,5%	16,3%	1,6%	
Prendas vestir fibras textiles	14	23,0	16.509,5	0,1%	1	24,2	17.484,8	0,1%	1	28,8	20.139,0	0,1%	-6,0%	19,0%	26,6%	
Alabac	11	26,9	2.482,0	0,1%	10	23,0	2.252,6	0,1%	11	23,6	2.199,2	0,1%	9,0%	3,0%	-5,5%	
Otros	1.097	1.225,7	0,0	5,8%	977	1.243,9	0,0	5,6%	909	1.302,8	0,0	5,2%	-7,0%	4,7%		

Nota: BCE- Evolución de la balanza comercial por productos Enero – diciembre 2024

Entre enero y diciembre de 2024, se registra el 60.1% de exportaciones tradicionales y no tradicionales del 39,9% del total de exportaciones no petroleras. (Banco Central del Ecuador, 2025)

### 3.5.2 Barreras para la exportación de productos derivados de banano de Ecuador a EE.UU.

El mercado estadounidense acoge el 73 % de las exportaciones ecuatorianas de plátano fresco y sus procesados (chips, snacks y otros), que desde el 5 de abril tienen el 16 % de arancel, el director ejecutivo de la Asociación de Exportadores de Plátano (Asoexpla) Eduardo Manrique, explica el impacto que tiene este nuevo arancel para el sector que tiene a EE. UU. como su principal mercado, que recepta el 68 % del total de las exportaciones de estos productos. (El Universo, 2025).

En una entrevista realizada por (El Universo, 2025) al director ejecutivo de la Asociación de Exportadores de Plátano (Asoexpla) Eduardo Manrique, menciona que la competitividad del plátano procesado con un nuevo arancel del 10% impuesto por Estados Unidos afecta directamente a las exportaciones subiendo al 16% puesto antes solo tenían el 6%. Los principales países competidores son Guatemala, Honduras, Colombia y Perú, todos ellos tenían arancel al 0 % (antes de

la medida), por lo que pasan a tener solo un 10 %. Para la exportación de estos productos Ecuador frente a Guatemala y Honduras, tienen además otro factor a favor, no solo está la diferencia con nosotros del 6 %, sino que tiene el tema logístico y de costos obviamente menores por la distancia, es decir, tanto el tema naviero y todo está más cerca, entonces es otro plus con el que ya juegan actualmente. (El Universo, 2025)

### 3.6 Impacto del comercio internacional en la economía del Ecuador

El Ecuador en el ámbito del comercio exterior enfrenta numerosos desafíos que afectan de forma directa en la economía del país. La dependencia de materias primas, la volatilidad de los precios internacionales, el acceso a nuevos mercados representa un obstáculo significativo para la diversificación de las exportaciones ecuatorianas, donde la falta de acuerdos comerciales y barreras arancelarias puede limitar su acceso. La ubicación estratégica de Ecuador muestra oportunidades para impulsar su comercio exterior, como puente entre América del Sur y América Central, que podría potenciar el comercio regional e internacional por sus ventajas logísticas. (Realidadeconomica.es, 2024)

Los aspectos clave que permiten aprovechar al máximo las oportunidades del comercio exterior en Ecuador como el desarrollo de infraestructura logística, políticas de comercio exterior del país, mejoramiento en los procesos aduaneros, la exposición a diferentes regulaciones y leyes comerciales, las fluctuaciones en los tipos de cambio, puede incrementar la incertidumbre y volatilidad en las operaciones comerciales, por tal razón mediante la innovación y la calidad de productos se debe fortalecer la competitividad de las exportaciones ecuatorianas que es un desafío para mantener y abrirse a nuevos mercados, dando paso a estándares de calidad, las regulaciones sanitarias, fitosanitarias y las barreras no arancelarias que existen en la actualidad. Sin embargo, para capitalizar las oportunidades emergentes la diversificación de exportaciones y la mejora de la infraestructura son aspectos clave que requieren atención. (Realidadeconomica.es, 2024) Ecuador ha demostrado un compromiso firme con la sostenibilidad y la

responsabilidad social empresarial en el ámbito del comercio internacional. Estas buenas prácticas han permitido mejorar la reputación en mercados globales y atraer la atención de los consumidores.

Según (Datasur, 2023) Ecuador ofrece una amplia gama de productos demostrando ser un país versátil en términos de exportaciones con producción agrícola hasta bienes manufacturados, presentando diversificación exportadora como una estrategia clave para atenuar riesgos y aprovechar oportunidades en numerosos mercados.

(Datasur, 2023) también resalta que Ecuador ha contribuido significativamente a su posición en el mercado internacional estableciendo alianzas comerciales estratégicas donde destaca a Estados Unidos como sus principales compradores logrando una fuerte presencia en este mercado, al que se exporta: banano, camarones, flores y cacao. Siendo preferidos por ser productos frescos y sostenibles manteniendo el éxito continuo de estas exportaciones (Datasur, 2023).

La adaptación a las tendencias del mercado, inversión en tecnología y el fortalecimiento de relaciones comerciales han logrado un éxito significativo en el comercio internacional en este país a quién sigue mirando hacia el futuro con ambición para asegurar un crecimiento sostenible a nivel global. (Datasur, 2023)

## 4. Materiales y metodología

Para el desarrollo de este artículo se realizó una investigación mixta con un enfoque cualitativo y descriptivo donde se recopiló información referente al tema de interés permitiendo dar cumplimiento a los objetivos planteados mediante el análisis de los datos obtenidos por fuentes de información primarias y secundarias.

El presente estudio realizado mediante investigación documental consiste en explorar los datos presentes de documentos que ya existen, como informes, actas, bases de datos, registros de asistencia, etc. En este método lo más importante es la habilidad de encontrar, seleccionar y analizar la información presente. (Lifeder, 2021) Para esto se utilizaron herramientas de recopilación de datos como revisión de informes, datos oficiales de las empresas del sector, bibliotecas que registren información relevante, sitios web y más. Mediante estas fuentes de información se logró recopilar datos confiables y reales que aportar a este artículo alineado al tema planteado.

Para conocer la población de estudio se realizó un muestreo no probabilístico que se basa en el juicio del investigador que se encarga de seleccionar los elementos de la muestra. Donde el investigador puede decidir de manera arbitraria o consciente los elementos que incluirá en la muestra. Las muestras no probabilísticas permiten obtener buenas estimaciones de las particularidades de la población; pero, no permiten evaluar la precisión de los resultados. (Malhotra, 2008). En el cual el investigador para elegir a los elementos de la muestra utiliza su juicio o experiencia, considerando que son representativos o adecuados en la población de su interés. (Malhotra, 2008)

En base a lo anterior, las técnicas utilizadas para la recolección de datos fueron: la entrevista y análisis documental. Para el caso del análisis documental se recopiló información obtenida del 2020 al 2024 sobre estudios, informes, artículos de periódicos locales e internacionales, análisis de expertos e información de fuentes oficiales como el Banco Central del Ecuador, Pro Ecuador, Ministerio de Producción. Por otro lado, en la entrevista se planteó 7 preguntas a personas que se dedican

actualmente a la exportación de Snack a base de banano (chifles) y que conocen de manera directa el impacto y comportamiento económico que ha tenido esta actividad en los últimos 5 años, lo que permitió conocer sus puntos de vista, retos, oportunidades y experiencias frente al desarrollo de esta actividad en el Ecuador, el análisis de la información obtenida permitió emitir comentarios y conclusiones frente al tema de investigación planteado.

Para poder obtener los datos se realizó una matriz instrumental dónde podemos recolectar las respuestas de los encuestados, mediante lo cual podremos visualizar la puntuación que se dio como resultado para establecer el alfa de Cronbach que es un índice usado para medir la confiabilidad del tipo consistencia interna de una escala, es decir, para evaluar la magnitud en que los ítems de un instrumento están correlacionados. (Celina Oviedo & Campo Arias, 2005) lo que permite evaluar la fiabilidad de los instrumentos utilizados, cuando el alfa es mayor a 0.7 se considera se considera que el instrumento es muy confiable, si es mayor a 0.8 tiene excelente confiabilidad y si es mayor a 0.9 es perfecta. Sin embargo, valores muy altos como 0.95 pueden indicar que los ítems son redundantes por lo que es importante revisar los resultados.

En adelante se muestran los resultados obtenidos en el desarrollo de esta investigación, el tamaño de la muestra se obtuvo de acuerdo con el criterio del investigador para investigaciones cualitativas ya que no se tuvo un alto alcance a expertos en esta actividad :

Tabla 1

Matriz instrumental de preguntas - entrevista

N°	Pregunta	ENTREVISTA 1	ENTREVISTA 2	ENTREVISTA 3	ENTREVISTA 4	ENTREVISTA 5
1	¿Cómo ha observado usted que el desarrollo económico en el sector de la exportación de snacks a base de banano (chifles) ha impactado de manera local y en la apertura de nuevos mercados en EE.UU.?	Se observó un incremento en el consumo de productos de banano a nivel internacional en diferentes mercados, lo que a nivel local impacta incrementado fuentes de empleo y ingresos de divisas	Si considero que al incrementar la población Latina que conoce de este snack incrementa la apertura de nuevos mercados y opciones de snack de este producto.	Es un mercado creciente que ha tenido buena acogida en EEUU, Reino Unido, Europa y ahora en Asia ya que es un snack saludable que sus nutrientes aportan positivamente en su consumo.	La venta de chifles al extranjero, sobre todo a Estados Unidos, ha ayudado bastante a la gente de las zonas donde se producen. Ha generado más empleo en el sector agrícola que cultivan este producto y los siguientes peldaños como la producción y empaquetado de chifles. Adicional como son vendidos a otro público objetivo fuera del país más personas conocen el producto y eso hace que crezcan los negocios y se genere empleo.	El impacto ha sido positivo lo que ha permitido que el producto conquiste más mercados en el exterior, generando nuevas fuentes de ingreso para los productores.
2	¿Cuáles considera que son los beneficios comerciales obtenidos a través de la exportación del producto Snacks a base de banano (chifles) que ha impulsado el crecimiento en las exportaciones de este producto?	El mayor beneficio es dar a conocer que los productos Ecuatorianos y ampliar su venta en diferentes mercados.	Uno de los beneficios que podemos considerar que es un producto súper nutritivo y que por su rico sabor en el exterior tendrá una ventaja para la apertura de nuevos negocios	El potencial crecimiento y apertura a nuevos mercados que puede tener este producto por sus valores nutritivos, saludables y que aportan al crecimiento y desarrollo de pequeños productores ecuatorianos.	Existen varios beneficios comerciales de exportar chifles. En primer lugar el aumento de las ventas y la generación de flujo gracias a las exportaciones como a EE.UU, segundo la exportación permite que otros mercados tengan una buena percepción sobre el banano ecuatoriano y sus derivados y esto abre las puertas para nuevos negocios y por último es importante destacar la generación de empleo en la producción, empaque y transporte del producto final.	Permite el crecimiento y desarrollo de las familias que se dedican a su producción, conquistando nuevos mercados que se interesan en el valor saludable del producto y su producción para su consumo.
3	¿Considera usted que los productores y exportadores de Snacks a base de banano (chifles) cuentan con los conocimientos necesarios para extender sus importaciones a mercados internacionales como el de EE.UU. aprovechando al máximo su producción?	En su mayoría no cuenta con los conocimientos necesarios por lo que se debería capacitar a las empresas de este tipo para que sus productos puedan llegar con los niveles de calidad exigidos por cada país	Muy poca cantidad, por lo que se requiere trabajar en aumentar el conocimiento que tienen los productores mediante cursos y plataformas que les permitan tener un mejor acceso a esta información.	En poca magnitud ya que las grandes empresas son las que abarcan el mercado y se convierten en exportadores mientras que los productores desconocen de las oportunidades de crecimiento que tienen	Realmente muchos productores y exportadores de chifles cuentan con conocimientos sobre exportación y normas de calidad necesarios para la venta de este producto en EE.UU. Sin embargo aún falta conocimiento en la parte de expansión de mercado, realizar productos novedosos y no permanecer en lo seguro y convencional, así que eso es un limitante para considerar que se este aprovechando al máximo la producción.	El conocimiento de como funciona lo manejan más las empresas que tienen profesionales trabajando en esta actividad pero los pequeños y medianos productores no tienen el acceso adecuado a toda la información que podría permitirles crecer en esta actividad.
4	¿Cree usted que el gobierno ecuatoriano ha implementado las políticas o estrategias requeridas para fomentar el crecimiento en la exportación del producto Snacks a base de banano (chifles) impulsando la economía nacional?	Con los acuerdos comerciales internacionales facilitan el intercambio de varios productos, se deberían analizar cada uno de los acuerdos para fomentar o incluir en ellos beneficios para este tipo de productos	Creo que puede implementar más políticas para que el exterior pueda conocer más de nuestros productos fuera	Creo que es bajo el enfoque que el gobierno tiene en este producto en específico ya que desconocen del potencial crecimiento que tiene este producto sin embargo puede adaptarse a las políticas que actualmente rigen las exportaciones.	No considero que exista el incentivo suficiente para ayudar a crecer a estas empresas, ya que el gobierno ha permitido la participación en ferias internacionales, ofreciendo asesoría a emprendedores y buscando acuerdos comerciales. Pero es muy poco, lo que realmente se necesitaría es apoyo financiero, capacitaciones especializadas y en modelos de negocios y mejorar las plantas para mayor productividad.	Considero que le falta trabajar en mejorar las estrategias para apoyar a los exportadores ya que los pocos acuerdos que existen actualmente no garantizan el desarrollo adecuado de esta actividad que los respalde de la mejor manera.
5	¿Cuáles han sido los mayores retos que ha enfrentado el sector bananero específicamente de snacks a base de banano (Chifles) del país en relación a la apertura de mercados para la comercialización y exportación?	La competencia de países vecinos que también tiene una producción alta de banano y sus subproductos.	Pienso que uno de los retos es la búsqueda del comprador del producto frente a la competencia.	Los países vecinos que tienen más años exportando este producto a mercados internacionales, la falta de información en nuevos mercados sobre este producto y el apoyo gubernamental para impulsar su crecimiento.	Existe una serie de retos que enfrenta este sector ya que para salir e ingresar a otro país debe cumplir con estrictos requisitos de calidad y sanidad, adicional en los mercados extranjeros encontrará una gran variedad de competidores más grandes y de marcas ya posicionadas, referente al item anterior otro desafío puede ser la falta de apoyo económico o la falta de infraestructura para ser más eficientes en sus procesos.	El hacerce conocer con los mercados objetivos y ganando espacio frente a la competencia que ya lleva años de ventaja en esta actividad y conquistando nuevos consumidores que desconocen las marcas ecuatorianas pero consumen la materia prima.
6	¿Qué medidas y estrategias considera necesarias para garantizar el crecimiento económico y comercial en la exportación de snacks a base de banano (Chifles) que beneficie a todos los actores involucrados, incluidos los pequeños productores?	Capacitación constante a los pequeños productores y formación de asociaciones con ellos para evitar que sean explotados por las grandes empresas.	Se deberían realizar ferias de emprendimiento búsqueda de nuevos compradores en el exterior pero informando la calidad del producto y el sabor	Participación en eventos informativos para pequeños productores, capacitación sobre temas de exportaciones a todos los involucrados en esta actividad, incentivos comerciales para el desarrollo y producción de este snack en el mercado local	Para impulsar la exportación de chifles y beneficiar a todos los involucrados, se necesitan, en primer lugar apoyo del gobierno con capacitación técnica, acceso a financiamiento, mejor infraestructura, mayor participación en ferias internacionales, adicional, personal certificado, fomento de asociaciones entre pequeños productores y políticas públicas que fortalezcan al sector	La participación en actividades internacionales que permitan dar a conocer el producto más cerca de los futuros consumidores como en ferias, eventos, congresos y más, material visual que permita ver los productos y su difusión en estas actividades.
7	¿Cuáles son las principales barreras de exportación que tienen los productores de snacks a base de banano (Chifles) para incrementar el envío de este producto a mercados internacionales?	Los aranceles que el gobierno de EEUU a impuesto a los diferentes países y productos.	Falta de negociación para mitigar las barreras arancelarias que actualmente tienen que enfrentar los exportadores, mejorar los acuerdos comerciales e inversión.	Los acuerdos comerciales, barreras arancelarias, inversión en automatización de procesos, apoyo del gobierno para trabajar en capacitaciones sobre temas de exportación e incentivos comerciales.	Las principales barreras que enfrentan los productores de snacks para exportar chifles son: altos costos de producción, falta de conocimientos y poca información sobre requisitos internacionales, acceso a financiamiento muy reducido, ineficiencia en la capacidad de producción y poca promoción en el exterior.	La falta de atención del gobierno y trabajar en mejorar los acuerdos comerciales, disminuir los impuestos que son barreras que no permiten un desempeño mejor de las exportaciones y financiamiento.

Nota: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos de las encuestas.

## 4.1. Cálculo del alfa de Cronbach

Al realizar la tabulación de las entrevistas realizadas a las personas y expertos dedicados a esta actividad como se muestra en la tabla anterior se procede con la tabulación de la información para determinar el nivel de confianza en el instrumento utilizado en esta investigación, mismo que se realizó la tabulación y aplicación de la fórmula en Excel en base al criterio del investigador de las respuestas obtenidas.

Tabla 2

*Puntuación de las preguntas y resultado*

PUNTAJE	RESPUESTA	RANGO	CONFIABILIDAD
1	No tienen ninguna relación	0.53 A MENOS	NULA
2	Respuestas diferentes	0.54 A 0.59	BAJA
3	Tienen poca similitud	0.60 A 0.65	CONFIABLE
4	Respuestas similares con alguna variación	0.66 A 0.71	MUY CONFIABLE
5	Respuestas iguales o similares	0.72 A 0.99	EXCELENTE CONFIABILIDAD
		1	CONFIABILIDAD PERFECTA

Tabla 3

*Determinación de los valores de las respuestas a las entrevistas*

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	SUMA
Entrevista 1	5	4	4	4	4	4	4	29
Entrevista 2	5	3	4	3	4	4	3	26
Entrevista 3	5	5	4	3	4	5	5	31
Entrevista 4	4	4	4	4	4	4	4	28
Entrevista 5	5	5	5	4	4	5	4	32
VARIANZA	0,16	0,56	0,16	0,24	0	0,24	0,4	
SUMA DE VARIANZAS	1,76							
VARIANZA	4,56							

**Coefficiente de confiabilidad** **0,7163**  
 Número de ítems del instrumento 7  
 Suma de la varianza 1,76  
 Varianza total del instrumento 4,56

## 5. Resultados y discusión

### 5.1. RESULTADOS

Una vez realizada la recopilación de la información documental sobre la exportación del producto snacks a base de banano (Chifles) entre el 2020 al 2024 podemos determinar que Ecuador tiene un impacto económico y comercial significativo con muchas oportunidades de expansión en el mercado internacional, como EE.UU. dado que es el país que más demanda exportaciones de banano ecuatoriano tiene, también ha dado apertura a los elaborados de banano como los snacks sienta una fuente saludable para su consumo.

También podemos determinar que la industria de los chifles y otros procesados a base de banano genera empleos en diferentes etapas, desde la cosecha hasta la elaboración y exportación, contribuyendo a la economía de diversas regiones, especialmente en la costa ecuatoriana y contribuye a la multiplicidad de las exportaciones ecuatorianas creando productos con mayor valor agregado de alto reconocimiento en los mercados internacionales aprovechando el banano que no cumple con los estándares de exportación fresca pero que al ser procesados pueden ser aprovechados en su totalidad.

Según los datos obtenidos del Banco Central, podemos determinar que los snacks a base de banano (chifles) puede estar incluido en la balanza comercial dentro de las exportaciones no petroleras no tradicionales en la clasificación de Elaborados de banano, que presenta los siguientes datos de crecimiento entre el 2020 al 2024.

Tabla 4

Exportaciones en toneladas métricas en miles, valor USD FOB en millones, participación porcentual y porcentaje de variación 2020 al 2024

Exportaciones totales	a	b	b/a	% en valor
	TM	Valor USD FOB	Valor unitario	
<i>Exportaciones No Petroleras No Tradicionales</i>				
<b>Año 2020</b>				
Elaborados de banano	137	153,6	1.119,60	1,0%
<b>Año 2021</b>				
Elaborados de banano	160	182	1.140,90	1,0%
<b>Año 2022</b>				
Elaborados de banano	156	180,2	1.157,20	0,9%
<b>Año 2023</b>				
Elaborados de banano	163	217,4	1.334,10	1,00%
<b>Año 2024</b>				
Elaborados de banano	166	225,9	1.358,80	0,90%

Nota: Elaboración propia del autor en base a datos obtenidos del BCE.

Figura 10 Exportaciones totales Elaborados de banano del 2020 al 2024



Nota: Elaboración propia en base a los datos obtenidos de informes.

Podemos apreciar en el gráfico anterior que las exportaciones de elaborados de banano han tenido un crecimiento significativo en los últimos cinco años, mostrando en el 2023 y 2024 un aumento más notable en relación al 2020.

La exportación de snacks a base de banano chifles y otros productos procesados a base de banano puede contribuir a la promoción de la imagen del Ecuador como un país productor de alimentos de calidad y con innovación esto tiene un impacto positivo en la economía ecuatoriana, generando divisas, empleos y diversificando la oferta exportable, lo que contribuye al desarrollo del país, sin embargo se ha hecho una investigación exhaustiva para poder recopilar información de los últimos cinco años en la exportación de snacks de banano, pero se ha encontrado poca información de estudios, entrevistas e informes presentados por fuentes secundarias de las cuales podemos evidenciar la siguiente información:

*Tabla 5 Exportación anual de snacks a base de banano Chifles del 2020 al 2024*

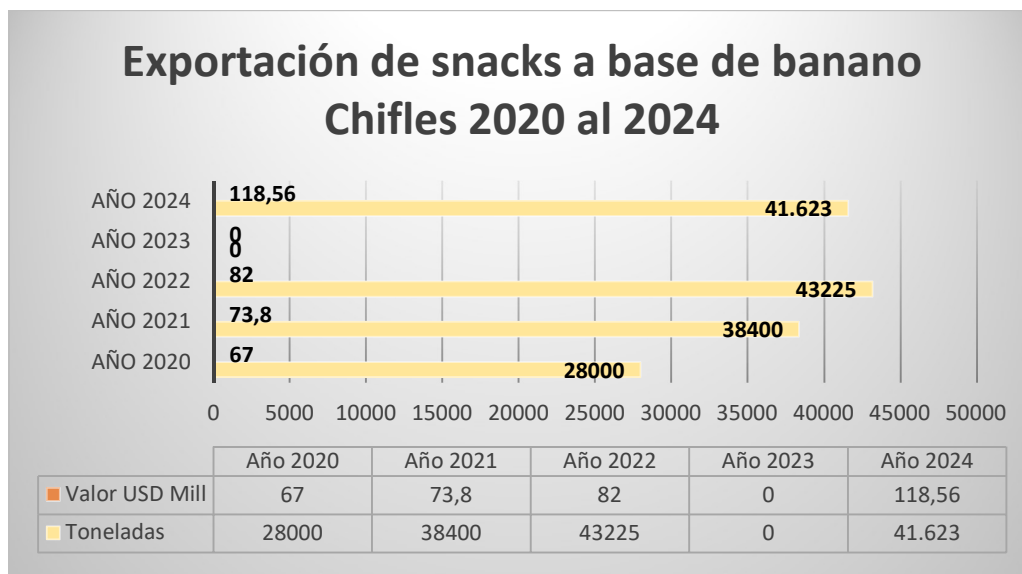
**Exportación anual de snacks a base de banano Chifles**

<b>Año</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Valor \$ Millones</b>	
<b>2020</b>	28000	67	
<b>2021</b>	38400	73,8	Datos estimados
<b>2022</b>	43225	82	Datos estimados
<b>2023</b>	-	-	
<b>2024</b>	41.623	118,56	Datos estimados

*Nota: Elaboración propia en base a información documental obtenida de documentos, entrevistas y sitios web.*

Figura 11

Exportaciones de snacks a base de banano chifles del 2020 al 2024



*Nota: Elaboración propia en base a información documental obtenida de documentos, entrevistas y sitios web.*

Los gráficos elaborados muestran la información gráfica recopilada sobre las exportaciones del producto Snacks a base de banano (chifles) debido a que no tiene datos oficiales que permitan determinar su participación en balanza comercial y el impacto económico que tiene actualmente, en base a documentos e información obtenida de fuentes informativas se puede establecer que desde el 2020 al 2024 ha tenido una acogida significativa en el mercado internacional, se desconocen los datos de exportación del chifles al 2023 pues no hay información que nos de este dato certero y en el 2024 no se encontró una información completa por lo que se hizo una estimación en base a la información presentada de enero y septiembre de 2024 las exportaciones de plátano procesado hacia Estados Unidos, pasando de 14,30 mil toneladas a 32,17 mil toneladas. Este crecimiento contribuyó a un superávit en la balanza comercial presentada a diciembre 2024, donde consideramos es tomado en cuenta en los productos de exportación no petroleros, no tradicionales pertenecientes al grupo de elaborados de banano.

En este estudio se determinó que existen muchas barreras que frenan el avance de las exportaciones de Snacks a base de banano Chifles a los EE.UU. estos deben ser evaluados y atendidos por las entidades de correspondientes aportando a que esta

actividad comercial tenga el respaldo adecuado para su crecimiento en el mercado internacional, de las cuales se ha identificado las siguientes:

- Fluctuación de los precios internacionales
- La falta de acuerdos comerciales
- Barreras arancelarias
- Mejora de procesos aduaneros y desarrollo en la infraestructura logística
- Políticas de comercio exterior del país
- Incremento de aranceles con relación a otros países vecinos
- Desarrollo de nuevas tecnologías en las producción y exportación de productos elaborados.

La siguiente información muestra los resultados obtenidos al realizar la regresión lineal y el gráfico de dispersión dónde se puede visualizar el crecimiento de las exportaciones en los últimos 4 años, proyectando un crecimiento constante en esta actividad.

*Figura 12*

*Análisis de regresión lineal*

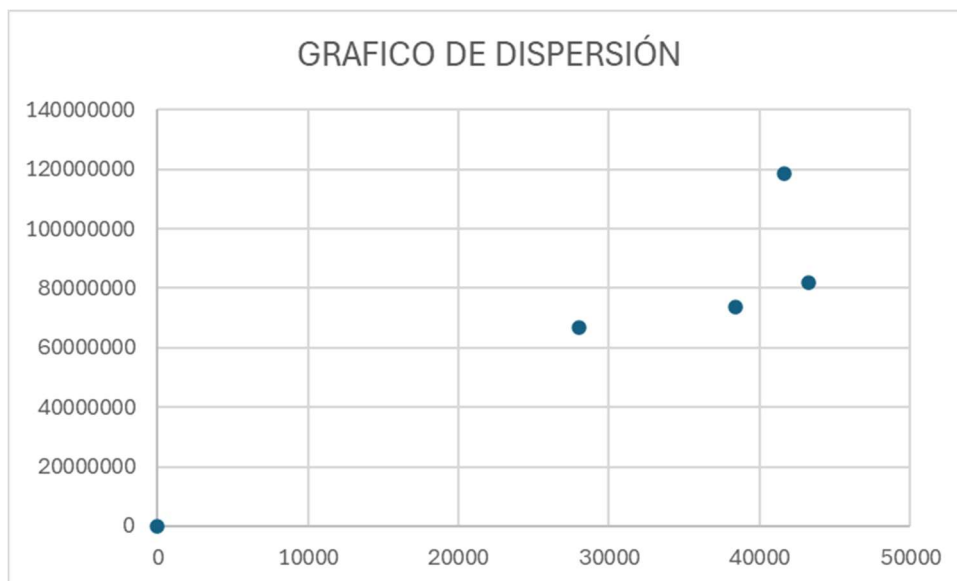
<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0,928111656
Coefficiente de determinación R <sup>2</sup>	0,861391246
R <sup>2</sup> ajustado	0,815188328
Error típico	18503799,34
Observaciones	5

ANÁLISIS DE VARIANZA					
	<i>Grados de libertad</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Valor crítico de F</i>
Regresión	1	6,38341E+15	6,38341E+15	18,64365463	0,022886649
Residuos	3	1,02717E+15	3,42391E+14		
Total	4	7,41058E+15			

	<i>Coefficientes</i>	<i>Error típico</i>	<i>Estadístico t</i>	<i>Probabilidad</i>	<i>Inferior 95%</i>	<i>Superior 95%</i>	<i>Inferior 95,0%</i>	<i>Superior 95,0%</i>
Intercepción	831244,8437	17675842,49	0,04702717	0,965447062	-55421174,79	57083664,48	-55421174,79	57083664,48
Toneladas	2229,475932	516,3417755	4,317829852	0,022886649	586,2459565	3872,705908	586,2459565	3872,705908

Figura 13

Gráfico de dispersión



En cuanto a la recopilación de datos de las entrevistas realizadas a personas que se dedican actualmente a la exportación de Snack a base de banano (chifles) y conocen el comportamiento comercial de las exportaciones en los últimos cinco años, el impacto que esto ha generado en la economía del país, a continuación, se detalla el resumen obtenido de las respuestas en cada una de las preguntas propuestas:

Tabla 6

Síntesis de las encuestas realizadas

N°	Pregunta	Síntesis De Los Comentarios.
1	¿Cómo ha observado usted que el desarrollo económico en el sector de la exportación de snacks a base de banano (chifles) ha impactado de manera local y en la apertura	Las personas entrevistadas mencionan que han visto un incremento en el consumo logrando que los snacks de banano sean más conocidos en mercados internacionales lo que ha permitido abrirse puertas a más mercados generando más

	de nuevos mercados en EE.UU.?	fuentes de empleo y aumentando los ingresos de las familias que se dedican a esta actividad.
2	¿Cuáles considera que son los beneficios comerciales obtenidos a través de la exportación del producto Snacks a base de banano (chifles) que ha impulsado el crecimiento en las exportaciones?	La apertura de nuevos mercados para la exportación de snacks a base de banano por ser rico en nutrientes, incrementando los ingresos por exportaciones para el país, el conocimiento de un nuevo producto nutritivo que a través de su exportación genera nuevas fuentes de empleo en cada etapa de su producción.
3	¿Considera usted que los productores y exportadores de Snacks a base de banano (chifles) cuentan con los conocimientos requeridos para extender sus importaciones a mercados internacionales como el de EE.UU. aprovechando al máximo su producción?	Los entrevistados mencionan que los pequeños y medianos exportadores no cuentan con los conocimientos necesarios para la exportación de productos como los snacks de banano, ya que, en su mayoría las grandes empresas abarcan el mercado, se debería realizar capacitaciones en temas asociados a esta actividad que les permita desarrollar de mejor manera esta actividad.
4	¿Cree usted que el gobierno ecuatoriano ha implementado las políticas o estrategias requeridas para fomentar el crecimiento en la exportación del producto Snacks a base de banano (chifles) impulsando la economía nacional?	De acuerdo con mencionado por los entrevistados manifiestan que se debería realizar un análisis a los acuerdos comerciales, políticas y desarrollar actividades que permitan una mejor ampliación en las exportaciones, brindando apoyo financiero, incentivos, capacitaciones que permitan mejorar la productividad e impulse la economía.
5	¿Cuáles han sido los mayores retos que ha enfrentado el sector bananero	Los entrevistados mencionan que los retos que más tienen es la competencia de países vecinos que tienen mayor experiencia en el mercado

	<p>específicamente de snacks a base de banano (Chifles) del país en relación a la apertura de mercados para la comercialización y exportación?</p>	<p>exportando estos snacks, el desconocimiento en mercados internacionales, la falta de apoyo gubernamental de forma financiera y en infraestructura que permita mejorar su producción cumpliendo los estándares de calidad que el mercado exige.</p>
<p>6</p>	<p>¿Qué medidas y estrategias considera necesarias para garantizar el crecimiento económico y comercial en la exportación de snacks a base de banano (Chifles) que beneficie a todos los actores involucrados, incluidos los pequeños productores?</p>	<p>Para impulsar la exportación de chifles y generar mejores beneficios para quienes se dedican a esta actividad, se necesita mayor apoyo del gobierno con capacitación técnica, acceso a financiamiento, mejora de infraestructura, participación en ferias internacionales, fomentar las asociaciones entre pequeños productores, incentivos comerciales y políticas públicas que fortalezcan al sector.</p>
<p>7</p>	<p>¿Cuáles son las principales barreras de exportación que tienen los productores de snacks a base de banano (Chifles) para incrementar el envío de este producto a mercados internacionales?</p>	<p>Las principales barreras que enfrentan los productores de snacks de banano son: altos costos de producción, falta de automatización en sus procesos, desconocimiento y poca información sobre requisitos internacionales para exportación, financiamiento muy reducido, ineficiencia en la capacidad de producción y poca promoción en el exterior, las barreras arancelarias impuestas y pocos acuerdos comerciales.</p>

*Nota: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos de los encuestados.*

Con base en las respuestas obtenidas por las personas entrevistadas en las preguntas de la 1 a la 3 podemos destacar varios beneficios que han aportado a la exportación de snacks a base de banano chifles como son:

**Crecimiento del producto en mercados internacionales:** Debido a que este producto ha logrado llegar a EE.UU., países de Europa y Asia.

**Generación de nuevas fuentes de empleo:** Permitiendo que varias familias que se dedican a esta actividad mejoren sus ingresos y calidad de vida.

**Reconocimiento de este producto como un snack nutritivo y saludable:** Genera mayor distribución y presencia en países extranjeros.

**Participación en actividades internacionales:** Que les ha permitido llegar a nuevos mercados logrando ser reconocidos y apetecidos.

En cuanto a lo mencionado por los entrevistados en las preguntas de la 4 a la 7 se ha identificado que las barreras a las que se enfrentan principalmente los exportadores de snacks a base de banano chifles al ofertarlos a mercados internacionales como el de EE.UU. entre ellas podemos destacar las siguientes:

**Capacitación para los productores que se dedican a la exportación:** que permita a los productores de snacks a base de banano estar más capacitados en temas arancelarios, posicionamiento en mercados internacionales, aranceles, producción, calidad de productos y más temas que fortalezcan su actividad.

**Inversión en infraestructura:** Que permita automatizar sus procesos logrando una producción más limpia que les ayude a optimizar mejor su tiempo y recursos.

**Acuerdos comerciales y políticas arancelarias:** Que beneficien a los productores y exportadores procurando mantener su competitividad con países vecinos y accedan a nuevos mercados.

**Financiamiento e incentivos comerciales:** que sean de su apoyo para poder mejorar su producción, mano de obra, capacitación y creación de nuevas fuentes de empleo. Con el fin de establecer la correlación que tiene el impacto comercial y el crecimiento económico en las exportaciones de snacks a base de banano (chifles) se realizó el análisis estadístico mediante la determinación del Alfa de Cronbach para demostrar la consistencia de las respuestas obtenidas por las personas entrevistadas y el análisis de regresión lineal para evidenciar la relación que tiene la apertura comercial y el crecimiento económico de las exportaciones.

**Variable independiente:** Apertura comercial y políticas económicas para el mercado ecuatoriano en la producción de Snacks a base de banano (chifles).

**Variable dependiente:** Crecimiento económico de las exportaciones a EE.UU. de Snacks a base de banano (chifles) (toneladas y dólares).

Tabla 7

Resultados de correlación

DESCRIPCIÓN	VALOR ESTADÍSTICO	INTERPRETACIÓN
<b>ALFA DE CRONBACH (CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO)</b>	0,716	El instrumento es muy confiable
<b>COEFICIENTE DE CORRELACIÓN</b>	0,928	Relación muy fuerte y directa entre las variables
<b>VALOR CRÍTICO DE F</b>	0,023	Es estadísticamente significativo

*Nota: Elaboración propia con base a resultados de correlación en Excel.*

El valor obtenido al determinar el Alfa de Cronbach es de 0.71 lo que significa que las preguntas planteadas tienen una alta consistencia lo que indica que la aplicación del instrumento es muy confiable para esta investigación.

En cuanto a la relación planteada tuvimos un coeficiente de correlación lineal de 0.928 lo cual indica que hay una relación directa y muy fuerte entre las variables, esto quiere decir que a medida que crece la aceptación comercial del producto snacks a base de banano chifles en la exportación por toneladas, el impacto económico tiende a ser más alto generando mayores ingresos por exportaciones al país.

En cuanto al valor crítico de F o también conocido como valor-p es 0.023 en el análisis de regresión, lo que indica que la relación planteada es estadísticamente significativa, afirmando que la hipótesis planteada tiene una correlación directa.

Con base en los resultados obtenidos y el análisis realizado podemos determinar que la apertura comercial y las políticas económicas para el mercado ecuatoriano en la producción de Snacks a base de banano impactan directamente en la economía de las exportaciones a mercados internacionales como EE.UU., y otros países, lo que evidencia la importancia de la exportación y desarrollo como parte del sector bananero.

Así también basándonos en las entrevistas a varias personas que se encuentran dentro de esta actividad podemos mencionar que la apertura comercial ayuda al desarrollo de los productores de snacks a base de banano impactando en el crecimiento económico de las exportaciones que ha generado el reconocimiento

por su aporte nutritivo y saludable en mercados internacionales, que le han brindado buena acogida abriéndoles puertas para su expansión global y generando nuevas fuentes de empleo, sin embargo, recalcan la importancia de que se trabaje en apoyarlos para mejorar los acuerdos comerciales y políticas arancelarias, capacitación en temas relevantes a esta actividad, mejoras de infraestructura y posiblemente automatización para su producción, otorgar financiamiento junto con beneficios comerciales que aporten a quienes se dedican a esta actividad y que impulsen las exportaciones, debido a que los snacks a base de banano chifles tienen una buena acogida por ser elaborados del banano ecuatoriano mismo que es muy cotizado y valorado en el extranjero por su calidad.

## 5.2. DISCUSIÓN

Según los datos obtenidos en esta investigación, (Cedeño & Heredia, 2023) señalan que las exportaciones e importaciones entre países mejoran la economía de estos beneficiándose así del comercio internacional para tener una continua trazabilidad de los procesos para el ingreso en los mercados extranjeros de los productos nacionales o viceversa. Indudablemente, el comercio internacional abre puertas alrededor del mundo, para crear lazos comerciales y conocer las diferencias culturales. Es así que las exportaciones en producción local tienen amplias oportunidades de crecimiento económico y comercial en mercados como EE.UU, Europa y Asia logrando el reconocimiento de marcas ecuatorianas en los diferentes países y continentes, el banano junto con sus derivados han tenido una alta acogida en la exportaciones que han impactado positivamente en la economía del Ecuador, siendo parte de estos productos los snacks a base de banano chifles como una opción rica en nutrientes y saludable pese a tener barreras que han frenado su evolución, esto se puede respaldar en los resultados de investigaciones realizadas y las entrevistas a los expertos.

De acuerdo con las entrevistas a personas que se dedican a esta actividad podemos destacar que las exportaciones han generado un impacto positivo en la economía del Ecuador al generar un incremento de empleo, ingresos, reconocimiento comercial mediante el envío de este producto a EE.UU., países de Europa y Asia. Pese a esto este sector productivo no cuenta con información oficial levantada por parte de las autoridades dentro de los datos sobre derivados del banano, para poder establecer un número real de exportaciones por toneladas e ingresos generados por esta actividad, sin embargo, las barreras en la exportación de este snack han frenado su crecimiento señalan las personas entrevistadas, así también esto se puede constatar con lo expuesto el artículo de (Realidadeconomica.es, 2024) Ecuador ha tenido la oportunidad mediante el comercio internacional de diversificar su base productiva y mejorar la eficiencia en sectores económicos. Para la economía Ecuatoriana ha sido fundamental la exportación de productos agrícolas, como el banano y el cacao, generando ingresos significativos y contribuyendo al desarrollo de poblaciones rurales, Sin embargo este sector ha tenido que enfrentar barreras como la competencia de países vecinos causando la disminución de la producción nacional lo que ocasiona pérdida de empleos, limitar el acceso a nuevos mercados por la falta de acuerdos comerciales y barreras arancelarias presentes, así también el escaso desarrollo de infraestructura logística y que detiene la mejora en los procesos aduaneros son aspectos relevantes para aprovechar las oportunidades del comercio exterior en Ecuador, la falta de capacitación, financiamiento y beneficios comerciales que impulsen de mejor manera el crecimiento de este producto en los mercados, así también el levantamiento de información oficial que permita un análisis más especializado en los factores que afecten directamente a la producción y exportación de snacks a base de banano chifles.

## 6. Conclusiones

---

Una vez levantada la información sobre el impacto económico y comercial en el mercado ecuatoriano generado por la exportación del producto snacks a base de banano (chifles) al mercado de EE.UU., podemos determinar que no existe suficiente información de fuentes oficiales que desplieguen datos históricos sobre las exportaciones sin embargo se ha podido determinar que sigue creciendo y ampliando su mercado internacional, podemos sugerir que se podría clasificar dentro de las exportaciones no petroleras en los productos elaborados del banano donde se pueda llevar un registro de sus exportaciones año a año pues los datos publicados por otras investigaciones, artículos de revistas, entrevistas y otros no muestran la exportación por localidades y por todos los años, limitando el análisis del impacto que tiene en las exportaciones.

Las personas entrevistadas dedicadas a esta actividad señalan que la exportación de snacks a base de banano chifles ha generado un crecimiento en mercado internacionales como EE.UU., países de Europa y Asia, logrando la generación de nuevas fuentes de empleo que ha permitido que varias familias que se dedican a esta actividad mejoren sus ingresos y calidad de vida, también han reconocido al producto como un snack nutritivo y saludable, sin embargo se ha identificado que las principales barreras a las que se enfrentan los exportadores son la falta de capacitación para quienes se dedican a esta actividad en temas de exportación, también es realizar inversión en infraestructura que permita automatizar sus procesos, por otro lado se debería lograr mejores acuerdos comerciales y políticas arancelarias que beneficien a los productores y exportadores procurando mantener su competitividad con países vecinos, otro recurso que se puede revisar es brindar financiamiento e incentivos comerciales que apoyen a esta actividad comercial.

En cuanto al desarrollo estadístico aplicado a este trabajo de investigación se pudo determinar que existe una correlación directa y muy fuerte entre la apertura comercial y políticas económicas para el mercado ecuatoriano en la producción de

Snacks a base de banano con el crecimiento económico de las exportaciones, asegurando la confiabilidad del instrumento aplicado a este artículo, es importante mencionar que en los datos obtenidos todos los estudios mencionan a EE.UU. como uno de los principales países que importan los productos de banano y sus derivados para su consumo, mismo que tiene una tendencia de crecimiento en exportaciones para los próximos años por su aceptación y expansión en los mercados internacionales cumpliendo con las expectativas del mercado internacional.

## Referencias

---

- Aguilar, L., Hidalgo, D., & Arias, J. (2024). Estrategias Competitivas para la Internacionalización del Snack de Banano al Mercado Coreano . *Ciencia Latina*, 290-310.
- Andrade, M. (20 de Octubre de 2016). *DISEÑO DE PLAN DE EXPORTACIÓN DE SNACK (CHIFLES DE PLÁTANO) HACIA LA CIUDAD DE HAMBURGO-ALEMANIA*. Obtenido de Observatorio Economía Latinoamericana:  
<https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2016/chifles.html>
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2023). *Evolución de la Balanza Comercial por Productos*. Quito: BCE.
- Banco Central del Ecuador. (2025). *BOLETÍN ANALÍTICO TRIMESTRAL DE COMERCIO EXTERIOR*. Quito: BCE.
- Banco Central del Ecuador. (2025). *Evolución de la Balanza Comercial por Productos Febrero 2025*. Quito: BCE.
- Calles-García, J., & González-Pérez, P. (2011). *La Biblia del Footprinting*.
- Carrion, J. P., & Salcedo, M. E. (2023). Normativas para impulsar la internacionalización de emprendimientos de snacks. *Polo del Conocimiento*, 3086-3108.
- Cedeño, A. D., & Heredia, M. O. (Septiembre de 2023). *REPORSITORIO UG*. Obtenido de REPOSITORIO UG:  
<https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/c4393742-98c3-41d6-99cd-3093434dc38e/content>
- Cedeño, A., & Heredia, M. (Septiembre de 2023). *Plan de procesos para exportación de snack chifles a China dirigido a exportadores de la*. Obtenido de  
<https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/c4393742-98c3-41d6-99cd-3093434dc38e/content>
- Celina Oviedo, H., & Campo Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 575-576.

- Datasur. (21 de Noviembre de 2023). *Datasur*. Obtenido de Ecuador: Un Protagonista en el Comercio Internacionalx: <https://www.datasur.com/ecuador-en-el-comercio-internacional/>
- El Universo. (9 de abril de 2025). 'Sería difícil, casi imposible, mover a otros mercados el plátano que va a EE. UU.'. *EL UNIVERSO Economía*.
- Extra.ec. (2024). *Chifles ecuatorianos: el sabor que conquista mercados en EE. UU. y Reino Unido*. Obtenido de <https://www.extra.ec/noticia/actualidad/chifles-ecuatorianos-sabor-conquista-mercados-ee-uu-reino-unido-117944.html>
- León, J., Espinosa, M., Carvajal, H., & Quezada, J. (2023). Análisis de la producción y comercialización de banano en la provincia de El Oro en el periodo 2018-2022. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7494-7507.
- León, L., Arcaya, M., Barbotó, N., & Bermeo, Y. (2020). Ecuador: Análisis comparativo de las Exportaciones de banano orgánico y convencional e incidencia en la Balanza Comercial, 2018. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*.
- Lifeder. (21 de Enero de 2021). *Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos*. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/tecnicas-instrumentos-recoleccion-datos/>
- López, A., Muchari, D., Ticona, C., & Osorio, Y. (2014). *PLAN DE EXPORTACIÓN DE SNACKS DE PLÁTANOS CHIFLES*. Lima.
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Mercados un enfoque práctico quinta edición*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Manabi Noticias. (25 de Julio de 2021). Los 'snacks' de plátano se diversifican y entran a más de 10 países. La mayor planta está en el sur de Manabí. Manabi, Ecuador. Obtenido de Manabi Noticias: <https://manabinoticias.com/los-snacks-de-platano-se-diversifican-y-entran-a-mas-de-10-paises-la-mayor-planta-esta-en-el-sur-de-manabi/>
- Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca, MPCEIP. (2025). *Ecuador, líder en exportaciones de banano orgánico hacia la Unión Europea*. Obtenido de Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca, MPCEIP: <https://www.produccion.gob.ec/ecuador-lider-en-exportaciones-de-banano-organico-hacia-la-union-europea/>

- Quevedo, E., Valarezo, C., Prado, E., & Renteria, J. (2024). Análisis de los Beneficios Económicos y Ambientales: Producción de Banano Orgánico. *Ciencia Latina*. Realidadeconomica.es. (27 de Enero de 2024). *Realidad Económica*. Obtenido de El impacto del comercio internacional en Ecuador: Perspectivas y oportunidades: <https://www.realidadeconomica.es/comercio-internacional-en-ecuador/27029>
- Rosales Andrade, M. J. (18 de Diciembre de 2024). *Producen dos Toneladas de Chifles al día y hoy Llegan a Reino Unido y EEUU*. Obtenido de forbes.com.ec: <https://www.forbes.com.ec/negocios/producen-dos-toneladas-chifles-dia-hoy-llegan-reino-unido-eeuu-n64562/amp>
- Salto, M. M. (13 de Diciembre de 2024). *Forbes*. Obtenido de Ecuador es el primer exportador de plátano fresco en el mundo: <https://www.forbes.com.ec/negocios/ecuador-primer-exportador-platano-fresco-mundo-n64259#:~:text=Ecuador%2C%20entre%20enero%20y%20septiembre,US%24%2088%2C92%20millones>.
- Tacuri, E., Vivas, J., López, F., & González, P. (2022). Preferencia de snack de plátano Musa SP en el cantón El Carmen, Ecuador. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 616-624.
- Villón, J. (25 de Julio de 2021). Jorge Villón Reyes. *En Universo*, pág. 13.
- Vistazo. (2022). *Vistazo*. Obtenido de Más alimentos ecuatorianos llegan a nuevos países: <https://www.vistazo.com/enfoque/mas-alimentos-ecuatorianos-llegan-a-nuevos-paises-DM3248036>
- www.elhacker.net. (s.f.). *www.elhacker.net*. Obtenido de [https://www.elhacker.net/trucos\\_google.html](https://www.elhacker.net/trucos_google.html)