



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR**

**TEMA:**

**“ACUERDO COMERCIAL MULTIPARTES Y SU INCIDENCIA EN  
LAS EXPORTACIONES DE BANANO AL MERCADO ESPAÑOL”**

**TUTOR:**

**MGS. MAYRA KARINA ASANZA VALENCIA**

**AUTORES:**

**EDISON RODRIGO BETUN GUAMUSHI  
PAOLA MARIA MEJILLONES YAGUAL**

**GUAYAQUIL - ECUADOR**

**2022**

| <b>REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>   |   |
|---|---|
| <b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>   |   |
| <b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b><br>“ACUERDO COMERCIAL MULTIPARTES Y SU INCIDENCIA EN LAS EXPORTACIONES DE BANANO AL MERCADO ESPAÑOL”   |   |
| <b>AUTOR/ES:</b><br>EDISON RODRIGO BETUN GUAMUSHI.<br>PAOLA MARIA MEJILLONES YAGUAL.  | <b>REVISORES O TUTORES:</b><br>MGS. MAYRA KARINA ASANZA VALENCIA. |
| <b>INSTITUCIÓN:</b><br><b>Universidad Laica Vicente Roca fuerte de Guayaquil</b>  | <b>Grado obtenido:</b><br>Ingeniería en Comercio Exterior.        |
| <b>FACULTAD:</b><br>Facultad de Administración.   | <b>CARRERA:</b><br>Carrera de Comercio Exterior.                  |
| <b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b><br>2022  | <b>N. DE PAGS:</b><br><b>100</b>                                  |
| <b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> Educación Comercial y Administración  |   |
| <b>PALABRAS CLAVES:</b> Industria, Exportación, Balanza Comercial, Acuerdo bilateral.   |   |
| <p><b>RESUMEN:</b> La presente investigación tiene como objetivo analizar el Acuerdo Comercial Multipartes y su incidencia en las exportaciones de banano ecuatoriano al mercado español, a través de una investigación descriptiva que permita evidenciar el impacto económico en la industria bananera del Ecuador. En este sentido, para lograrlo se analizaron los beneficios de este acuerdo y el impacto que tendría en el sector exportador bananero. También se hizo un análisis de la situación de la industria bananera en materia de cultivos, producción, exportación y costos, tomando como base el período 2014 – 2019 para establecer un antes y después del ACM, para que de esta manera se puede determinar el impacto económico que este acuerdo ha tenido en las exportaciones de banano que se dirigen al mercado español. Por esta razón, se llevó a cabo un estudio de diseño no experimental, de tipo descriptivo y enfoque cuantitativo porque se aplicó una técnica como la entrevista a un grupo de 113 empresas del sector bananero de la provincia del Guayas, para tener una muestra que determine el impacto de este acuerdo a partir de su entrada en vigor. Finalmente, con base en los resultados obtenidos se determinó que la necesidad de implementar una estrategia que básicamente tiene dos enfoques: (a) mejorar la promoción del banano ecuatoriano en el mercado español y (b) reducir los costos de producción para que sea más competitivo respecto a países como Costa Rica y Colombia, que son los líderes en el mercado español.</p> |   |
| <b>N. DE REGISTRO (en base de datos):</b>   | <b>N. DE CLASIFICACIÓN:</b>                                       |

|   |  |  |
|---|--|--|
| <b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>   |  |  |
| <b>ADJUNTO PDF:</b>   | <b>SI</b> <input checked="" type="checkbox"/>  | <b>NO</b> <input type="checkbox"/>                               |
| <b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b><br>EDISON RODRIGO BETUN GUAMUSHI<br>PAOLA MARIA MEJILLONES YAGUAL | <b>Teléfono:</b><br>098 294 0071<br>098 243 2427   | <b>E-mail:</b><br>ebetun@ulvr.edu.ec<br>pmejillonesy@ulvr.edu.ec |
| <b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>  | MAE. Oscar Machado Álvarez DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN<br>Teléfono: 2596500 Ext. 201<br>E-mail: <a href="mailto:omachadoa@ulvr.edu.ec">omachadoa@ulvr.edu.ec</a><br><br>PhD. Mónica Villamar Mendoza.<br>DIRECTORA DE LA CARRERA<br>Teléfono: 2596500 Ext. 264<br>E-mail: <a href="mailto:mvillamarm@ulvr.edu.ec">mvillamarm@ulvr.edu.ec</a> |  |

## CERTIFICADO DE SIMILITUDES

### FINAL

#### INFORME DE ORIGINALIDAD

|                     |                     |               |                         |
|---------------------|---------------------|---------------|-------------------------|
| 8%                  | 7%                  | 2%            | 4%                      |
| INDICE DE SIMILITUD | FUENTES DE INTERNET | PUBLICACIONES | TRABAJOS DEL ESTUDIANTE |

#### FUENTES PRIMARIAS

|   |   |     |
|---|---|-----|
| 1 | repositorio.ulvr.edu.ec<br>Fuente de Internet               | 1%  |
| 2 | www.eumed.net<br>Fuente de Internet                         | 1%  |
| 3 | Submitted to UNIV DE LAS AMERICAS<br>Trabajo del estudiante | 1%  |
| 4 | issuu.com<br>Fuente de Internet                             | <1% |

*Mayra Asanza V.*

Firma: \_\_\_\_\_

Mayra Asanza Valencia

C.I. # 0919848861

## **CERTIFICADO DE DERECHOS PATRIMONIALES**

Los egresados Edison Betún y Paola Mejillones declaran bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos patrimoniales y de titularidad a la UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL, según lo establece la normativa vigente.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar “ACUERDO COMERCIAL MULTIPARTES Y SU INCIDENCIA EN LAS EXPORTACIONES DE BANANO AL MERCADO ESPANOL”



Firma: \_\_\_\_\_

EDISON BETÚN

CI. 0941634651



Firma: \_\_\_\_\_

PAOLA MEJILLONES

CI. 0931225908

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación “**ACUERDO COMERCIAL MULTIPARTES Y SU INCIDENCIA EN LAS EXPORTACIONES DE BANANO AL MERCADO ESPANOL**”, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad LAICA VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **ACUERDO COMERCIAL MULTIPARTES Y SU INCIDENCIA EN LAS EXPORTACIONES DE BANANO AL MERCADO ESPANOL**” presentado por los estudiantes Edison Betún y Paola Mejillones, como requisito previo, para optar al Título de Ingeniería en Comercio Exterior, encontrándose apto para su sustentación

*Mayra Asanza V.*

Firma: -----

MAYRA ASANZA VALENCIA

C.I. 0919848861

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por su amor y bondad, a mis padres Maximiliano Betún y Pastoriza Guamushi por ser el pilar fundamental para culminar mi carrera, gracias por su apoyo incondicional en todo momento.

Agradezco a mi familia, hermanos, amigos, conocidos, por el apoyo brindado para mi crecimiento personal y académico.

**Edison Rodrigo Betún Guamushi**

En primera instancia quiero agradecer a Dios por permitirme continuar con uno de mis planes y otorgarme salud, a mis educadores quienes aportaron y compartieron sus conocimientos.

Agradezco a mi familia por su atención y apoyo para no abandonar mis metas.

**Paola María Mejillones Yagual**

## **DEDICATORIA**

Este proyecto académico va dedicado a Dios por darme la vida y salud, a mis padres Maximiliano Betún y Pastoriza Guamushi por acompañarme en todo momento, por sus esfuerzos, por sus consejos, por enseñarme a luchar para alcanzar mis objetivos.

Finalmente a ese pequeño grupo de amigos que forman parte de mi vida.

**Edison Rodrigo Betún Guamushi**

Esta tesis va dedicada a mi familia, quienes me ayudaron en todo momento y me motivaron a que no me rindiera. A mi madre por ser tan maravillosa conmigo y apoyarme sin dudar de mis capacidades.

También quiero dedicarlo a mi querida hermana a quien quiero y aprecio muchísimo, me supo motivar y estuvo acompañándome en todo momento a pesar de las circunstancias que se presentaban a lo largo de este proceso.

**Paola María Mejillones Yagual**

## ÍNDICE GENERAL

|   |       |
|---|-------|
| PORTADA .....                               | I     |
| ÍNDICE GENERAL .....                        | IX    |
| ÍNDICE DE TABLAS .....                      | XIII  |
| ÍNDICE DE FIGURAS .....                     | XIV   |
| ÍNDICE DE ANEXOS .....                      | XVI   |
| RESUMEN .....                               | XVII  |
| ABSTRACT .....                              | XVIII |
| INTRODUCCIÓN.....                           | 1     |
| CAPÍTULO I.....                             | 2     |
| DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....               | 2     |
| 1.1 Tema .....                              | 2     |
| 1.2 Planteamiento del problema.....         | 2     |
| 1.3 Formulación del problema .....          | 4     |
| 1.4 Sistematización del problema .....      | 4     |
| 1.5 Objetivos de la investigación .....     | 4     |
| 1.5.1 Objetivo general .....                | 4     |
| 1.5.2 Objetivos específicos .....           | 5     |
| 1.6 Justificación de la investigación ..... | 5     |
| 1.7 Delimitación del problema.....          | 6     |
| 1.8 Idea a Defender .....                   | 7     |
| 1.8.1 Identificación de variables.....      | 7     |

|                                |  |    |
|--------------------------------|--|----|
| 1.9                            | Línea de Investigación Institucional.....  | 7  |
| CAPÍTULO II.....               |  | 8  |
| MARCO TEÓRICO REFERENCIAL..... |  | 8  |
| 2.1                            | Antecedentes de la investigación.....  | 8  |
| 2.1.1                          | Generalidades del banano.....  | 8  |
| 2.1.2                          | Generalidades de la Unión Europea.....   | 9  |
| 2.1.3                          | Relaciones comerciales entre Ecuador y la Unión Europea.....   | 10 |
| 2.1.4                          | Recopilación de la información de las exportaciones del sector bananero en el período 2014 – 2019..... | 13 |
| 2.1.4.1                        | Exportaciones del banano ecuatoriano.....  | 13 |
| 2.1.4.2                        | Mercados de destino del banano ecuatoriano.....  | 15 |
| 2.1.4.3                        | Producción nacional del banano ecuatoriano.....  | 16 |
| 2.1.4.4                        | Número de establecimientos registrados como productoras de banano ...                                  | 17 |
| 2.1.4.5                        | Empleo generado por las empresas de banano.....  | 19 |
| 2.1.4.6                        | Ventas y Valor Agregado Bruto del sector bananero.....   | 20 |
| 2.2                            | Marco Teórico.....   | 22 |
| 2.2.1                          | La Ventaja Competitiva de las Naciones.....  | 22 |
| 2.2.2                          | Teoría de la ventaja comparativa de Ricardo.....   | 23 |
| 2.2.3                          | Teoría del proteccionismo.....   | 24 |
| 2.2.4                          | Teorías de la integración y cooperación.....   | 26 |
| 2.2.5                          | Acuerdos Comerciales.....  | 27 |
| 2.2.6                          | La Logística.....  | 28 |

|                                      |   |    |
|--------------------------------------|---|----|
| 2.3                                  | Marco Conceptual.....   | 29 |
| 2.4                                  | Marco Legal.....  | 30 |
| 2.4.1                                | Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea..... | 30 |
| 2.4.2                                | Constitución de la República del Ecuador.....                       | 31 |
| 2.4.3                                | Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones.....        | 32 |
| CAPÍTULO III.....                    |   | 36 |
| METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN..... |   | 36 |
| 3.1                                  | Método y tipo de la investigación.....                              | 36 |
| 3.2                                  | Enfoque.....  | 36 |
| 3.3                                  | Técnicas de investigación.....                                      | 37 |
| 3.4                                  | Población y muestra.....  | 38 |
| 3.4.1                                | Población.....  | 38 |
| 3.4.2                                | Muestra.....  | 38 |
| 3.5                                  | Análisis de los resultados.....                                     | 39 |
| 3.5.1                                | Resultados de las encuestas.....                                    | 39 |
| 3.5.2                                | Resultados de la observación documental.....                        | 47 |
| CAPÍTULO IV.....                     |   | 48 |
| INFORME FINAL.....                   |   | 48 |
| 4.1                                  | Generalidades.....  | 48 |
| 4.2                                  | Análisis del entorno.....   | 49 |
| 4.2.1                                | Factores Políticos.....   | 49 |
| 4.2.2                                | Factores Económicos.....  | 50 |

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 4.2.3 | Factores Socioculturales .....  | 52 |
| 4.2.4 | Factores Tecnológicos .....   | 53 |
| 4.3   | Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter.....  | 55 |
| 4.3.1 | Poder de negociación de proveedores .....   | 55 |
| 4.3.2 | Poder de negociación de los clientes .....  | 56 |
| 4.3.3 | Amenaza de productos sustitutos .....   | 56 |
| 4.3.4 | Amenaza de nuevos entrantes.....  | 57 |
| 4.3.5 | Rivalidad entre competidores existentes .....   | 58 |
| 4.4   | Análisis FODA.....  | 59 |
| 4.5   | Interpretación de la información recopilada de las exportaciones de banano antes y después de la firma del ACM..... | 61 |
| 4.6   | Impacto económico del sector bananero en el período 2014 – 2019.....  | 63 |
|       | CONCLUSIONES.....   | 67 |
|       | RECOMENDACIONES .....   | 69 |
|       | REFERENCIAS .....   | 73 |
|       | ANEXOS .....  | 76 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1. <i>Variedades más populares del banano</i> .....  | 8  |
| Tabla 2. <i>Fecha de adhesión a la Unión Europea</i> .....   | 10 |
| Tabla 3. <i>Participación del Banano en las exportaciones totales y no petroleras, período 2014 - 2019</i> ..... | 15 |
| Tabla 4. <i>Producción de banano en toneladas durante el 2014 – 2018, por provincia</i> .....                    | 16 |
| Tabla 5. <i>Descripción de las técnicas e instrumentos de la investigación</i> .....                             | 37 |
| Tabla 6. <i>Cálculo de la muestra de una población finita</i> .....  | 38 |
| Tabla 7. <i>Número de cajas que exporta a la semana</i> .....  | 40 |
| Tabla 8. <i>Percepción acerca del ACM</i> .....  | 41 |
| Tabla 9. <i>Impacto del ACM en la producción de banano</i> .....   | 42 |
| Tabla 10. <i>Se acoge a algún beneficio fiscal</i> .....   | 43 |
| Tabla 11. <i>El ACM ha mejorado la situación económica del sector bananero</i> .....                             | 44 |
| Tabla 12. <i>Beneficios que podría generar el ACM</i> .....  | 45 |
| Tabla 13. <i>Aspectos que debe mejorar el Ecuador para ser más competitivo</i> .....                             | 46 |
| Tabla 14. <i>Matriz estratégica PEST</i> .....   | 55 |
| Tabla 15. <i>Matriz estratégica de Cinco Fuerzas de Porter</i> .....   | 59 |
| Tabla 16. <i>Análisis FODA del sector bananero del Ecuador</i> .....   | 60 |
| Tabla 17. <i>Datos recopilados de las exportaciones de banano antes y después de la firma del ACM</i> .....      | 62 |
| Tabla 18. <i>Participación del sector banano al PIB</i> .....  | 63 |
| Tabla 19. <i>Tasas de variación del sector bananero y el PIB</i> .....   | 65 |
| Tabla 20. <i>Correlación entre las cifras del sector bananero y el PIB</i> .....                                 | 66 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| <i>Figura 1.</i> Principales productos ecuatorianos exportados a la Unión Europea durante el año 2018.....                             | 3  |
| <i>Figura 2.</i> Balanza Comercial entre Ecuador y la Unión Europea, período 2014-2019. ....   | 11 |
| <i>Figura 3.</i> Productos que Ecuador exporta a la Unión Europea.....   | 12 |
| <i>Figura 4.</i> Productos que Ecuador importa desde la Unión Europea.....   | 12 |
| <i>Figura 5.</i> Exportación mundial del banano por región, período 2015 - 2019.....   | 13 |
| <i>Figura 6.</i> Exportaciones de banano del Ecuador durante el período 2014 – 2019. Adaptado del Banco Central del Ecuador, 2020..... | 14 |
| <i>Figura 7.</i> Destino de las exportaciones bananeras del Ecuador, realizadas en el período 2014 – 2019.....                         | 16 |
| <i>Figura 8.</i> Empresas productos de banano durante el período 2015 - 2019.....  | 18 |
| <i>Figura 9.</i> Tamaño de las empresas productoras de banano, durante el período 2015 - 2019..  | 19 |
| <i>Figura 10.</i> Empleo generado por las empresas bananeras durante el período 2015 - 2019.....                                       | 19 |
| <i>Figura 11.</i> Empresas productos de banano durante el período 2015 - 2019.....   | 20 |
| <i>Figura 12.</i> Valor Agregado Bruto de las empresas productoras de banano, durante el período 2015 – 2019.....                      | 21 |
| <i>Figura 13.</i> Factores que condicionan la ventaja de una nación .....  | 22 |
| <i>Figura 14.</i> Medidas proteccionistas más comunes .....  | 25 |
| <i>Figura 15.</i> Elementos esenciales de la cadena de suministro .....  | 29 |
| <i>Figura 16.</i> Cajas semanales (exportadores) .....   | 40 |
| <i>Figura 17.</i> Percepción acerca del ACM.....   | 41 |
| <i>Figura 18.</i> Impacto del ACM en la producción de banano.....  | 42 |
| <i>Figura 19.</i> Se acoge a algún beneficio fiscal .....  | 43 |
| <i>Figura 20.</i> El ACM ha mejorado la situación económica del sector bananero .....  | 44 |
| <i>Figura 21.</i> Beneficios que podría generar el ACM.....  | 45 |
| <i>Figura 22.</i> Aspectos que debe mejorar el Ecuador para ser más competitivo .....  | 46 |
| <i>Figura 23.</i> Variación del producto interno bruto, período 2014 – 2019.....   | 50 |
| <i>Figura 24.</i> Evolución del riesgo país, período 2014 – 2019.....  | 51 |
| <i>Figura 25.</i> Evolución de la inflación, período 2014 – 2019.....  | 51 |
| <i>Figura 26.</i> Balanza Comercial entre Ecuador y España, período 2014 – 2019. ....  | 52 |
| <i>Figura 27.</i> Uso del internet.....  | 53 |
| <i>Figura 28.</i> Gasto en Investigación y Desarrollo del Ecuador hasta el 2014.....   | 54 |

|   |    |
|---|----|
| <i>Figura 29.</i> Importaciones de banano realizadas por España a nivel mundial, período 2014 – 2019..... | 57 |
| <i>Figura 30.</i> Principales países que abastecen de banano a España. ....                               | 58 |
| <i>Figura 31.</i> Exportaciones del banano ecuatoriano hacia España, período 2014 – 2019.....             | 61 |
| <i>Figura 32.</i> Dispersión entre la Exportación de Banano y el PIB .....                                | 65 |

## ÍNDICE DE ANEXOS

|   |    |
|---|----|
| Anexo 1. Listado de Empresas Bananeras de Guayaquil ..... | 76 |
| Anexo 2. Formato de Encuesta.....                         | 81 |

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo analizar el Acuerdo Comercial Multipartes y su incidencia en las exportaciones de banano ecuatoriano al mercado español, a través de una investigación descriptiva que permita evidenciar el impacto económico en la industria bananera del Ecuador. En este sentido, para lograrlo se analizaron los beneficios de este acuerdo y el impacto que tendría en el sector exportador bananero. También se hizo un análisis de la situación de la industria bananera en materia de cultivos, producción, exportación y costos, tomando como base el período 2014 – 2019 para establecer un antes y después del ACM, para que de esta manera se puede determinar el impacto económico que este acuerdo ha tenido en las exportaciones de banano que se dirigen al mercado español. Por esta razón, se llevó a cabo un estudio de diseño no experimental, de tipo descriptivo y enfoque cuantitativo porque se aplicó una técnica como la entrevista a un grupo de 113 empresas del sector bananero de la provincia del Guayas, para tener una muestra que determine el impacto de este acuerdo a partir de su entrada en vigor. Finalmente, con base en los resultados obtenidos se determinó que la necesidad de implementar una estrategia que básicamente tiene dos enfoques: (a) mejorar la promoción del banano ecuatoriano en el mercado español y (b) reducir los costos de producción para que sea más competitivo respecto a países como Costa Rica y Colombia, que son los líderes en el mercado español.

### *Palabras claves:*

Industria, Exportación, Balanza Comercial, Acuerdo bilateral.

## **ABSTRACT**

The objective of this research is to analyze the Multiparty Trade Agreement and its impact on Ecuadorian banana exports to the Spanish market, through a descriptive research that allows evidence of the economic impact on the Ecuadorian banana industry. In this sense, to achieve this, the benefits of this agreement and the impact it would have on the banana export sector were analyzed. An analysis was also made of the situation of the banana industry in terms of crops, production, export and costs, based on the period 2014 - 2019 to establish a before and after the MCA, so that in this way the impact can be determined. economic that this agreement has had in banana exports that go to the Spanish market. For this reason, a non-experimental design study was carried out, of a descriptive type and quantitative approach because a technique such as the interview was applied to a group of 113 companies in the banana sector of the province of Guayas, to have a sample that determines the impact of this agreement as of its entry into force. Finally, based on the results obtained, it was determined that the need to implement a strategy that basically has two approaches: (a) improve the promotion of Ecuadorian bananas in the Spanish market and (b) reduce production costs to make it more competitive compared to countries like Costa Rica and Colombia, which are the leaders in the Spanish market.

### ***Keywords:***

Industry, Export, Trade Balance, Bilateral Agreement.

## INTRODUCCIÓN

Actualmente, la economía ecuatoriana requiere de un cambio en su matriz productiva, donde prevalezca la incorporación de bienes con mayor valor agregado, así como también el impulso de las exportaciones de todo tipo de productos, incluyendo aquellos provenientes del sector económico popular y solidario, de tal forma que se garantice una entrada de divisas sostenible que reduzca el déficit comercial existente (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012). Estas propuestas empiezan a tener relevancia a partir de la necesidad del país por diversificar su oferta exportable, a fin de que las arcas estatales no dependan tanto del petróleo, cuyas variaciones dejan en evidencia la sensibilidad de la economía ecuatoriana.

En 2015, la caída del precio internacional del petróleo provocó una fuerte recesión económica en el Ecuador, pero dos años después, la situación fue superada temporalmente a tal punto que el PIB creció en 2%. Sin embargo, en 2020 el precio de este producto nuevamente presentó una caída histórica, esta vez como consecuencia de la pandemia Covid-19 que, no sólo afectó a Ecuador, sino a todo el mundo. Ante esta situación, se refleja la necesidad que tiene el país por establecer nuevos acuerdos, tratados y convenios con socios estratégicos que permitan un dinamismo económico, mediante la colocación de la producción ecuatoriana en los mercados internacionales (Simmons, 2020).

El banano ha sido uno de los productos agrícolas tradicionales por excelencia en el Ecuador, y si bien, hoy es el tercero más exportado (después del petróleo y camarón), su contribución es innegable pues, representa el 15% de las exportaciones totales. Según el Banco Central del Ecuador (2019) las exportaciones de banano crecieron 24% durante el período 2014 – 2019, pasando de \$ 2,590 millones a \$ 3,218 millones, constatando que la industria bananera es uno de los pilares de la economía nacional, y ante lo cual es importante respaldarla y fortalecerla a través de acuerdos comerciales para garantizar el abastecimiento de este producto en mercados como la Unión Europea.

Bajo este contexto, la presente investigación se divide en cuatro capítulos: el primer capítulo, aborda la problemática de investigación, donde se define el problema central, así como sus causas y efectos. En el segundo capítulo se presentan los fundamentos teóricos vinculados con el campo de exportación, así como el contexto del sector bananero del Ecuador. En el tercer capítulo se presenta la metodología de investigación y sus resultados. Y finalmente, en el cuarto capítulo se presenta una propuesta de intervención que permita establecer la importancia de fomentar la exportación bananera hacia la Unión Europea, especialmente, al mercado español.

## **CAPÍTULO I.**

### **DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1 Tema**

“Acuerdo Comercial Multipartes y su incidencia en las exportaciones de banano al mercado español”

#### **1.2 Planteamiento del problema**

La industria bananera es uno de los sectores productivos más relevantes del país, no sólo en el ámbito del comercio exterior, sino también porque es uno de los sectores que mayor aporte genera al fisco, y al producto interno bruto (PIB). Sólo durante el período 2014 – 2018 el banano tuvo un crecimiento de 24% en sus exportaciones pasando de \$ 2,590 millones a \$ 3,218 millones (Banco Central del Ecuador, 2019), cifras que determinan que la actividad bananera es un pilar económico para el país, tanto en la generación de inversión, empleo y consumo. En este contexto, se justifica la necesidad de recurrir a acuerdos comerciales que permitan una mayor apertura de las exportaciones de esta fruta en los mercados internacionales.

Sin embargo, a pesar de que el banano ecuatoriano es considerado como un producto Premium por su calidad, sabor y tamaño, existen diversos factores que afectan la competitividad de la industria, y eso ha dado cabida a que surjan importantes competidores como: Filipinas, Guatemala, Costa Rica y Colombia (Baquero & Mieles, 2014). El gremio de exportadores bananeros (AEBE) manifestó que el sector enfrentó una problemática en los mercados internacionales durante el período 2012 – 2016, a causa de la crisis en la eurozona y los conflictos bélicos en Siria y Persia que limitó el ingreso de casi 2 millones de caja de banano (Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador, 2017).

A esta situación se sumó la politización del sector bananero en el Ecuador, y el alto costo de producción generado por una industria ineficiente que, anualmente, aumento sus costos a diferencia de sus competidores más cercanos como Colombia, Costa Rica y Honduras que los mantienen constantes, y ofrecen un producto con una diferencia de precio de casi \$ 3 dólares por debajo de la caja de banano ecuatoriano (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura, 2018).

De esta manera, el banano ecuatoriano era menos competitivo respecto al producto de los competidores, situación que derivó en una reducción de la participación de mercado dentro de

la Unión Europea. Por esta razón, los productores bananeros alegaban la necesidad de firmar un acuerdo comercial con este importante bloque económico (Unión Europea) para mejorar los niveles de exportación y mantener la competitividad que ha destacado a la industria bananera ecuatoriana desde 1950.

En la última década, las relaciones entre la Unión Europea y los países que integran la Comunidad Andina (CAN) se intensificaron desde el año 2003, habiendo un acercamiento importante entre estos dos bloques que generó un paso significativo con la conclusión exitosa de las negociaciones del Acuerdo Comercial con Perú, Colombia y, finalmente, con Ecuador. No obstante, la Unión Europea ya daba indicios de ser un mercado atractivo para el Ecuador, presentando crecimiento del 2% anual y, además, significando el destino de casi el 55% de las exportaciones no petroleras del país (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2019).

Para el mercado europeo, el banano aún es el principal producto de importación desde Ecuador, representando el 30% de participación, seguido por el camarón y langostinos con el 22% y, con el mismo porcentaje, los productos enlatados como el atún. De esta forma, se evidencia la importancia de este mercado para la economía nacional (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2019). En la figura 1 se puede apreciar que el Ecuador exportó \$ 754 millones de dólares por concepto de banano a la Unión Europea, seguido de langostinos, atún, cacao, rosas y café.

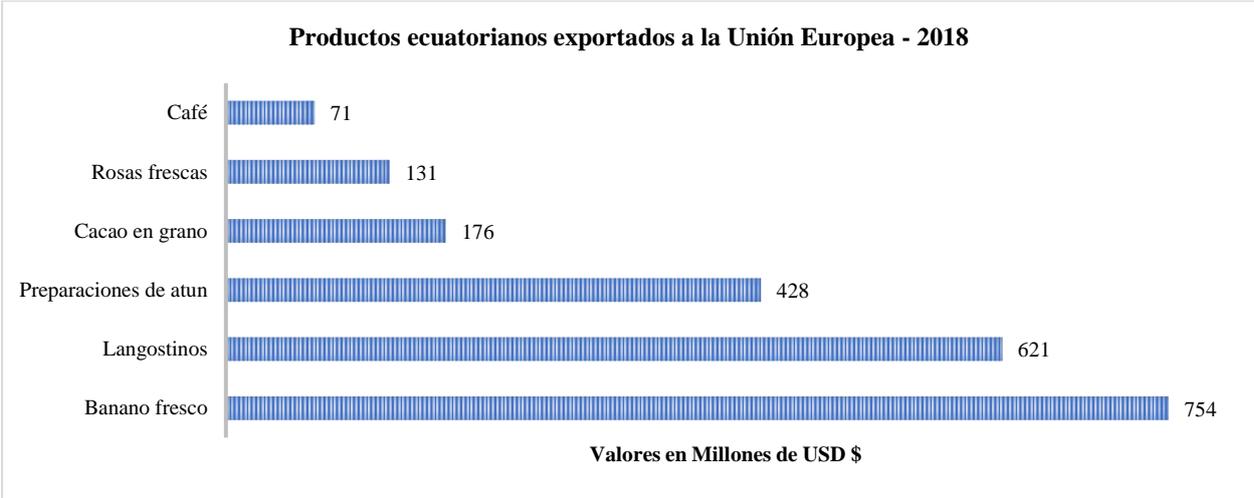


Figura 1. Principales productos ecuatorianos exportados a la Unión Europea durante el año 2018  
Fuente: (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2019)

El Acuerdo Multipartes entre la Unión Europea y sus Estados miembros, en este caso Ecuador, fue publicado en el Registro Oficial Edición Especial No. 780 de 24 de noviembre de

2016 y su Protocolo de Adhesión publicado en el Registro Oficial Suplemento No. 900 de 12 de diciembre de 2016, entrando en vigencia a partir del 1 de enero de 2017, suscripción que convirtió a Ecuador en el tercer país de la Comunidad Andina que lo integra, junto con Colombia y Perú que, desde 2013, ya se había adherido. En este acuerdo se establece un marco de estabilidad permanente, seguridad jurídica y predictibilidad para reforzar el comercio y la inversión entre ambas partes.

La firma de este acuerdo propone un fortalecimiento de la producción nacional, donde se garantiza el acceso de los productos ecuatorianos al mercado europeo, con una beneficiosa preferencia arancelaria, siendo el banano uno de los favorecidos. En este contexto, el acuerdo comercial reduce el arancel que estaba afectando la competitividad del banano ecuatoriano, con relación a sus competidores que ya estaban en este mercado con un arancel preferencial. Por esta razón, es importante conocer cuál ha sido el impacto del acuerdo suscrito dentro de la industria bananera, en especial, aquellas exportaciones dirigidas al mercado español el que es uno de los principales destinos de la fruta, después de Rusia, Alemania e Italia.

### **1.3 Formulación del problema**

¿De qué manera el Acuerdo Comercial Multipartes ha incidido en las exportaciones de banano ecuatoriano al mercado español?

### **1.4 Sistematización del problema**

1. ¿Cuál es la situación actual de la industria bananera ecuatoriana en materia de cultivos, producción, exportación y costos?
2. ¿Qué beneficios trae consigo el Acuerdo Comercial Multipartes para los exportadores de banano?
3. ¿Cuál es el impacto económico que el acuerdo comercial ha tenido en las exportaciones de banano ecuatoriano hacia el mercado español?

### **1.5 Objetivos de la investigación**

#### **1.5.1 Objetivo general**

Analizar el Acuerdo Comercial Multipartes y su incidencia en las exportaciones de banano ecuatoriano al mercado español, a través de una investigación descriptiva que permita evidenciar el impacto económico en la industria bananera del Ecuador.

### **1.5.2 Objetivos específicos**

1. Recopilar la información de los principales exportadores del sector bananero y las exportaciones realizadas al mercado español para la obtención de datos que demuestren los cambios más relevantes, antes y después de la firma del acuerdo comercial en el período 2014 - 2019.
2. Interpretar la información recopilada de las exportaciones de banano antes y después de la firma del acuerdo comercial multipartes para su demostración, mediante datos estadísticos recopilados, sobre las variaciones en el período 2014-2019.
3. Determinar el impacto económico del sector bananero en los períodos indicados, señalando las evidencias de las variaciones surgidas con la firma del acuerdo multipartes, con las exportaciones realizadas al mercado de España.

### **1.6 Justificación de la investigación**

El desarrollo de esta investigación es importante porque se pretende hacer una recolección de las principales estadísticas suscitadas en la exportación del banano ecuatoriano, hacia el mercado español, durante el período 2014 – 2019, con la finalidad de determinar los porcentajes de variación que se han suscitado a partir de la firma y suscripción del Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea. De esta forma, se pretende hacer una comparativa con períodos previos a la entrada en vigor de este acuerdo, para determinar los cambios más relevantes y justificar la pertinencia e impacto de este acuerdo.

En este contexto, el acuerdo comercial con la Unión Europea representa una oportunidad para los sectores productivos del Ecuador, en especial, de la industria bananera para avanzar en el comercio bilateral entre ambas partes pues, involucra temas económicos, comerciales y de cooperación. Para el año 2017 ya se observó un aumento importante del comercio bilateral, al pasar de 10% a 30% en un solo año. En este sentido, España puede convertirse en un socio estratégico para la comercialización de esta fruta, a fin de dinamizar los sectores productivos nacionales.

En el ámbito económico, esta investigación es importante porque mediante el análisis del impacto del Acuerdo Comercial Multipartes, se generan grandes expectativas en la economía nacional, sustentadas en una mayor entrada de divisas al Ecuador, lo que ayudaría a compensar los saldos negativos de la balanza comercial, y a su vez, fomentaría un crecimiento de las exportaciones nacionales, donde se podrá percibir también una mejora de sus ingresos,

demanda y mano de obra; es decir, un dinamismo que garantizará la generación de fuentes de empleo para el sector agrícola ecuatoriano, especialmente, aquellos vinculados a la actividad bananera.

Desde la perspectiva del comercio exterior, este trabajo es importante porque considera las resoluciones que exige el Ministerio de Comercio Exterior, el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE) como ente de control, y las normas legales establecidas en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) para regular las actividades de exportaciones, en favor de impulsar una actividad empresarial sostenible, dinámica y enmarcada con los lineamientos jurídicos del comercio justo, y una economía libre de mercado. Además, la suscripción de estos nuevos acuerdos comercial hace posible la apertura de las fronteras comerciales para formular estrategias que aumenten el comercio bilateral con otras naciones, como España, donde además de compartir ciertos lazos históricos y culturales, se trata de un país con alto poder adquisitivo que, a su vez, representa un importante nicho de mercado (Banco Central del Ecuador, 2017).

Desde el punto de vista académico, el análisis del Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea y su incidencia en las exportaciones de banano, ayudaría a comprender la forma en que esta negociación aportó a la economía nacional, en términos de entrada de divisas, generación de inversión, empleo y demás aspectos relacionados, lo que a su vez se convertiría en fuente de consulta para futuras investigaciones. Finalmente, esta investigación es importante porque el resultado esperado es conocer la forma en que la industria bananera cambió a raíz del acuerdo suscrito, al menos durante los tres años que lleva en vigencia el acuerdo, a fin de comparar la situación previa a la suscripción de este acuerdo, y concluir si efectivamente resultó conveniente la realización de dicho acuerdo, indagando de manera exhaustiva las pautas que reglamentan la base de la negociación aprobada.

## **1.7 Delimitación del problema**

- Problemática: Ineficiencias en la industria bananera nacional y aumento de la competencia en el ámbito internacional.
- Objeto de estudio: Las exportaciones bananeras hacia la Unión Europea como parte del Acuerdo Comercial Multipartes.
- Ubicación Geográfica: Ecuador.
- Período: 2014 – 2019.

## **1.8 Idea a Defender**

Las exportaciones de banano ecuatoriano han presentado un crecimiento a partir de la firma del Acuerdo comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea.

### **1.8.1 Identificación de variables**

- Variable Independiente: Acuerdo Comercial Multipartes.
- Variable Dependiente: Exportaciones de banano ecuatoriano.

## **1.9 Línea de Investigación Institucional.**

Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables.

## CAPÍTULO II.

### MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

#### 2.1 Antecedentes de la investigación

##### 2.1.1 Generalidades del banano

La industria bananera del Ecuador es uno de los pilares de la economía nacional y su éxito se debe a las condiciones climáticas de la región costa, la cual favorece su cultivo porque el banano requiere de un clima tropical, a una temperatura mayor a los 18 grados para lograr una producción sostenible durante todo el año que, al mismo tiempo, conserve las propiedades nutritivas de esta fruta, especialmente, en aspectos de fibras y carbohidratos (Pro Ecuador, 2013). La especie Cavendish es el tipo de banano que Ecuador exporta, en gran medida, a los mercados internacionales porque se trata de una variedad resistente a plagas, como el mal de Panamá, causada por el hongo “fusarium oxysporum” que ataca a la mayor parte de los cultivos musáceos. Pero Ecuador no es el único productor de esta especie pues, China y Vietnam también lo producen. La tabla 1 muestra las características que poseen las variedades de banano más populares que se comercializan en Ecuador y el mundo.

Tabla 1. *Variedades más populares del banano*

| Variedades   | Características   |
|--|---|
| <b>Cavendish enano:</b><br>   | Quizás se trate de la variedad más pequeña pues mide entre 10 y 12 cm de largo, y se destaca por su sabor y dulzura con relación al banano tradicional. En Ecuador se lo conoce como guineo orito.                              |
| <b>Lacatán:</b><br>           | El fruto germina en menos de 10 meses y es sensible a la parasitosis en la post cosecha, por lo que su maduración es delicada y su fruto menos atractivo. Es cuanto al tamaño, se trata de un banano que mide entre 18 y 20 cm. |
| <b>Cavendish gigante:</b><br> | Como su nombre lo indica, se trata de la variedad más grande pues, llega a medir entre 18 y 25 cm. Además, su cáscara es más gruesa y su sabor menos intenso, pero es un banano muy consistente y de larga maduración.          |

---

**Valery:**

Esta especie de caracteriza porque es muy resistente a la plaga sigatoka, aunque es menos firmes que los anteriores, se caracteriza por presentar un color cerúleo en su textura, es decir, una coloración entre azul y celeste en las puntas de su cáscara, especialmente cuando no está en etapa de maduración. Presenta un tamaño que oscila entre los 16 y 20 cm.

---

Fuente: Chungandro (2016)

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

A nivel mundial, Ecuador es el primer productor de banano, pero le siguen: Filipinas, Guatemala, Costa Rica y Colombia (Baquero & Mielles, 2014). El liderazgo del Ecuador se mantiene con una producción cercana a los 7 millones de toneladas registradas hasta el 2018, la misma que fue 4% mayor que 2017, y es resultado de las condiciones climáticas de la costa ecuatoriana que permite una producción sostenible durante todo el año, pero, además, a la inversión en infraestructura y tecnología, especialmente, de las grandes firmas bananeras.

### **2.1.2 Generalidades de la Unión Europea**

La Unión Europea (UE) es una comunidad económica creada con el propósito de fomentar, a través del establecimiento de un mercado común y de una unión económica y monetaria, y mediante la realización de las políticas y acciones comunes, un desarrollo armonioso y equilibrado de las actividades económicas en el conjunto de la Comunidad, un crecimiento sostenible y no inflacionista que respete el medio ambiente, en favor de mejorar la tasa de empleo, la protección social, la elevación del nivel y la calidad de vida, la cohesión económica y social, y la solidaridad entre los Estados miembros.

Esta Comunidad Económica Europea (CEE), más conocida como Unión Europea, tuvo sus cimientos luego del cese de la Segunda Guerra Mundial. Para la década de 1950, la Comunidad Europea del Carbón y del Acero se considera como la primera iniciativa hacia lo que hoy se conoce como la Unión Europea, a fin de alcanzar una paz duradera (Unión Europea, 2017). Los países fundadores de este grupo económico fueron: Alemania, Francia, Bélgica, Italia, Luxemburgo y los Países Bajos, quienes suscribieron el Tratado de Roma, que la constituyó como un mercado común.

En la década de 1960, los miembros fundadores de la UE dejaron de lado la recaudación de derechos de aduana, que eran resultantes de las transacciones comerciales que se efectuaban entre ellos. Posteriormente, para el año 2004 se añadieron diez países como nuevos miembros

de la UE, y en 2007 se incorporaron Bulgaria y Rumanía. De esta manera, las divisiones políticas entre Europa del este y del oeste se terminan de forma definitiva, después de varias décadas de disputas y conflictos bélicos que se desarrollaron en la eurozona (Unión Europea, 2017). En la tabla 2 se muestra un listado de los países miembros que se incorporaron a la UE, de forma cronológica, registrando un total de 28 miembros hasta la presente fecha.

Tabla 2. *Fecha de adhesión a la Unión Europea*

| PAIS         | AÑO DE INGRESO | PAIS       | AÑO DE INGRESO |
|--------------|----------------|------------|----------------|
| Alemania     | 01/01/1958     | Suecia     | 01/01/1995     |
| Bélgica      | 01/01/1958     | Chequia    | 01/05/2004     |
| Francia      | 01/01/1958     | Chipre     | 01/05/2004     |
| Italia       | 01/01/1958     | Eslovaquia | 01/05/2004     |
| Luxemburgo   | 01/01/1958     | Eslovenia  | 01/05/2004     |
| Países bajos | 01/01/1958     | Estonia    | 01/05/2004     |
| Dinamarca    | 01/01/1973     | Hungría    | 01/05/2004     |
| Irlanda      | 01/01/1973     | Letonia    | 01/05/2004     |
| Reino unido  | 01/01/1973     | Lituania   | 01/05/2004     |
| Grecia       | 01/01/1981     | Malta      | 01/05/2004     |
| España       | 01/01/1986     | Polonia    | 01/05/2004     |
| Portugal     | 01/01/1986     | Bulgaria   | 01/01/2007     |
| Austria      | 01/01/1995     | Rumanía    | 01/01/2007     |
| Finlandia    | 01/01/1995     | Croacia    | 01/07/2013     |

Fuente: Unión Europea (2017)

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

### 2.1.3 Relaciones comerciales entre Ecuador y la Unión Europea

Como se mencionó anteriormente, la Unión Europea es una comunidad económica conformada por 28 naciones, las mismas que comparten una sola moneda que es el euro €, cuyo tipo de cambio hasta el 22 de junio 2020 es \$ 1.13 por cada euro. Además, la UE tiene una población total de 517 millones de habitantes, y presenta un PIB total de \$ 17.11 billones y un PIB per cápita de \$ 40,900, siendo una de las economías más sólidas del mundo, por su alto poder adquisitivo que, además, se complementa con bajas tasas de inflación siendo de 1.5% hasta el 2018.

En cuanto al comercio bilateral entre Ecuador y la Unión Europea, se mantiene una balanza comercial con superávit durante el período 2014 – 2019, siendo \$ 584 millones el último monto registrado, lo que significa que Ecuador exporta más de lo que importa de este continente. En la figura 2 se puede observar también que, durante todo este tiempo, las exportaciones ecuatorianas totalizaron \$ 18,084, mientras que las importaciones totales representaron \$ 14,601 millones, dejando un saldo acumulado de \$ 3,483 a favor de Ecuador. Esta situación es un poco curiosa, dado que el ritmo de las exportaciones de Ecuador a la UE se ha incrementado a una tasa promedio de 1.27% anual, mientras que las importaciones lo han hecho a un ritmo de 4.51%; por esta razón, hay que buscar mecanismos que fortalezcan las exportaciones ecuatorianas hacia los mercados internacionales, para evitar la presencia de déficits en la balanza comercial.

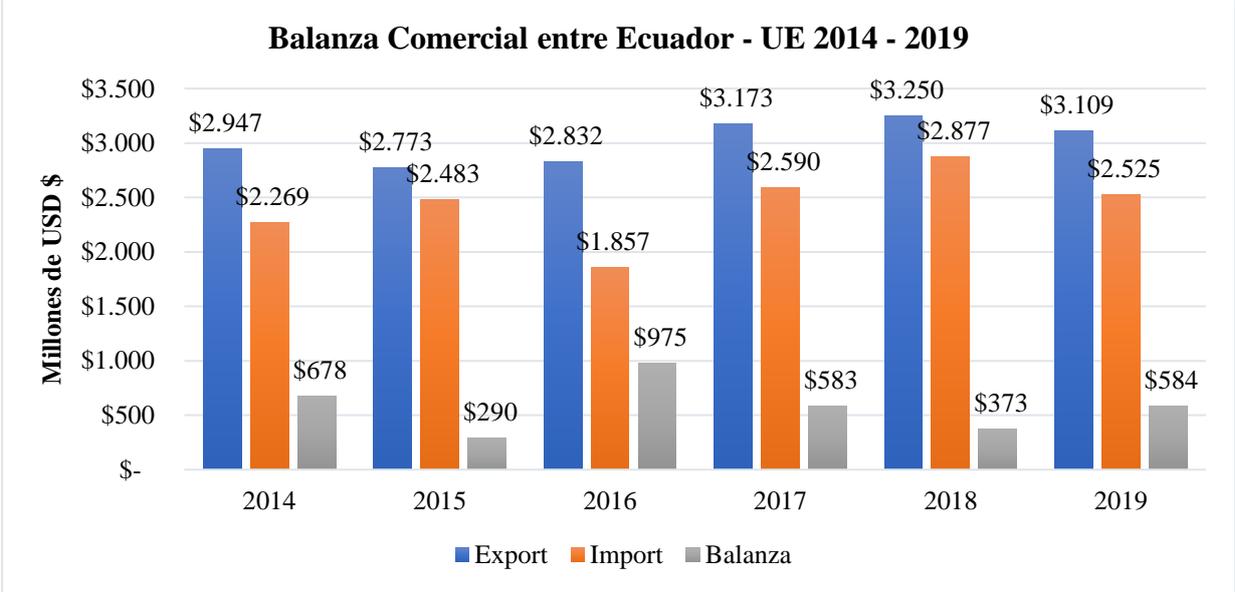
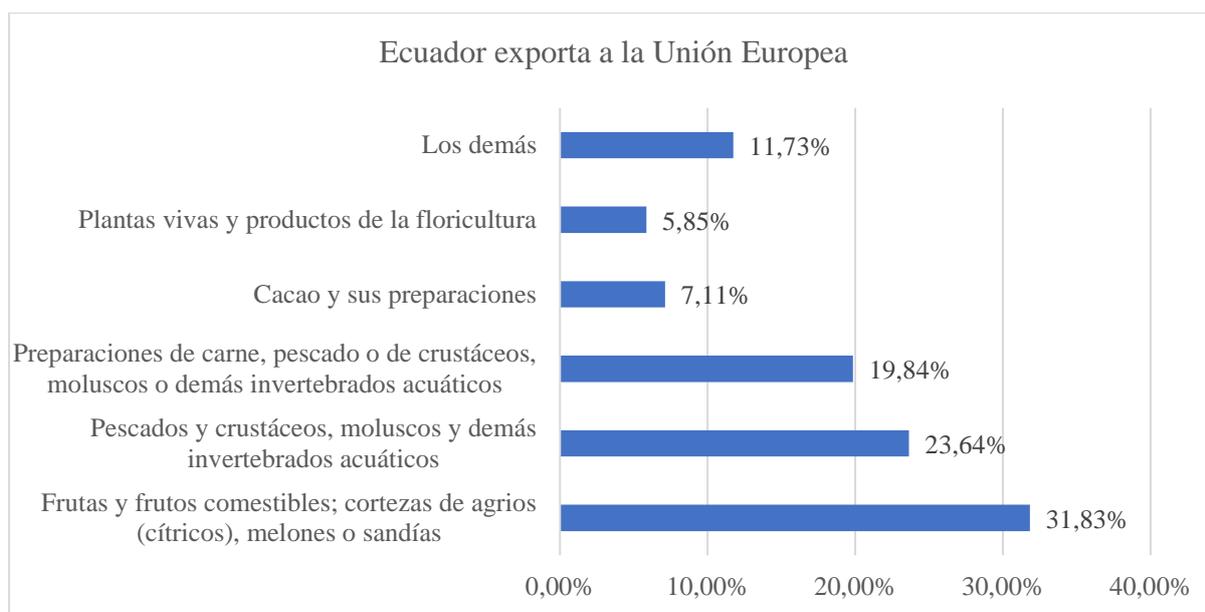


Figura 2. Balanza Comercial entre Ecuador y la Unión Europea, período 2014-2019.

Fuente: Pro Ecuador (2020)

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

Entre los productos que el Ecuador exporta a la Unión Europea se destacan cinco que, en conjunto, significan el 88.27% de las exportaciones hacia este bloque, destacándose las frutas como el banano, y demás frutos cítricos, seguido por el pescado, específicamente atún; luego le sigue la exportación de crustáceos como el camarón y langostinos; el cacao y sus preparaciones y flores (plantas vivas).

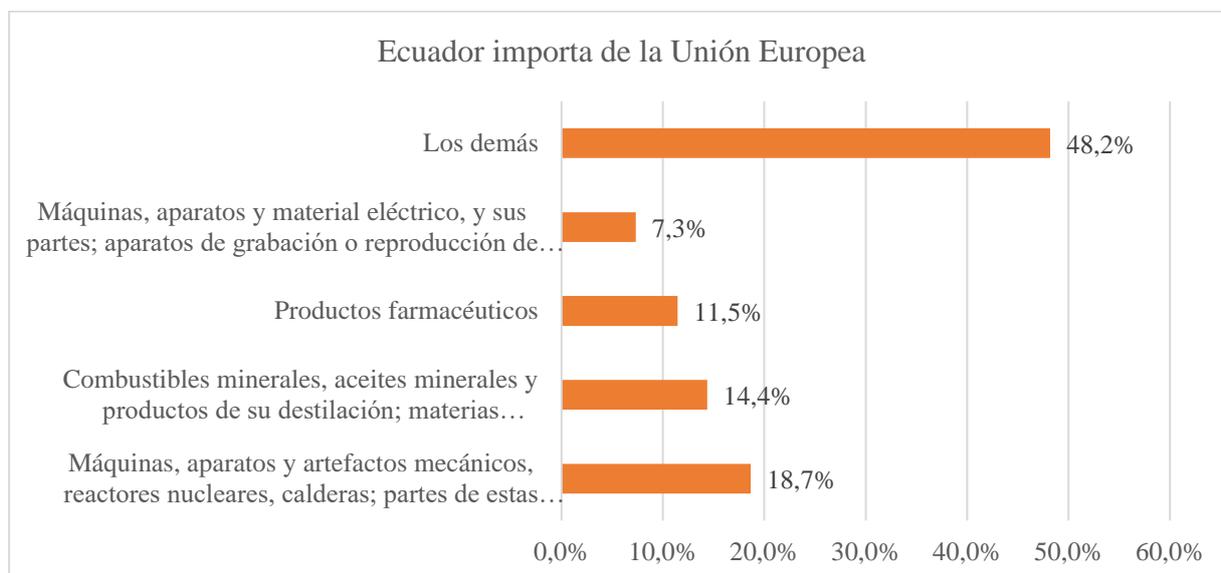


*Figura 3.* Productos que Ecuador exporta a la Unión Europea.

Fuente: Trade Map (2020)

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

Por otro lado, entre los productos que Ecuador importa desde la Unión Europea, se destacan cuatro que, en conjunto, representan el 51.8% de las importaciones que se realizan desde este bloque comercial, destacándose: maquinarias y artefactos mecánicos, combustibles, productos farmacéuticos y máquinas, equipos eléctricos de grabación o reproducción de audio y video.



*Figura 4.* Productos que Ecuador importa desde la Unión Europea.

Fuente: Trade Map (2020)

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

## 2.1.4 Recopilación de la información de las exportaciones del sector bananero en el período 2014 – 2019

Las estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura (2018), más conocida por sus siglas en inglés FAO, manifiestan que, a nivel mundial, las exportaciones de banano alcanzaron la cifra de 19.3 millones de toneladas en 2018, presentando una tasa de variación de 4.4% respecto al 2017. Además, las proyecciones determinan que, de mantenerse ese ritmo de variación, en 2019 estas cifras fácilmente superarían los 20 millones de toneladas. América Latina y el Caribe es la región que lidera la exportación de banano, al tener una participación del 76% sobre la cifra previamente mencionada, es decir, 14.7 millones de toneladas de banano se exportaron desde este continente. Mientras que el 24% restante se concentró en continentes como Asia y África, tal como se aprecia en la figura 5.

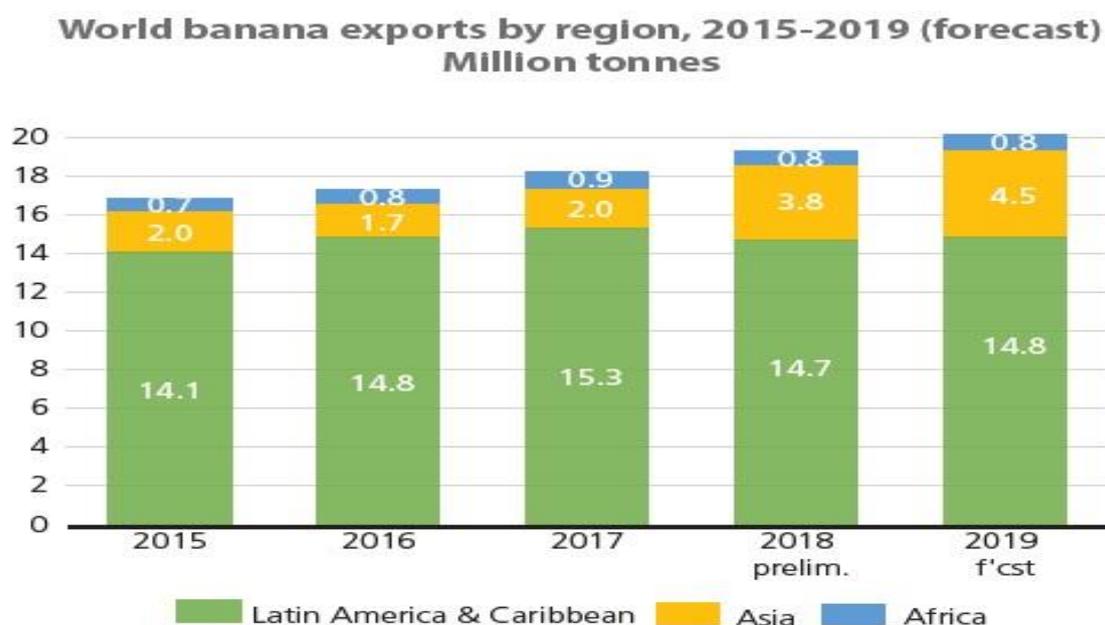


Figura 5. Exportación mundial del banano por región, período 2015 - 2019.

Fuente: “Compendio estadístico del Sector Bananero” por FAO (2019)

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

Bajo este contexto, la FAO reconoce que Ecuador es responsable de proveer prácticamente el 35% de la demanda mundial de banano (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura, 2018).

### 2.1.4.1 Exportaciones del banano ecuatoriano

Las cifras del Banco Central del Ecuador (2019) determinan que durante el período 2014-2019 ha habido un crecimiento sustancial de las exportaciones bananeras hasta alcanzar la cifra

de \$3,295 millones en 2019, lo que representa una tasa de variación de casi 5% anual durante esos cinco años, tal como se aprecia en la figura 6. En este sentido, la AEBE (2017) afirma que el banano sigue siendo un puntal en las exportaciones ecuatorianas, por lo que resulta interesante evaluar las incidencias que ha traído al sector la suscripción de un acuerdo comercial multipartes con la Unión Europea, en especial con el mercado español.

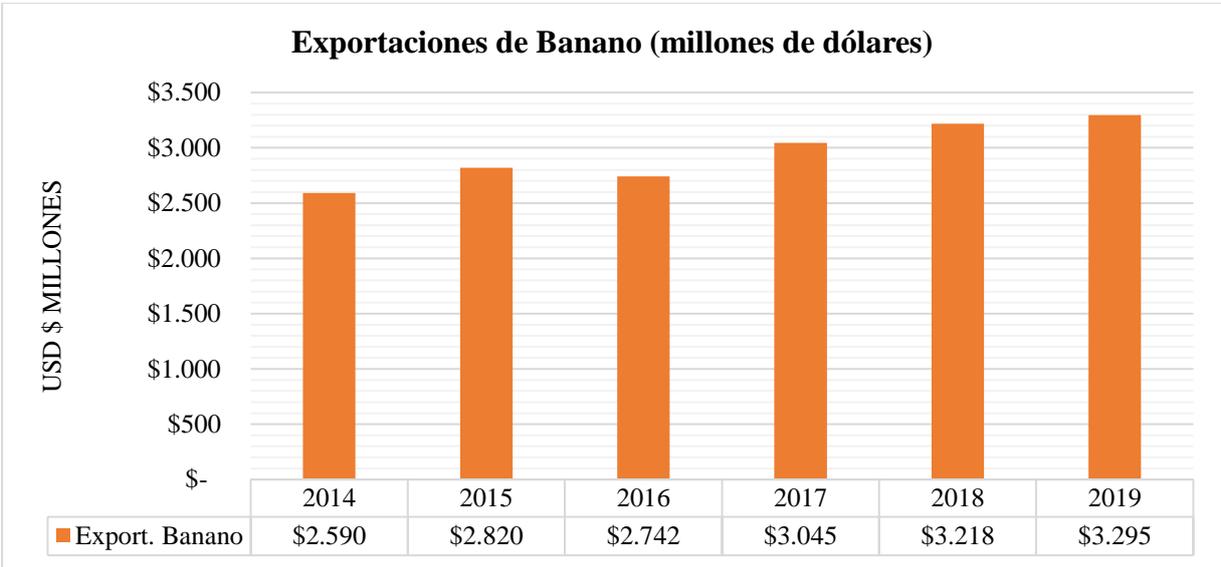


Figura 6. Exportaciones de banano del Ecuador durante el período 2014 – 2019. Adaptado del Banco Central del Ecuador, 2020

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

Por otro lado, la tabla 3 determina que, durante 2014 – 2019, el país exportó \$ 123,908 millones, pero 2014 fue el año de mayor bonanza al totalizar \$ 25,724 millones. Luego, la cifra se redujo hasta \$ 16,797 en 2016 a causa de la recesión económica, representando una reducción del 34.7% en 2016 respecto al 2014. De igual manera, en todo este período se aprecia que las exportaciones petroleras también se redujeron en casi 60% pues, pasaron de \$ 13,275 millones en 2014 a \$ 5,459 millones en 2016.

En el caso de las exportaciones no petroleras, estas se han mantenido en un promedio de \$ 12 mil millones de dólares durante el período 2014 – 2019, significando en conjunto \$ 74,117 millones, ante lo cual se puede concluir que la contribución de las exportaciones no petroleras fue mayor que las petroleras, al significar el 60% del total exportado. Sin embargo, en el ámbito bananero, esta fruta presentó un total de exportaciones de \$ 17,710 millones en todo este período, donde además tuvo variaciones positivas en casi todos los años, a excepción del 2016 donde hubo una reducción del 2.8%, debido a la recesión económica antes mencionada.

En términos generales, podría decirse que el banano creció casi 5% anual durante el período 2014 – 2019, representando el 24% de las exportaciones no petroleras y el 14% del total exportado por el país a nivel general, por lo que se constata la relevancia de este sector para la economía nacional, y se justifica el hecho de establecer acuerdos comerciales que permitan fortalecer y generar un mayor dinamismo en este sector, en pro de diversificar la oferta exportable y los mercados internacionales de gran poder adquisitivo, como el caso de España.

Tabla 3. *Participación del Banano en las exportaciones totales y no petroleras, período 2014 - 2019*

|                       | 2014            | 2015            | 2016            | 2017            | 2018            | 2019            | TOTAL            | Part.      |
|-----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|------------|
| Exportación Total     | \$25,724        | \$18,330        | \$16,797        | \$19,122        | \$21,606        | \$22,329        | \$123,908        | 100%       |
| Petroleras            | \$13,275        | \$ 6,660        | \$ 5,459        | \$ 6,913        | \$ 8,801        | \$ 8,679        | \$ 49,787        | 40%        |
| No Petroleras         | \$12,448        | \$11,670        | \$11,338        | \$12,208        | \$12,804        | \$13,649        | \$ 74,117        | 60%        |
| <b>Export. Banano</b> | <b>\$ 2,590</b> | <b>\$ 2,820</b> | <b>\$ 2,742</b> | <b>\$ 3,045</b> | <b>\$ 3,218</b> | <b>\$ 3,295</b> | <b>\$ 17,710</b> | <b>14%</b> |
| <b>Variación</b>      |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                  |            |
| <b>Banano</b>         |                 | <b>8.9%</b>     | <b>-2.8%</b>    | <b>11.1%</b>    | <b>5.7%</b>     | <b>2.4%</b>     | <b>5.0%</b>      | <b>24%</b> |

*Nota:* Adaptado del Sistema de Información Pública Agropecuaria del Ministerio de Agricultura y Ganadería, (2020)

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

#### **2.1.4.2 Mercados de destino del banano ecuatoriano**

Pero el dinamismo del sector bananero se debe a la gran acogida que tiene en los mercados internacionales, especialmente en países de la Unión Europea, como es el caso de Rusia que se ha convertido en el principal destino de las exportaciones de banano, significando el 21% del total exportado; en segundo lugar, se encuentra Estados Unidos con una participación del 16%; en tercer lugar, está Alemania con una participación del 10% y en cuarta posición, se encuentra Italia con el 6%. Por lo tanto, sólo entre estos cuatro países se comercializó el 53% de todo el banano exportado durante el período 2014 – 2018, significando divisas por casi \$ 7,650 millones para el país. Mientras que, el 43% restante se dividió en otros 80 países a nivel mundial; tal como se observa en la figura 7.

### Destino del Banano Ecuatoriano (2014 - 2019)

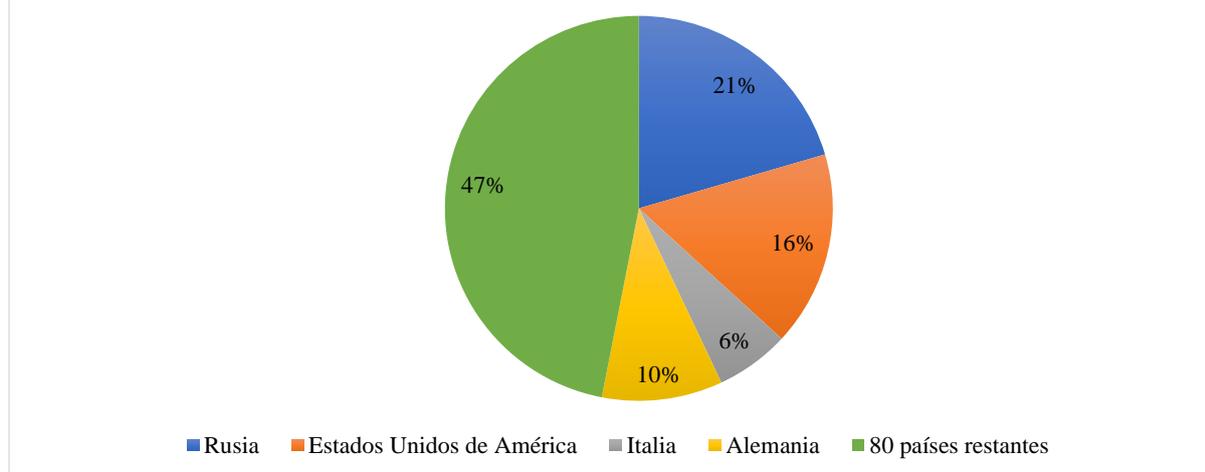


Figura 7. Destino de las exportaciones bananeras del Ecuador, realizadas en el período 2014 – 2019.

Fuente: Trade Map, 2020

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

#### 2.1.4.3 Producción nacional del banano ecuatoriano

Pero las exportaciones de esta fruta no serían posible sin el importante rol que cumplen los productores nacionales. En la tabla 4 se puede notar que Los Ríos es la provincia que lidera la producción de banano, con una participación del 41.27% en la producción, lo significó 13.73 millones de toneladas en el período 2014 – 2018. Le sigue, Guayas con una participación del 28.18%, o su equivalente a 9.3 millones de toneladas; y El Oro con una participación del 19.62%, que representa 6.5 millones de toneladas. Este análisis evidencia que, sólo en tres provincias se concentra el 89.07% de la producción bananera de todo el país, mientras que el 10.93% restante, es producido de forma minoritaria en las 21 provincias restantes del Ecuador.

Tabla 4. Producción de banano en toneladas durante el 2014 – 2018, por provincia

| Provincias                     | Producción<br>2014 -2018 | Promedio<br>2014-2018 | %<br>2014 -2018 |
|--------------------------------|--------------------------|-----------------------|-----------------|
| Los Ríos                       | 13,730,092               | 2,746,018             | 41.27%          |
| Guayas                         | 9,377,247                | 1,875,449             | 28.18%          |
| El Oro                         | 6,529,060                | 1,305,812             | 19.62%          |
| Cañar                          | 1,134,808                | 226,962               | 3.41%           |
| Cotopaxi                       | 635,223                  | 127,045               | 1.91%           |
| Zonas No Delimitadas           | 426,639                  | 85,328                | 1.28%           |
| Manabí                         | 355,254                  | 71,051                | 1.07%           |
| Esmeraldas                     | 339,576                  | 67,915                | 1.02%           |
| Santo Domingo De Los Tsáchilas | 332,772                  | 66,554                | 1.00%           |
| Santa Elena                    | 182,196                  | 36,439                | 0.55%           |
| Bolívar                        | 116,857                  | 23,371                | 0.35%           |
| Loja                           | 48,441                   | 9,688                 | 0.15%           |
| Azuay                          | 17,594                   | 3,519                 | 0.05%           |
| Zamora Chinchipe               | 10,084                   | 2,017                 | 0.03%           |

|                   |            |           |       |
|-------------------|------------|-----------|-------|
| Chimborazo        | 8,219      | 2,055     | 0.03% |
| Morona Santiago   | 7,113      | 1,423     | 0.02% |
| Carchi            | 5,963      | 1,193     | 0.02% |
| Imbabura          | 3,705      | 741       | 0.01% |
| Napo              | 3,611      | 903       | 0.01% |
| Sucumbíos         | 1,616      | 404       | 0.01% |
| Pastaza           | 978        | 244       | 0.00% |
| Pichincha         | 637        | 159       | 0.00% |
| Orellana          | 375        | 125       | 0.00% |
| Tungurahua        | 41         | 10        | 0.00% |
| Centro-Suroriente | -          | -         | 0.00% |
| Nororiente        | -          | -         | 0.00% |
| Producción (Ton)  | 33,268,100 | 6,654,425 |       |

*Fuente:* Sistema de Información Pública Agropecuaria del Ministerio de Agricultura y Ganadería (2020)  
Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

La información estadística presentada tanto a nivel nacional, como del comercio exterior, refleja la importancia de la industria bananera en el Ecuador, siendo una de las más sólidas y sobresalientes dentro de la economía nacional, donde su aporte al PIB se estima en 4.48% sólo en el año 2028; además, contribuye con casi el 35% del PIB agropecuario y genera más de 2.5 millones de fuentes de trabajo (El Telégrafo, 2019).

En este sentido, la industria bananera se ha convertido en uno de los pilares económicos del país, donde su participación hace posible la generación de nuevas inversiones que, a su vez, aumentan las fuentes de empleo y dinamizan el consumo nacional e internacional, dando cabida a lo que se conoce como el efecto multiplicador. Según el Telégrafo (2019) alrededor de \$ 4 mil millones de dólares han invertido las empresas relacionadas con la producción bananera, las cuales además del cultivo y la cosecha, se involucran en actividades económicas como: cartoneras, producción de fertilizantes y abonos, plástico, navieras y puertos.

#### **2.1.4.4 Número de establecimientos registrados como productoras de banano**

Para comprender un poco el rol que tienen las empresas dedicadas al cultivo de banano, se levantó una estadística tomando como base la información de la Superintendencia de Compañías. En este apartado, se hizo una segmentación por aquellas empresas registradas bajo la actividad bananera en todo el país, y se determina que hasta el 2019 sólo 537 tienen personería jurídica. Es importante aclarar que dentro de este análisis no están consideradas aquellas que son personas naturales, dado que en la Superintendencia de Compañías no reposa esa información.

En la figura 8, se puede apreciar que a partir 2017 hubo un crecimiento importante en el número de compañías, ubicándose en 518 establecimientos, lo que significó 5.3% más que el 2016. Posteriormente, en el año 2019 se registraron un total de 537 establecimientos. Esto significó un crecimiento del 4.5% con relación al año 2018, pero en términos generales durante todo este período ha habido un crecimiento neto del 10%, si se toma en cuenta que en 2015 eran 488 compañías. Este crecimiento es reflejo del dinamismo económico generado por el Acuerdo Comercial Multipartes, dado que el crecimiento del volumen de exportación hizo que de a poco se muestre cambios en el sector bananero nacional.

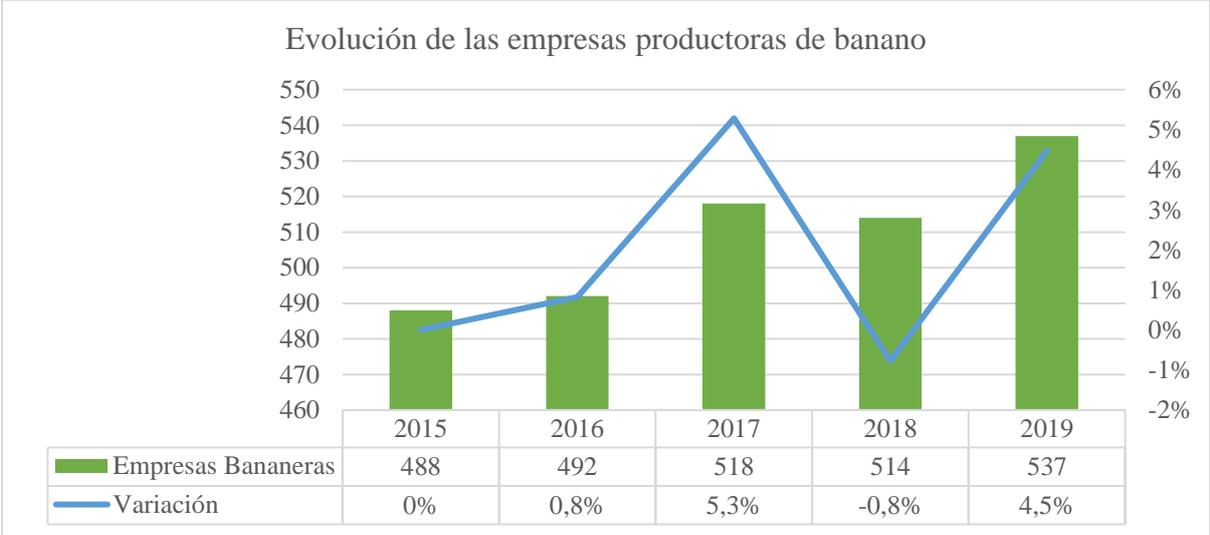
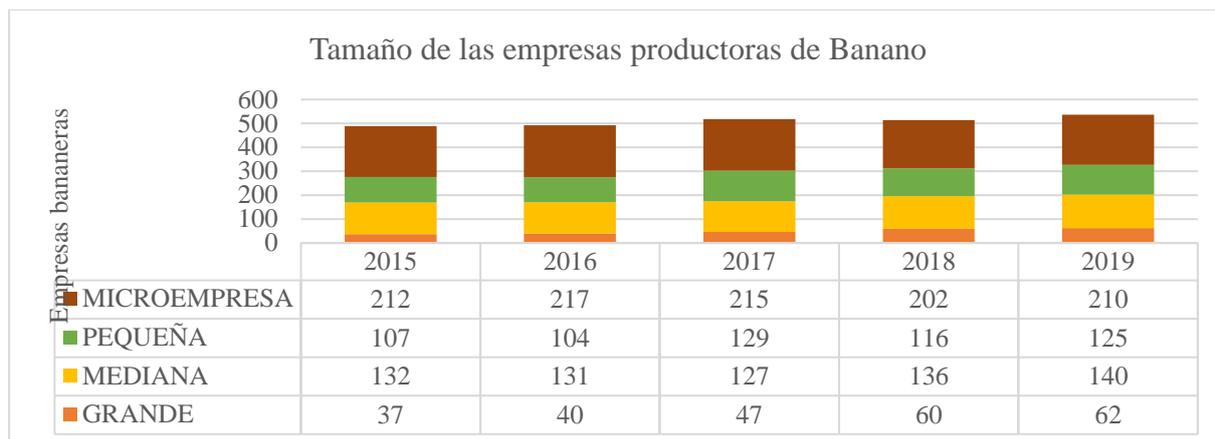


Figura 8. Empresas productos de banano durante el período 2015 - 2019  
 Fuente: Superintendencia de Compañías (2020).  
 Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

Sin embargo, como parte del análisis es interesante conocer cómo están distribuidas las sociedades dedicadas a la producción bananera, para lo cual se hizo una segmentación del registro por tamaño. En la figura 9 se nota que las microempresas representan la mayoría de unidades económicas registradas, totalizando 210 establecimientos hasta el año 2019. Por otro lado, las de gran tamaño apenas registraron un total de 62 compañías en el mismo período. Con este dato se podría concluir que, el sector empresarial conformado por las MiPymes, representa el 88% del sector bananero, mientras que las grandes empresas o corporaciones apenas comparten el 12% de establecimiento registrados.



*Figura 9.* Tamaño de las empresas productoras de banano, durante el período 2015 - 2019

Fuente: Superintendencia de Compañías (2020).

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

#### 2.1.4.5 Empleo generado por las empresas de banano

En lo que respecta a las plazas de trabajo generadas por el sector productor de banano, la figura 10 demuestra que ha habido un crecimiento muy importante durante el período 2015 – 2019. Se puede notar que para el año 2015, este sector empleó a 26.729 personas, pero ya en el año 2017 se evidenciaba la tendencia al alza, registrando una variación de 4.3%, por lo que los efectos del Acuerdo Comercial Multipartes, ya empezaban a evidenciarse con el mayor número de empresas registradas, y también la generación de empleo. Sin embargo, hasta el 2019 esta situación mejoró a tal punto que consolidó un total de 42.438 plazas de trabajo, creciendo 36.5% más con relación al 2018. Finalmente, a lo largo de todo este período el empleo creció casi 60%, lo que significó menor desempleo en este sector y una mejora en la calidad de vida de los productores de banano.



*Figura 10.* Empleo generado por las empresas bananeras durante el período 2015 - 2019

Fuente: Superintendencia de Compañías (2020).

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

### 2.1.4.6 Ventas y Valor Agregado Bruto del sector bananero

Es importante diferenciar el valor de las exportaciones de banano, versus las ventas de banano generadas por los productores, dado que es evidente que, si aumentan las exportaciones, también se dinamiza el sector nacional. En la figura 11 se puede notar que el ingreso de las empresas productoras de banano también se vio fuertemente influenciado por el Acuerdo Comercial Multipartes, dado que hasta el 2015 y 2016 los ingresos fluctuaban en \$ 662 millones, casi sin presentar cambios, pero una vez que entró en vigor este sector en el año 2017, se notó un crecimiento del 1.5%, significando \$ 671 millones.

Es decir, antes del acuerdo las ventas del sector bananero se mantenían estables, sin mayores variaciones. No obstante, una vez que el país suscribe el acuerdo y entra en vigor, se nota un cambio sustancial en 2017, 2018 y 2019, a tal punto que este último año registró un total de ingreso por \$ 1,017 millones, lo que representó 31.8% más que 2018. De esta forma, los ingresos del sector bananero nacional crecieron 53% durante todo este período, lo que determina una vez más el dinamismo económico de un acuerdo tan importante con la Unión Europea, dado que esto se tradujo en mejores ingresos nacionales, mayor entrada de divisas por concepto de exportaciones y más fuentes de empleo.

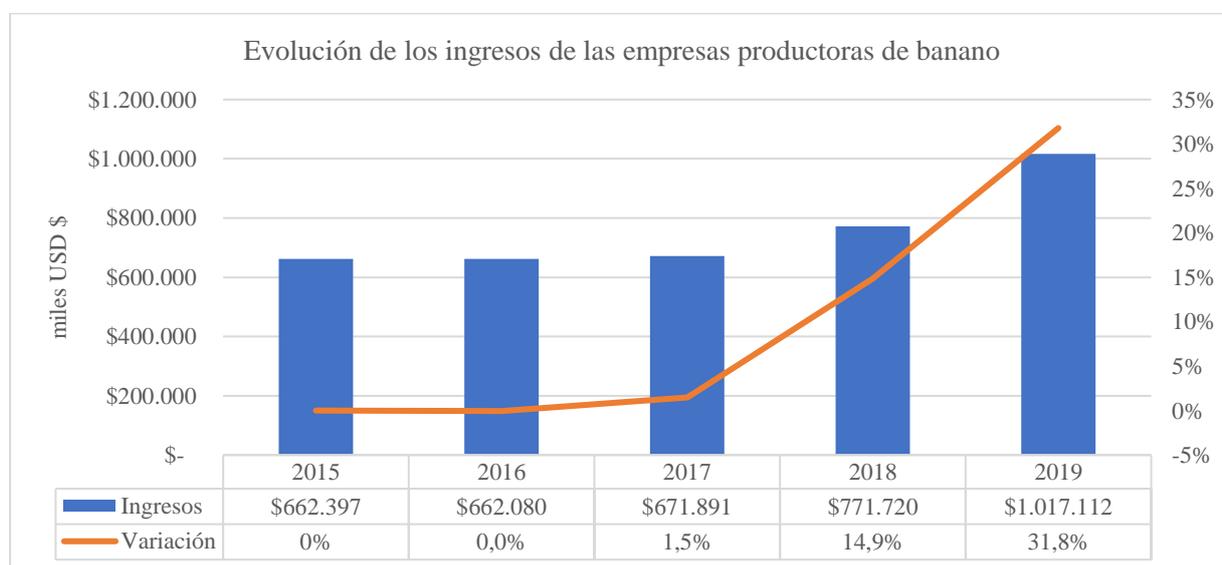


Figura 11. Empresas productos de banano durante el período 2015 - 2019

Fuente: Superintendencia de Compañías (2020).

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

Por otro lado, el Valor Agregado Bruto (VAB) es una medida macroeconómica empleada para medir el valor total creado por un sector en particular, en este caso el bananero. Su cálculo representa la diferencia entre el importe de las ventas de una compañía y las compras hechas a

otras empresas, sin considerar la depreciación del capital fijo durante el período de un año. Esta medida se utiliza para determinar su contribución al Producto Interno Bruto (PIB).

En la figura 12, se puede apreciar el VAB de las empresas productoras de banano, el mismo que también ha presentado un crecimiento durante el período 2015 – 2019, pero a diferencia de las ventas y exportaciones, la variación aquí ha sido más modesta. Sin embargo, se puede notar que entre 2015 y 2016 el VAB se redujo en -3.6%, a causa del terremoto presentado en el país en la zona costera de Manabí, lo que afectó el cultivo de muchas haciendas localizadas en esta provincia.

Posteriormente, una vez que el Acuerdo Comercial Multipartes se suscribió y entró en vigencia, se nota una mejora en el VAB, pues, en 2017 creció 1.7% con relación al 2016, por tanto, hubo una recuperación del sector, y luego en 2018 y 2019 se consolidó en \$ 455 millones, presentando un crecimiento del 10% con relación al período previo a la suscripción del acuerdo. Toda esta situación determina que el acuerdo definitivamente ha generado importantes cambios para la economía ecuatoriana, en particular, aquellas empresas y trabajadores dedicados a la actividad bananera, considerada como uno de los tres sectores más importantes del país, después del petrolero y el camaronero.

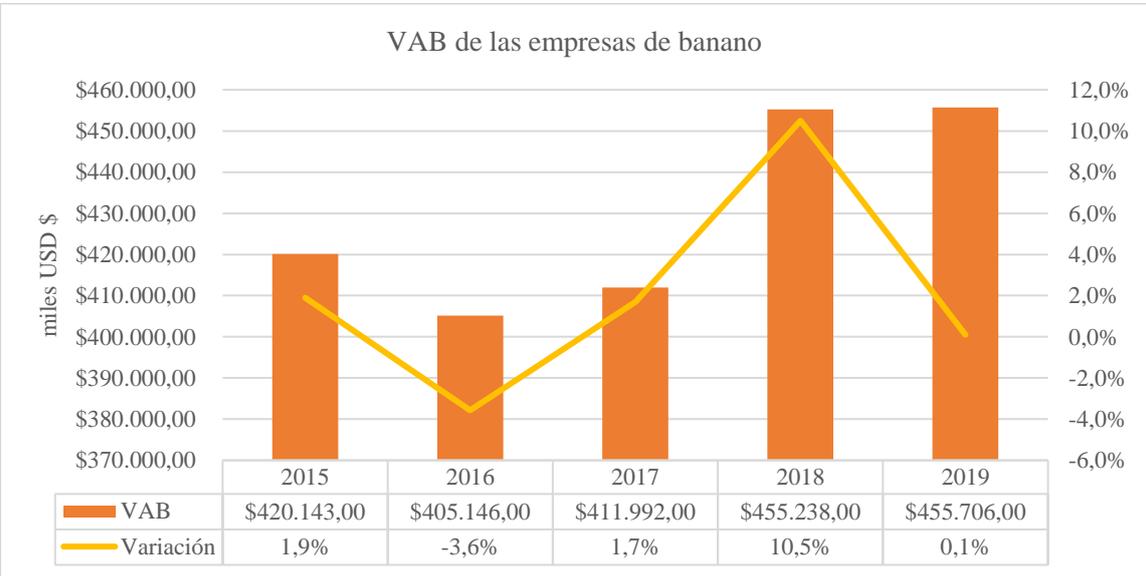


Figura 12. Valor Agregado Bruto de las empresas productoras de banano, durante el período 2015 – 2019  
 Fuente: Superintendencia de Compañías (2020).  
 Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

## 2.2 Marco Teórico

### 2.2.1 La Ventaja Competitiva de las Naciones

Una de las teorías más conocidas en el comercio internacional radica en la ventaja competitiva de las naciones, la misma que tiene similitudes con el concepto abordado a nivel empresarial, donde una compañía se distingue del sector por poseer uno o más factores de diferenciación. En este contexto, en las naciones se aplica un concepto similar sólo que a nivel macro, ya que aquí un país es más competitivo que otro según diversos factores como: infraestructura, formación y desarrollo del capital humano, costo de la mano de obra, abundancia de recursos naturales y demás aspectos que impulsen el desarrollo económico y la captación de inversiones extranjeras (Porter, 1990).

Bajo este contexto, los factores de diferenciación son esenciales para que los productos de una nación, se posicionen en los mercados internacionales, ya sea por su liderazgo en costos, por la calidad de los materiales con los que está elaborado un producto, por la innovación que representa, entre otros. Por consecuencia, la presencia de estos factores en los sectores productivos genera lo que se conoce como valor agregado. Porter (1990) argumentaba que la competitividad y productividad de una nación estará ligada también con las políticas económicas que ejerzan los gobiernos para motivar la inversión privada y como esto se convierte en un efecto multiplicador, en favor del progreso.

Sin embargo, hay ciertas condicionantes que establecen la ventaja competitiva de un país. En la figura 13 se esquematizan los factores claves

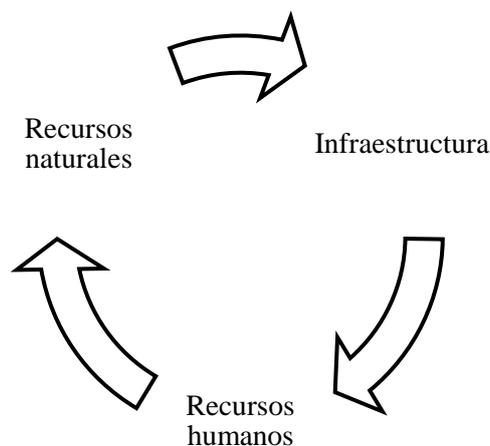


Figura 13. Factores que condicionan la ventaja de una nación

Fuente: (Porter, 1990)

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

La infraestructura es resultado de la inversión pública que realicen los gobiernos de turno de una nación, para favorecer las condiciones de vida de sus habitantes y el desarrollo del comercio local e internacional, así como el flujo de personas y el acceso a servicios básicos de calidad. En este sentido, cuando un país posee una red vial de primer orden, puertos y aeropuertos eficientes, una matriz energética sostenible, así como una plataforma de telecomunicaciones y redes actualizada con las últimas tendencias, se considera que dicha nación tiene una ventaja competitiva, porque esto acelera el avance de una nación, permite que fluya el comercio, despertando el interés de los inversionistas.

Los recursos humanos también juegan un papel importante, ya que no sólo un país es competitivo por tener abundancia de mano de obra, o el salario más competitivo, sino que también posee profesionales bien preparados en una rama en particular, los cuales aportan de forma significativa en el desarrollo de mejores productos. Aquí la parte innovadora y científica cumple un rol vital para ser competitivos, porque implica un avance tecnológico, así como el desarrollo de la creatividad, conocimiento y el pensamiento crítico.

Finalmente, los recursos naturales son otra fuente para generar una ventaja porque dicha nación ofrece un entorno natural para el cultivo idóneo de ciertos productos agrícolas, así como también la ganadería o los provenientes de recursos fósiles como el petróleo o la minería. Sin embargo, por tratarse de factores no renovables, a largo plazo tienden a escasear, por lo que este tipo de economías son sensibles a las fluctuaciones macroeconómicas, como ocurre en Ecuador cada vez que el precio del barril de petróleo se desploma, la economía enfrenta una fuerte recesión. De esta manera, cada nación debe tener claro cómo evolucionar al siguiente nivel y cómo aprovechar sus factores para ser más competitivas que otras durante el intercambio comercial.

### **2.2.2 Teoría de la ventaja comparativa de Ricardo**

Los orígenes de esta teoría datan de inicios del siglo XIX, donde David Ricardo (1817) argumentaba que el comercio internacional genera una interacción positiva para las naciones involucradas, dado que el intercambio fomenta la especialización de aquellos bienes que posee en abundancia, y por el contrario, importa aquellos bienes o servicios donde sus sectores productivos no son tan eficientes, logrando así la especialización mutua. De esta forma, es posible evidenciar países especializados en la exportación de productos del sector primario: agrícola, ganadero, acuícola y pesquero; mientras que otros países que exportan productos terminados, maquinarias, vehículos, tecnología y afines (Macas, 2016). En ambos casos, uno

se especializa en materias primas y el otro en productos terminados, de manera que ambos convergen en un comercio que permite el abastecimiento de la demanda global.

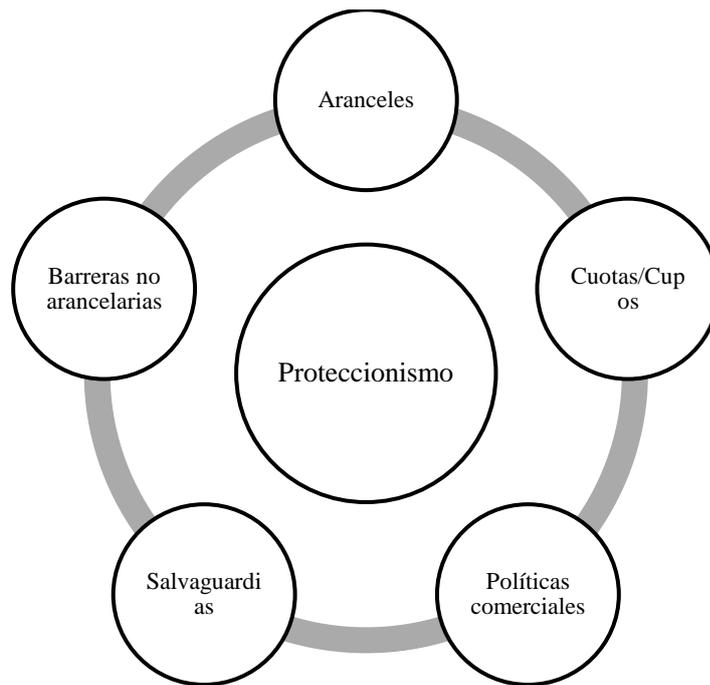
A pesar de que esta teoría sí se aplica en la práctica, en el fondo esa especialización genera un grado de desigualdad en algunos casos, puesto que la especialización en sectores primarios a la larga genera un desajuste en la balanza comercial, por la misma dinámica de exportar materias primas e importar derivados; es decir, vende productos en su estado natural a un valor relativamente bajo, para luego importar un producto terminado que es más costoso porque dentro de sí implica un proceso de tecnificación o industrialización, generando que el valor de las importaciones sea mayor que las exportaciones, y como tal, se produzca un déficit.

De esta forma, Simmons (2020) manifiesta que la especialización de un país debería evolucionar a largo plazo, y no quedarse estancada en un modelo económico primario, aunque también es una realidad la necesidad de proveedores de materias primas, pero lo que indica el autor es que, no está mal depender del Extractivismo siempre y cuando la nación disponga de un modelo que garantice la industrialización local para sustitución de las importaciones, es decir, un modelo ISI que evite la entrada masiva de productos extranjeros de mayor valor, al menos en aquellos que sí se pueden producir nacionalmente, logrando una interacción comercial más equitativa, y menos deficitaria.

### **2.2.3 Teoría del proteccionismo**

El proteccionismo es el resultado del concepto explicado previamente, donde una nación muestra una balanza comercial deficitaria de manera constante y recurrente, dado que el valor de sus importaciones supera de gran manera a sus exportaciones, ante lo cual ya se está percibiendo una afectación importante en sus industrias locales, y por ello es necesaria la aplicación de medidas que cumplan ese rol de proteger el bienestar nacional, la inversión y el empleo (Angulo, 2016).

Pero el proteccionismo se justifica sólo cuando realmente se percibe un daño importante en las industrias o sectores considerados estratégicos para el desarrollo económico de una nación, y no simplemente porque tiene un fin de aumentar la recaudación tributaria. De esta forma, el proteccionismo es positivo cuando fomenta el desarrollo de una industria y la creación de fuentes de empleo, en pro de la generación de la riqueza de un país. Las medidas más comunes que se aplican como proteccionismo son:



*Figura 14.* Medidas proteccionistas más comunes  
 Fuente: Angulo (2016)  
 Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

Los aranceles son una forma de tributo que todo producto importado debe pagar al momento de ingresar a una nación; la aduana define un valor que puede ser fijo, o en función a un porcentaje (ad-valorem). Las cuotas o cupos de importación, como su nombre lo indica, se refiere a la limitación de una cantidad específicas de ciertos bienes que pueden ingresar a un país. Las políticas comerciales cumplen el rol de impulsar el desarrollo de la industria nacional, a través de beneficios provenientes del Estado, como los subsidios. No obstante, un país que se acoge de esta política no puede competir con su producto a nivel mundial porque caería en lo que se conoce como dumping, y es una práctica desleal.

Por otro lado, las salvaguardias consisten una medida de último recurso, y sólo se justifica cuando hay un crecimiento incontrolable de bienes extranjeros, ya que su entrada al país le genera mucha salida de divisas, lo que se traduce en un aumento de la inflación porque la moneda local se deprecia y trae consigo un problema macroeconómico mayor a futuro. Mientras que, las barreras no arancelarias, también conocidas como obstáculos técnicos se relacionan todo tipo de requisitos que colocan los países para garantizar el acceso de un producto; aquí pueden considerar a las licencias, certificados de origen, normas de calidad, normas fitosanitarias, y todo aquello que genere un obstáculo al comercio internacional (Mosquera, 2017).

## 2.2.4 Teorías de la integración y cooperación

Pero para evitar que el proteccionismo acabe con las prácticas de libre comercio, existen países que, al convertirse en socios estratégicos, tratan de consolidar un bloque que sea lo suficientemente competitivo en materia económica y comercial para generar un intercambio equitativo que no perjudique la balanza comercial, la inversión, el empleo o el bienestar social (Aguirre, Cevallos, Medina, & Sancho, 2015). Es así como surgen las teorías de la integración y cooperación económica que buscan lograr esta premisa de formar un bloque competitivo. Sin embargo, no es una tarea sencilla porque depende de un acuerdo mutuo entre varias naciones y, según eso, habrá diversos niveles de integración económica, según los intereses que persigue cada nación.

Balassa (1980) manifiesta que el término integración proviene del latín *integratio* que significa construir o completar las partes faltantes para formar un todo, por ello, la integración económica busca consolidarse como un bloque o conjunto de naciones, comprometidas en la toma de medidas encaminadas a suprimir alguna forma de discriminación, por ejemplo, eliminar barreras comerciales, fomentar el libre comercio o el libre tránsito de personas; entre otras. No obstante, hay bloques que suelen perder el norte y se ven sesgados por ideologías políticas que detienen el proceso integracionista.

Si bien, la integración aborda un proceso de adaptación donde cada país miembro, intenta formar parte de un todo, el trasfondo es lograr una unión para la consolidación de intereses políticos, económicos, comerciales, sociales, migratorios, entre otros. Malamud (2011) manifiesta que “la integración regional es parte de un proceso donde las naciones convergen de forma voluntaria, perdiendo ciertos atributos de su soberanía, para ganar la capacidad de solventar conflictos de interés común” (p. 219).

Guariglia (2014) considera que la integración es posible a través de la firma, suscripción y puesta en vigor de los acuerdos y tratados comerciales que impulsen un dinamismo económico, a través del aprovechamiento de un conjunto de sus potencialidades, recursos, características y necesidades comunes, para fortalecer una relación de comercio bilateral. En este caso, se evidencia que tanto Malamud como Guariglia concuerdan en que la integración económica supone una estrategia para la creación de mayores y mejores oportunidades para el intercambio comercial, así como el desarrollo económico de las naciones.

De acuerdo con Aguirre *et al.*, (2015) dentro de los procesos de integración se pueden distinguir cinco fases o etapas que son las siguientes:

- **Zona de libre comercio:** varios países se reúnen para garantizar la eliminación total o parcial de restricciones comerciales que mantenían vigentes entre sí, para permitir una circulación libre de aranceles en la zona.
- **Unión Aduanera:** se caracteriza por ser una zona de libre comercio, pero que además implica una liberación del comercio recíproco, la tarifa externa común, y la fijación de una aduana común que recaude los fondos para repartirlos entre los países miembros.
- **Mercado Común:** además de permitir la libre circulación de bienes y el arancel externo común, también permite la libre circulación de los factores de producción, lo que significa que todas las restricciones arancelarias y cuantitativas al comercio recíproco se eliminan.
- **Unión Económica:** se trata de un proceso muy avanzado, que intenta lograr la armonización de las políticas económicas y sociales dentro de un mercado común, para aprovechar la zona económica de forma amplia y completa.
- **Comunidad Económica:** aquí además de contemplar todas las cuatro fases mencionadas, también se armonizan políticas monetarias y fiscales dentro del área de integración, para lo cual constituyen organismos supranacionales que son los responsables de definir las directrices que regirán el camino de la comunidad en todo su conjunto.

### 2.2.5 Acuerdos Comerciales

Pero los procesos de integración intra o extra regional no pueden ser posibles si primero no existe un acuerdo comercial, que consiste en un convenio de carácter bilateral o multilateral entre los Estados que pretenden sellar un interés en particular, para incrementar el intercambio comercial, como principal objetivo, pero esto dependerá del nivel de integración como se apreció previamente.

Galindo (2015) manifiesta que los acuerdos comerciales de carácter internacional son una forma de “tratado donde un país se compromete a aplicar medidas menos proteccionistas frente a las exportaciones de otros países, y en contraparte, el otro país se compromete a lo mismo”

(p. 12). De manera que los acuerdos buscan equilibrar el comercio internacional y hacerlo un poco más equitativo para sus miembros.

En este contexto, vale mencionar que Ecuador se convirtió en miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC) a partir del 21 de enero de 1996, lo que trajo consigo la posibilidad de negociar acuerdos comerciales para reducir los obstáculos técnicos al comercio internacional y fomentar condiciones de igualdad para todos los países miembros, en pro del desarrollo socioeconómico. Por ende, la OMC es la encargada de velar que se cumplan los acuerdos pactados además de servir como foro para llegar a consensos en los mejores términos posibles. Sin embargo, Ecuador ya pertenecía a la Comunidad Andina de Naciones (CAN) desde 1969, la misma que rige a la fecha y cuyos miembros son: Bolivia, Ecuador, Colombia y Perú.

A través de la historia, Ecuador ha llegado a firmar y entrar en vigor diversos acuerdos y tratados comerciales, para garantizar un acceso más equitativo a los distintos mercados con preferencias arancelarias que le permitan ser más competitivo. Entre los principales acuerdos se puede mencionar: (a) el Acuerdo de Libre Comercio con la Unión Europea en 2017; (b) Acuerdo de Cartagena como miembro de la CAN; (c) Acuerdo de preferencias arancelarias de forma bilateral con Guatemala, Chile, Colombia, Venezuela y México, acuerdos firmados entre 1987 y 2013. De esta forma, la presente investigación pretende analizar los aspectos claves del acuerdo multipartes firmado entre Ecuador y la Unión Europea, para determinar cómo ha mejorado la exportación de banano hacia ese bloque, pero en particular, hacia España, y así establecer que aspectos requieren ser fortalecidos para garantizar una entrada de divisas favorables para el país.

### **2.2.6 La Logística**

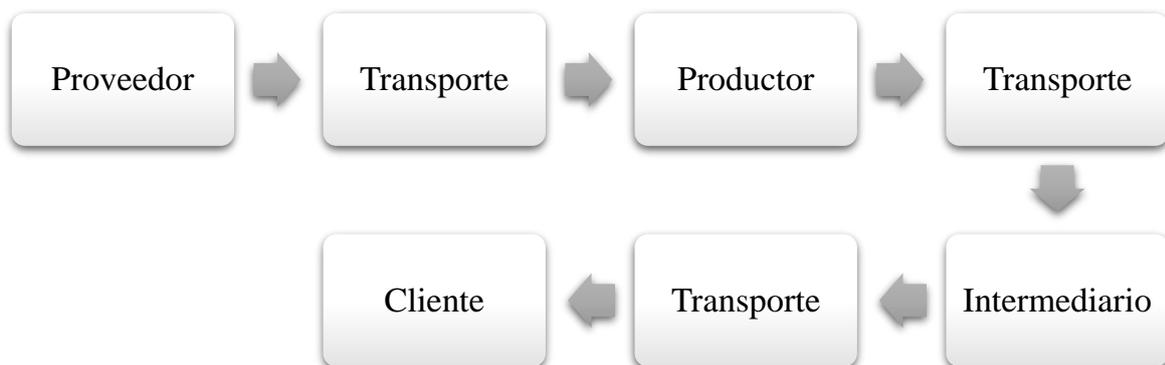
La logística forma parte de la cadena de abastecimiento, y su rol es importante porque se encarga de la planificación, implementación y control de las diferentes estrategias de distribución de cada bien que es producido y comercializado, los mismos que deben llegar a un destino establecido, en el tiempo más oportuno posible y a costos competitivos. Generalmente, este término es amplio porque está relacionado con el transporte, pero también con procesos de etiquetado, empaçado, almacenamiento, aduana, entre otros.

Flores (2018) manifiesta que la eficiencia y eficacia de los agentes que intervienen en el comercio exterior dependen directamente de la gestión logística, y mientras más corto sea el

tiempo de permanencia de un producto, en cada etapa de la cadena de suministro, menor será el costo y, por ende, más competitivo para suplir las necesidades de la demanda. De esta manera, los beneficios de llevar un proceso logístico idóneo son los siguientes:

- Control de inventarios.
- Reducción de los tiempos de respuesta.
- Mejor aprovechamiento de los recursos económicos, técnicos y humanos.
- Tomar mejores decisiones.
- Renovar la distribución existente.

Actualmente, las organizaciones tratan de suministrar bienes y servicios de forma oportuna, considerando que las compras representan entre el 40% y 60% del valor de las ventas brutas, eso quiere decir que, con una mejor gestión de estos rubros, podría lograrse un margen de utilidad más atractivo (Valencia, 2012), de ahí que la gestión logística desempeña un rol vital en la cadena de suministro, ya que interactúa en los siguientes procesos.



*Figura 15.* Elementos esenciales de la cadena de suministro  
Fuente: Valencia, (2012)  
Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

### 2.3 Marco Conceptual

- **Balanza Comercial:** Registros de exportaciones e importaciones durante un período determinado.
- **Déficit:** Un déficit es la situación económica que presenta un país en la cual los gastos o egresos son superiores a los ingresos del mismo.
- **Diversificación:** Ofrecer innovadores productos para acceder a nuevos mercados.

- **Dumping:** se trata de una práctica comercial que consiste en la venta de un producto por debajo de su precio normal, e inclusive debajo del costo de producción, para eliminar empresas competidoras de forma directa y apropiarse de un mercado.
- **Exportación:** práctica comercial a través de la cual un producto o un servicio se vende fuera de las fronteras nacionales, es decir hacia el exterior.
- **Impuestos:** Parte de la recaudación de fondos públicos provenientes de las actividades comerciales.
- **Industrias nacientes:** es una asistencia oficial para el desarrollo económico, la cual permite aplicar restricciones a las importaciones que afecten a las industrias nacientes con el objetivo de protegerlas y favorecer su desarrollo.
- **Matriz Productiva:** Es la estructura de los sectores de bienes o servicios que se presentan en un país y que es organizada en función de la importancia de cada sector en la economía de un Estado para generar inversión, producción, empleo, invención, innovación y exportaciones de bienes, servicios y tecnología.
- **Packing List:** es un término anglosajón empleado para detallar el contenido de una transacción de comercio internacional. En español significa lista de empaque, y describe todo lo que se está comercializando en peso, cantidad, volumen, etc.

## 2.4 Marco Legal

### 2.4.1 Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea

El Acuerdo Comercial Multipartes, en adelante ACM entre Ecuador y la Unión Europea entró en vigencia el 1 de enero de 2017, y permitió liberar el 95% de los aranceles para que los productos ecuatorianos puedan ingresar al mercado europeo a precios competitivos, y también para que el 60% de productos europeos ingresen a Ecuador. Inicialmente, el país contaba con el Sistema de Preferencias Generalizadas Plus (SPG +) que facilitó la transición al ACM. Entre los objetivos de este acuerdo se destacan:

- Acceso a mercados: de bienes agrícolas a la UE, de bienes al mercado ecuatoriano, de bienes industriales, pesca y acuicultura a la UE.

- Obstáculos técnicos al comercio: revisión de los reglamentos técnicos para ingresar al mercado.
- Medidas sanitarias y fitosanitarias para el cuidado de la salud.
- Instrumentos de defensa comercial, especialmente para enfrentar el comercio desleal, a través de un marco jurídico claro y transparente.
- Servicio, inversiones y libre movimiento de capitales.
- Contratación pública.
- Propiedad Intelectual
- Comercio y desarrollo sostenible.

Según las proyecciones de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), la firma del Acuerdo Comercial Multipartes traería consigo una mejora sustancial en el producto interno bruto (PIB), permitiendo un crecimiento entre el 0.10% y 0.15% anual, lo que a su vez generaría un efecto multiplicador en materia de inversión, empleo, consumo y mejora del ingreso de la población; especialmente, porque el acuerdo asegura una liberación inmediata de aranceles en prácticamente el 99% de los productos agrícolas del Ecuador, donde el banano se vería muy favorecido con un arancel preferencial, lo que le ayudaría a ser más competitivo en los mercados internacionales.

#### **2.4.2 Constitución de la República del Ecuador**

La Constitución o Carta Magna del Ecuador se establece como el cuerpo legal de mayor relevancia en toda la nación, y sirve de base para el desarrollo de los diversos lineamientos de carácter político, legal, social y cultural que rigen a todas las actividades que se desarrollan dentro del país (Asamblea Constituyente, 2008); No obstante, en lo que concierne al campo del comercio exterior, se presentan los siguientes artículos:

- Art. 261.- El Estado central tendrá competencias exclusivas sobre las políticas económica, tributaria, aduanera, arancelaria; fiscal y monetaria; comercio exterior y endeudamiento.
- Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.
- Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:
  1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.

2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

### **2.4.3 Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones**

Este código fue publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 351 el 29 de diciembre del 2010 y dentro del mismo se encuentran divisiones denominadas como libros, en los que se encuentran los artículos para que el Ecuador pueda llevar a cabo acciones que le permitan mejorar sus exportaciones (Asamblea Nacional, 2010).

#### Sección III: Incentivo de estabilidad tributaria en contratos de inversión

##### Art. 28.- De la aplicación de los incentivos

La Secretaría Técnica del Consejo Sectorial de la producción coordinará con los organismos de control competente, la ejecución adecuada de los beneficios reconocidos para cada proyecto de inversión, sin que se pueda exigir a los inversionistas otros requisitos que los establecidos en esta legislación.

#### Libro IV

##### Del comercio exterior, sus órganos de control e instrumentos

##### Sección IV. Del Fomento y la promoción de exportaciones

##### Art. 93.- Fomento a la exportación

El Estado es el encargado de impulsar las exportaciones a través de mecanismos de orden general, contemplados como normas legales o programas de Gobierno, estos podrían ser a través de:

- Acceso a programa de preferencias arancelarias.
- Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos o materias primas que establezca este Código.
- Derecho a acogerse a regímenes especiales aduaneros.

- Asistencia o facilitación financiera prevista en programas generales o sectoriales.
- Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa y desarrollo de mercados, conformación de consorcios, unión de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones que impulse el gobierno.
- Derecho a acceder a los incentivos de la inversión pública productiva, previstos en este Código y sus normas pertinentes.

## Libro V

### De la Competitividad Sistémica y de la Facilitación Aduanera

#### Título I. Del fomento y promoción de los sectores estratégicos claves para la infraestructura productiva

##### Art. 96.- Inversión en sectores estratégicos

El Estado podrá delegar excepcionalmente, a la iniciativa privada y a la economía popular y solidaria, las inversiones en sectores estratégicos en los casos que se establezcan en las leyes de cada sector y en el presente Código.

##### Art. 99.- Simplificación de los trámites administrativos.

De conformidad con el objetivo del Sistema Nacional de Registros de Datos Públicos, las entidades, instituciones y organismos del Estado, en el ámbito de sus competencias, deberán simplificar los trámites administrativos que se realicen ante los mismos. Dentro de este contexto, las entidades, instituciones y organismos públicos deberán implementar bases de datos automatizadas y no podrán exigir la presentación de copias certificadas o fotocopias de documentos que esas entidades, instituciones y organismos tengan en su poder o de los que tenga posibilidad legal y operativa de acceder. Las entidades, instituciones y organismos públicos procurarán limitar al mínimo, la exigencia de presentación de copias certificadas actualizadas de documentos públicos que puedan obtenerse por vía legal u operativa, a través de la interconexión de bases de datos del Sector Público.

Dentro del Reglamento establecido en el COPCI se encuentran los artículos que se presentan a continuación:

#### Capítulo IV: Despacho

##### Sección I: Declaración Aduanera

##### Art. 63.- Declaración Aduanera

En este artículo se indica que la declaración aduanera de las mercancías se debe presentar de forma electrónica o física, si esta es de un mismo declarante, entonces una misma declaración

aduanera tendrá la facultad de contener la totalidad de los documentos de soporte, de acompañamiento, las facturas y los documentos de transporte que conformen la exportación o la importación de las mercancías pertinentes. (Asamblea Nacional, 2010)

#### Art. 64.- Declarante

La Declaración Aduanera es única, personal y consecuentemente, será transmitida o presentada por el importador, exportador o pasajero, por sí mismo, o a través de un Agente de Aduanas. Este declarante es responsable ante el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE) por la exactitud de la información que se encuentre consignada en la Declaración Aduanera. (Asamblea Nacional, 2010)

#### Art. 65.- Contenido de la Declaración Aduanera

Los datos que se consignan en esta declaración deben estar fijados por el SENAE, de conformidad con lo estipulado en el formato que se determine para el efecto, considerando requisitos contemplados en los convenios o tratados internacionales de los que el Ecuador forme parte. Como mínimo debe poseer la identificación del declarante, la del medio de transporte y la descripción de la mercadería, su origen, procedencia y valor de estas (Asamblea Nacional, 2010).

#### Art. 66.- Plazos para la presentación de la declaración. -

Dentro de este artículo se establece que, en el caso de realizarse una importación, esta deberá presentarse en un periodo que no supere los quince días calendario antes de que el medio de transporte llegue y en el caso de las exportaciones, se podrá presentar hasta las 24 horas previas a que los productos se encuentren en zona primaria o en los treinta días posteriores al embarque de las mercancías (Asamblea Nacional, 2010).

### Sección II: Documentos que acompañan a la declaración aduanera

#### Art. 72.- Documentos de acompañamiento. -

En este artículo se menciona todo lo relacionado con los documentos de acompañamiento que son necesarios para llevar a cabo el control previo, los cuales deben encontrarse aprobados antes de que se efectúe el embarque de cada uno de los productos a ser exportados (Asamblea Nacional, 2010).

Art. 73.- Documentos de soporte. -

En este artículo se indica que los documentos de soporte son aquellos que permiten elaborar una base de información para llevar a cabo la correspondiente declaración aduanera y estos son los siguientes (Asamblea Nacional, 2010):

- Documento de transporte
- Factura comercial
- Certificado de origen

Los artículos mencionados previamente se aplican en la presente investigación; ya que se establecen como una base importante que permite asegurar que el proceso de exportación de será óptimo y tendrá las correspondientes facilidades que ofrece el Estado ecuatoriano, además de ser una documentación correcta para la declaración de mercancías, en un tiempo establecido y cumpliendo con cada uno de los con requisitos específicos (Asamblea Nacional, 2010).

## CAPÍTULO III.

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1 Método y tipo de la investigación

Para el desarrollo de la presente investigación, los métodos que se utilizan son:

Método inductivo, permite obtener información relevante de la situación actual del espacio que se va a investigar y de la actividad comercial, económica y social que existen a través de la observación de datos específicos para poder concluir de manera general (Dzul, 2010).

Método deductivo, el cual sirve para analizar la información referente a las exportaciones bananeras luego de la implementación del acuerdo con la UE, trabajando desde lo más general hasta llegar finalmente a lo más específico, para probar finalmente la hipótesis planteada (Hernández, Fernández, & Baptista, 2015).

Asimismo, el tipo de investigación es descriptivo porque se observa y describe el comportamiento de las variables que forman parte de estudio, en este caso se pretende analizar cómo la entrada en vigor del ACM incidió en las exportaciones de banano en el mercado europeo, pero particularmente en España. Por otro lado, la investigación es de diseño no experimental porque no se alteran ni manipulan las cifras encontradas, sino que se presentan tal como se dan en su entorno, pero también es de alcance longitudinal porque se analizan varios períodos (2015 – 2018), para determinar cómo han evolucionado las exportaciones en todo ese tiempo.

#### 3.2 Enfoque

Por otro lado, el enfoque de la investigación es cuantitativo, a través del compendio de datos obtenidos de las diversas fuentes primarias. En este caso, al haber una medición estadística de las variables en volumen, dólares, porcentajes de participación, tasas de variación y demás datos numéricos, se justifica el enfoque cuantitativo (Baena & Ayala, 2017), el mismo que también está acompañado por una técnica como la encuesta que permite la recopilación de una gran cantidad de datos, a una muestra en particular, para establecer cómo han mejorado las exportaciones bananeras en el período 2015 – 2018.

### 3.3 Técnicas de investigación

Para la recolección de datos, se emplearán las siguientes técnicas e instrumentos:

Tabla 5. Descripción de las técnicas e instrumentos de la investigación

| Técnica                       | Instrumento                        | Justificación   |
|-------------------------------|------------------------------------|---|
| <b>Encuesta</b>               | Cuestionario de preguntas cerradas | La encuesta es una herramienta versátil que se apoya de un cuestionario de preguntas cerradas, las cuales permiten tener una visión general, sin tanto detalle, de la situación que enfrentan las exportadoras de banano, a raíz de la vigencia del acuerdo comercial multipartes.  |
| <b>Observación Documental</b> | Series de Datos Estadísticos       | A través de los boletines emitidos por la FAO, el Banco Central, <i>Trade Map</i> y el Ministerio de Agricultura, se hará un análisis del sector bananero para determinar los volúmenes de producción, las exportaciones anuales, los mercados de destino y la forma en que han evolucionado estos rubros gracias al ACM. Vale destacar que los años de análisis de esta información, abarca el período 2014 – 2019 para establecer una comparación antes y después del flujo comercial, como consecuencia de la firma del ACM.<br><br>Además, para determinar los cambios más relevantes presentados en las exportaciones, a partir de la firma del acuerdo, se calcularon las variaciones interanuales a través de la fórmula $(P1/P0)-1$ , la cual se interpreta como la división entre el período actual para el período anterior, menos uno, para obtener el porcentaje de variación neto. |

---

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

### 3.4 Población y muestra

#### 3.4.1 Población

Para Arias (2014) la población estadística se conforma por un grupo total de individuos o unidades de estudio, que son relevantes para cumplir el objetivo de la investigación, dado que su opinión o criterio es clave para determinar algún comportamiento, problema o fenómeno. Para efectos de la presente investigación, la población está representada por el total de compañías registradas bajo la actividad de exportación de banano en la provincia del Guayas. Según datos de la Superintendencia de Compañías (2019) en total hay 263 establecimientos.

#### 3.4.2 Muestra

Por otro lado, una muestra es un subconjunto de la población; es decir, una porción lo suficientemente representativa que hace más accesible la toma de datos, ya sea en cuestión de cantidad de individuos a encuestar, tiempo, recursos y demás aspectos que deben considerarse al momento de hacer un levantamiento de información. Para hallar la muestra se recomienda su cálculo a través de una fórmula de población finita que se describe a continuación:

Tabla 6. Cálculo de la muestra de una población finita

|             |      |   |
|-------------|------|---|
| <b>n/c=</b> | 95%  | $n = \frac{Z^2 (p)(q)(N)}{(N-1) e^2 + Z^2 (p)(q)}$ $n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) (263)}{(263 - 1) (0.07)^2 + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$ $n = \frac{252.59}{2.24}$ $n = 113$ |
| <b>z=</b>   | 1.96 |   |
| <b>p=</b>   | 50%  |   |
| <b>q=</b>   | 50%  |   |
| <b>N=</b>   | 263  |   |
| <b>e=</b>   | 7%   |   |
| <b>n=</b>   | ?    |   |

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

Los parámetros establecidos en este muestreo fueron: un nivel de confianza del 95% que hizo posible encontrar un valor z de 1.96 en la tabla estadística de distribución normal, lo que representa la desviación estándar de la muestra. Por otro lado, se aplicaron porciones favorables y desfavorables del 50% cada una, debido a que las empresas objeto de estudio sólo tienen dos opciones: son escogidas o no dentro del muestreo. Luego, se asignó un margen de error del 7% debido a que, por la situación de pandemia del Covid-19 se dificulta la toma de datos a un

número muy grande de personas, por lo que se buscó un error que hiciera posible una muestra accesible. Lo recomendable es utilizar el 5% de error como parámetro estándar, pero por esta vez se hizo una excepción dada la crisis sanitaria que enfrenta el Ecuador y el mundo.

Finalmente, se obtuvo una muestra total de 113 compañías, lo que corresponde al 43% de la población total, por lo que se determina que se trata de una muestra muy representativa. Asimismo, la forma en que se recogieron los datos fue utilizando la técnica de encuesta, mediante llamada telefónica, dado que por tema del Covid-19, muchas empresas no estuvieron dispuestas a colaborar en la recolección de datos. De esta forma, podría decirse que el muestreo fue de subtipo no probabilístico y por conveniencia porque se escogió la opinión de aquellas empresas del sector bananero que sí dieron la apertura para realizar la encuesta vía telefónica y accedieron a responder el cuestionario de forma muy breve en un lapso no mayor a cinco minutos.

### **3.5 Análisis de los resultados**

#### **3.5.1 Resultados de las encuestas**

De acuerdo con la base de datos de la Superintendencia de Compañías, en la ciudad de Guayaquil hay un total de 263 empresas dedicadas a la actividad bananera bajo el código CIU A0122.01 que abarca al cultivo, producción y exportación de banano y plátano (ver Anexo 1). De este listado, se escogió a una muestra de 113 compañías quienes fueron las formaron parte del estudio, y a quienes se recogió la información a través de una llamada telefónica, dado que por efectos de la pandemia del Covid-19 las medidas de distanciamiento y movilización dificultaba hacer la encuesta en el lugar de los hechos (in situ), por lo cual se fue recogiendo sus respuestas en una hoja de Excel para la respectiva tabulación.

La toma de datos se realizó entre los meses de agosto y septiembre del año 2020, mientras que el procesamiento y análisis de datos durante la primera semana de octubre del 2020. A continuación, se presentan los resultados obtenidos de una encuesta estructura por siete preguntas las cuales tienen por objetivo determinar la percepción de un grupo de empresarios del sector bananero, referente al impacto que ha traído consigo la firma del ACM (Ver Anexo 2).

1) Número de cajas que exporta a la semana.

Tabla 7. Número de cajas que exporta a la semana

| <b>Respuesta</b>     | <b>Frecuencia Absoluta</b> | <b>Frecuencia Relativa</b> |
|----------------------|----------------------------|----------------------------|
| De 1 a 50000         | 19                         | 16.7%                      |
| De 50001 en adelante | 94                         | 83.3%                      |
| <b>Total</b>         | <b>113</b>                 | <b>100.0%</b>              |

Fuente: Obtenido de la encuesta a empresas del sector bananero del Guayas

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

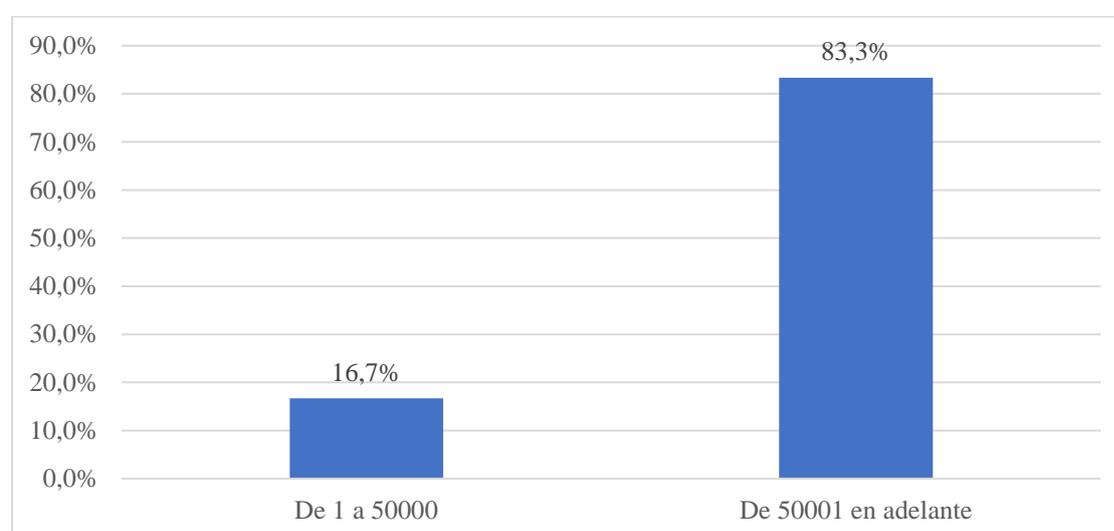


Figura 16. Cajas semanales (exportadores)

Fuente: Obtenido de la encuesta a empresas del sector bananero del Guayas

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

Los resultados de la encuesta determinar que los exportadores de banano son bastante competitivos, pues, a la semana exportan más de 50 mil cajas de banano, y sólo el 16.7% lo que hace por una cifra menor. Algo a destacar de esta pregunta es el hecho de guardar relación con las estadísticas presentadas previamente, donde se apreció un crecimiento importante del 5% anual a lo largo del período 2014 – 2019; por consiguiente, al existir una demanda importante de esta fruta en los mercados internacionales, se genera un efecto multiplicador en la economía nacional donde la producción y empleo también crece para abastecer a estos mercados, por lo que gran parte de esta situación se justifique en el aporte que ha tenido el ACM.

- 2) El Acuerdo Comercial Multipartes (ACM) entre Ecuador y la Unión Europea ha mejorado su nivel de competitividad y liquidez.

Tabla 8. *Percepción acerca del ACM*

| <b>Respuesta</b> | <b>Frecuencia Absoluta</b> | <b>Frecuencia Relativa</b> |
|------------------|----------------------------|----------------------------|
| Sí               | 70                         | 61.9%                      |
| No               | 43                         | 38.1%                      |
| <b>Total</b>     | <b>113</b>                 | <b>100.0%</b>              |

*Fuente:* Obtenido de la encuesta a empresas del sector bananero del Guayas

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

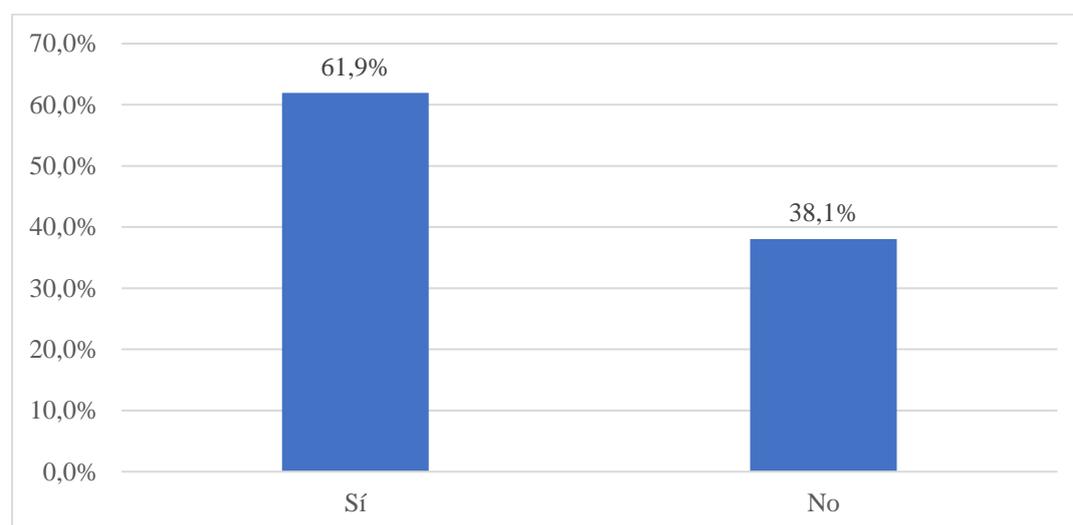


Figura 17. *Percepción acerca del ACM*

*Fuente:* Obtenido de la encuesta a empresas del sector bananero del Guayas

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

De acuerdo con la percepción del 62% de los encuestados, el ACM sí ha mejorado los niveles de competitividad y la liquidez, sobre todo, porque se trata de acuerdo que permite que el banano ecuatoriano ingrese con arancel preferencial, aunque la caja de banano ecuatoriano suele ser entre \$ 0.50 y \$ 0.80 más costosa que la competencia (Costa Rica y Colombia), ya que el Ecuador tiene costos más elevados, especialmente en temas de insumo y mano de obra, así como los fletes; todo eso incide en que el precio sea mayor, pero aun así el banano de Ecuador lidera las exportaciones mundiales por el prestigio obtenido en mercados internacionales.

### 3) Impacto del ACM a la producción de banano.

Tabla 9. Impacto del ACM en la producción de banano

| Respuesta                       | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---------------------------------|---------------------|---------------------|
| Se ha reducido la producción    | 15                  | 13.3%               |
| Ha aumentado la producción      | 44                  | 38.9%               |
| Se mantiene (no me ha afectado) | 54                  | 47.8%               |
| <b>Total</b>                    | <b>113</b>          | <b>100.0%</b>       |

Fuente: Obtenido de la encuesta a empresas del sector bananero del Guayas

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

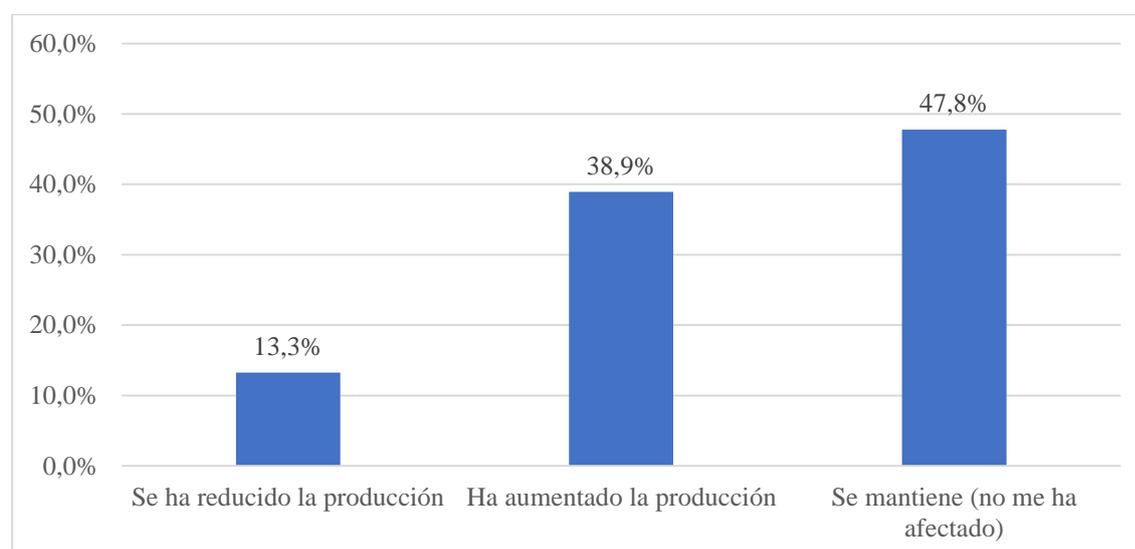


Figura 18. Impacto del ACM en la producción de banano

Fuente: Obtenido de la encuesta a empresas del sector bananero del Guayas

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

El resultado de esta pregunta deja claro que, si bien los empresarios bananeros consideran que el ACM ha favorecido la exportación de la fruta, esto no ha incidido mayormente en la producción. El 13% considera que sí se ha visto afectada la producción y han presentado reducciones, pero el 87% manifestó que se ha mantenido igual o sí se ha percibido un aumento notable en la producción y exportación. Guardando coherencia una vez más con las cifras del BCE donde se nota un aumento sostenido, especialmente, durante el período 2014 – 2019. Por lo general, los pequeños productores son los que perciben una reducción en el rendimiento, ya que suelen presentar ineficiencias para el manejo de los cultivos, donde la presencia de plagas, la falta de riego y los fenómenos naturales juegan un papel importante también.

4) Aplicación de beneficios fiscales que vayan de la mano con el Acuerdo Comercial Multipartes.

Tabla 10. *Se acoge a algún beneficio fiscal*

| Respuesta    | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|--------------|---------------------|---------------------|
| Sí           | 22                  | 19.5%               |
| No           | 91                  | 80.5%               |
| <b>Total</b> | <b>113</b>          | <b>100.0%</b>       |

Fuente: Obtenido de la encuesta a empresas del sector bananero del Guayas

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

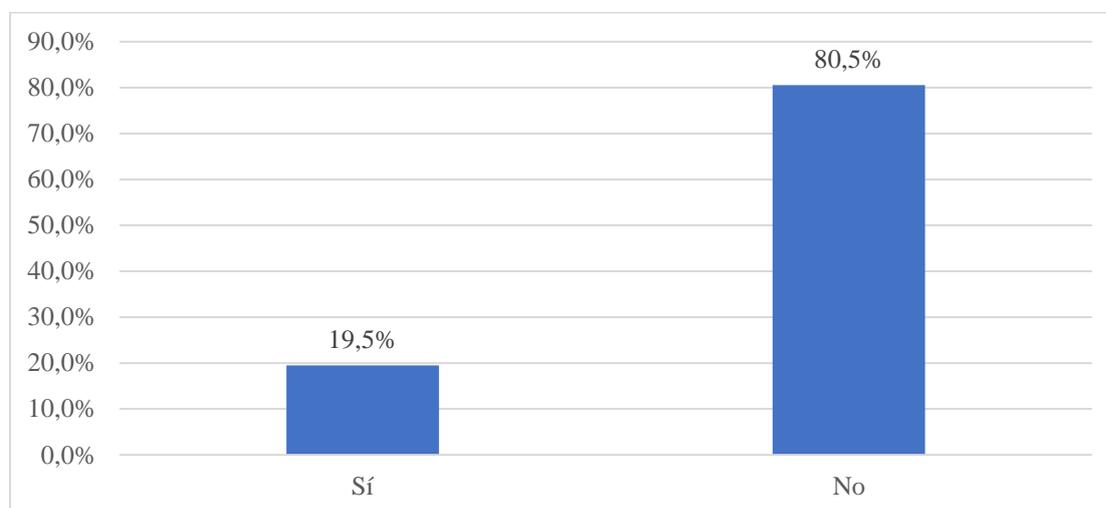


Figura 19. *Se acoge a algún beneficio fiscal*

Fuente: Obtenido de la encuesta a empresas del sector bananero del Guayas

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

De acuerdo con el resultado de esta pregunta, se aprecia que algunas empresas del sector bananero no estarían aplicando algún beneficio fiscal compensatorio como el drawback. Esto se debe a que, dentro del sector bananero, la mayor parte de establecimientos son MiPymes, esto quiere decir que, al ser empresas de tamaños pequeños, en algunos casos sus administradores no cuentan con los conocimientos necesarios o con la asesoría tributaria correspondiente, para aprovechar ciertos beneficios o incentivos fiscales. Por eso el 80.5% no se acoge a esta medida y sólo el 19.5% que está representado por las grandes empresas y hasta empresas medianas sí lo hace. En este punto vale mencionar que la industria bananera paga un Impuesto a la Renta Único que, a diferencia del régimen general, este se grava sobre las ventas netas y no sobre las utilidades, lo que podría justificar el resultado de esta pregunta.

5) La entrada en vigor del Acuerdo Comercial Multipartes ha mejorado la situación económica de la industria bananera.

Tabla 11. *El ACM ha mejorado la situación económica del sector bananero*

| <b>Respuesta</b> | <b>Frecuencia Absoluta</b> | <b>Frecuencia Relativa</b> |
|------------------|----------------------------|----------------------------|
| Sí               | 99                         | 87.6%                      |
| No               | 14                         | 12.4%                      |
| <b>Total</b>     | <b>113</b>                 | <b>100.0%</b>              |

*Fuente:* Obtenido de la encuesta a empresas del sector bananero del Guayas

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

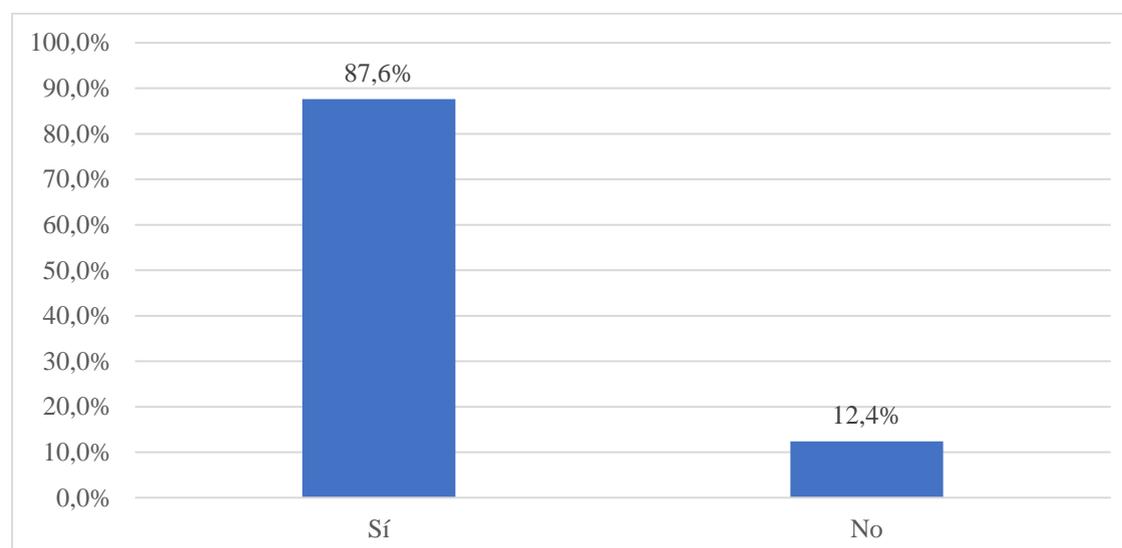


Figura 20. *El ACM ha mejorado la situación económica del sector bananero*

*Fuente:* Obtenido de la encuesta a empresas del sector bananero del Guayas

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

El 87% de los encuestados manifiesta que la entrada en vigor del ACM sí ha traído consecuencias positivas en la situación económica del sector bananero, especialmente porque permite el ingreso de la fruta ecuatoriana al mercado europeo, y esto se ve reflejado en las cifras de exportación, donde es evidente un crecimiento anual de casi 6%, lo que significa una tasa de variación enorme si se compara con el crecimiento del PIB, o de otros sectores económicos que presentan variaciones por debajo del 1%, o tasas negativas.

6) Beneficios que se pueden generar gracias a la vigencia del Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea.

Tabla 12. Beneficios que podría generar el ACM

| Respuesta                           | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|-------------------------------------|---------------------|---------------------|
| Aumento de las exportaciones        | 30                  | 26.5%               |
| Mayor prestigio                     | 25                  | 22.1%               |
| Apertura hacia nuevos mercados      | 46                  | 40.7%               |
| Desarrollo de la industria bananera | 12                  | 10.6%               |
| <b>Total</b>                        | <b>113</b>          | <b>100.0%</b>       |

Fuente: Obtenido de la encuesta a empresas del sector bananero del Guayas  
Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

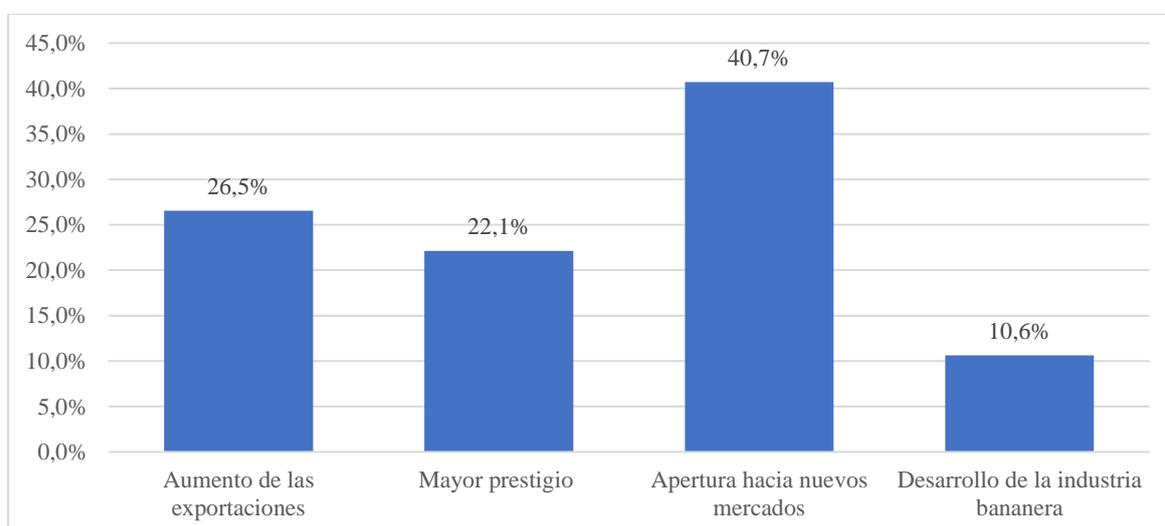


Figura 21. Beneficios que podría generar el ACM

Fuente: Obtenido de la encuesta a empresas del sector bananero del Guayas  
Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

Esta pregunta es importante porque determina las expectativas que tienen los exportadores bananero a causa del ACM, se puede notar que la principal fortaleza que ellos consideran es la apertura hacia nuevos mercados, y esto es real, ya que Rusia hace 5 años atrás no estaba en el radar de exportaciones de banano, pero hoy por hoy es el principal destino del banano ecuatoriano, el mismo que se incrementó sustancialmente desde 2017, por lo que este acuerdo ayuda a abrir nuevos mercados, lo cual es más importante que obtener prestigio o lograr el desarrollo de la industria bananera.

7) Aspectos que debe mejorar el Ecuador para ser más competitivo en la industria bananera a nivel internacional.

Tabla 13. Aspectos que debe mejorar el Ecuador para ser más competitivo

| Respuesta                          | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|------------------------------------|---------------------|---------------------|
| Reducir costos                     | 59                  | 52.2%               |
| Mejorar políticas comerciales      | 14                  | 12.4%               |
| Reducir la informalidad del sector | 40                  | 35.4%               |
| <b>Total</b>                       | <b>113</b>          | <b>100.0%</b>       |

Fuente: Obtenido de la encuesta a empresas del sector bananero del Guayas  
Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

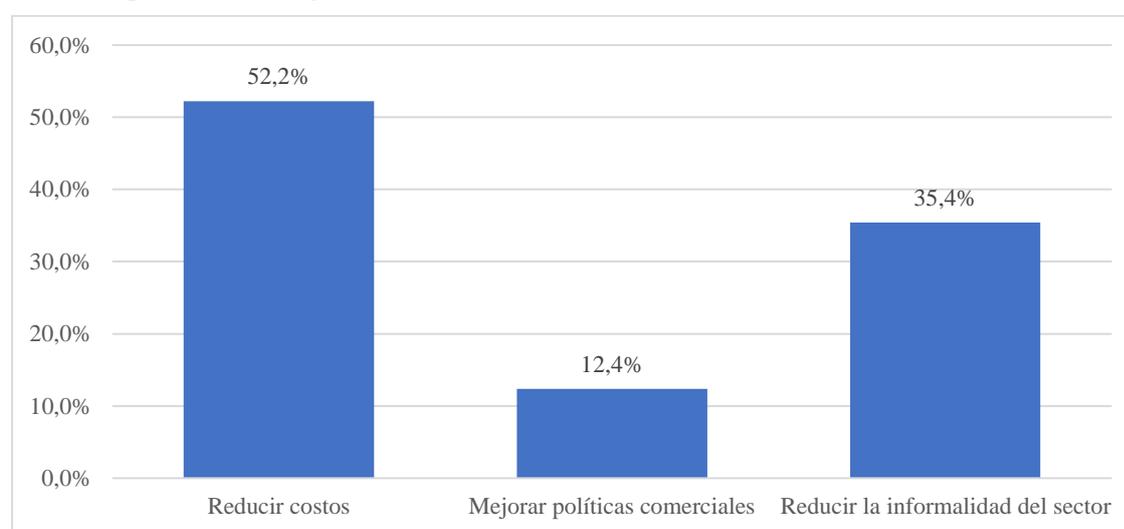


Figura 22. Aspectos que debe mejorar el Ecuador para ser más competitivo

Fuente: Obtenido de la encuesta a empresas del sector bananero del Guayas  
Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

Referente al desarrollo de la industria bananera, consideran que para ser más competitivos frente a países como Colombia y Costa Rica, se debe buscar la manera de reducir costos, a través del aprovechamiento de incentivos fiscales como el drawback, o invertir en mejores mecanismos para facilitar el comercio local del banano y también negociar tarifas de transporte más accesibles, a precios competitivos, pero sobre todo reducir la informalidad del sector, ya que esto es lo que perjudica también el desarrollo de la industria bananera, ya que algunos productores no se acogen a los mecanismos tributarios y legales que son exigidos por entidades como el SRI o el Ministerio de Agricultura, y a la larga, afectan a los costos del banano.

### **3.5.2 Resultados de la observación documental**

Dentro de este apartado se presenta la aplicación de la técnica de observación documental, bajo cual se analiza una serie de datos del sector bananero, durante el período 2014 – 2019. La técnica de observación documental se apoyó en la revisión de boletines estadísticos proporcionados por organismos oficiales como la FAO, el Banco Central y Trade Map, donde se pueden encontrar datos del comercio internacional referente a la exportación de banano a nivel mundial, al mercado de la Unión Europea y al mercado español, pero también se analizaron datos de la producción local de esta fruta, para lo cual se utilizaron los boletines estadísticos proporcionados por el Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador.

## **CAPÍTULO IV.**

### **INFORME FINAL**

#### **4.1 Generalidades**

Los resultados de la investigación, tanto documental, como la realizada a través de las encuestas, determina que el Acuerdo Comercial Multipartes, definitivamente sí ha sido muy positivo para la industria bananera del Ecuador. Esto no sólo se evidencia en la encuesta, donde casi el 88% de personas que formaron parte del estudio dijeron que sí habían visto una mejora en su situación económica a raíz de este acuerdo, sino que también las cifras presentadas por el Banco Central del Ecuador, el Ministerio de Agricultura y Ganadería y la Superintendencia de Compañías, reflejan que el sector bananero es un importante dinamizador socioeconómico.

Es decir, el acuerdo no sólo ha propiciado un crecimiento de las ventas y exportaciones del Ecuador hacia la Unión Europea, sino que, a nivel interno, su impacto se ha evidenciado en el número de empresas bananeras registradas hasta el 2019, la cual va en aumento; y lo mismo ocurre con las fuentes de trabajo que genera este sector, debido a que hasta el 2019 se registraron más de 42 mil personas empleadas bajo la actividad bananera.

En este contexto, la presente investigación determina la importancia de que las autoridades encargadas de manejar las relaciones internacionales, busquen la forma de consolidar acuerdos comerciales para que los productos ecuatorianos puedan ingresar a los mercados extranjeros, y se logren posicionar, dado que esto se tradujo en una importante entrada de divisas, inversión, generación de empleo y un gran dinamismo económico que le favorece al PIB nacional. Por tanto, estos acuerdos comerciales lo que hacen es crear mayores expectativas de desarrollo económico, lo que también favorece la calidad de vida de las personas.

Por esta razón, el presente informe final propone la realización de un análisis del entorno a nivel macro y a nivel micro, para tener un panorama general de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que presenta el sector bananero, con relación a la economía ecuatoriana, a fin de formular estrategias que ayuden a dinamizar aún más este sector. En especial, centrándose en las exportaciones de banano que se dirigen hacia el mercado español, para determinar si está en crecimiento o a la baja, y establecer qué se puede hacer desde los sectores productivos y los entes encargados de crear foros de negociación, para que se mejoren las estadísticas de exportación y, por ende, hay un mayor flujo de divisas entre estas dos naciones.

## **4.2 Análisis del entorno**

### **4.2.1 Factores Políticos**

Empezando con los factores políticos es importante mencionar que, además del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) tratado previamente en el capítulo 2, el principal aspecto político – legal dentro de este informe es el impacto generado por el Acuerdo Comercial entre Ecuador y La Unión Europea. Vale destacar que este acuerdo se denomina multipartes porque involucra un protocolo de adhesión que incluye a los 28 países que integran la Unión Europea, y sus estados miembros, así como también a Colombia y Perú, quienes ya lo habían suscrito previamente.

La importancia de este acuerdo es tal que asegura la liberalización inmediata del 99.7% de la oferta exportable histórica del Ecuador en los productos agrícolas y el 100% de los productos industriales ecuatorianos. Asimismo, según la CEPAL se estimaba que una vez que este acuerdo entre en vigencia, la nación sería testigo de un crecimiento anual del PIB en al menos un 0.10%, así como también un 0.15% del consumo y 0.13% en la inversión. A esto se suma un impacto favorable en la creación de plazas de trabajo y mejor calidad de vida para la población. Cifras que han podido evidenciarse en el capítulo anterior.

Además, un aspecto relevante es que el acuerdo garantiza un arancel 0% para los productos que provienen de las economías populares y solidarias, con lo que se busca promover las exportaciones hacia esta región. El acuerdo incorpora líneas de contingencia para algunos sectores catalogados como sensibles, sean por la preservación del sistema andino de franja de precios, salvaguardias agrícolas, el respaldo a los emprendimientos de la economía popular y solidaria, y la protección de la industria naciente.

En este sentido, la firma del acuerdo con la Unión Europea representa una oportunidad de negocio muy interesante al acceder a un bloque económico, sin pagar una entrada. Además del banano, los sectores favorecidos son todos los que integran la oferta exportable tradicional como: café, flores, camarón y atún, dado que son los más desarrollados y tienen un prestigio ganando en el mercado europeo, salvo que antes ingresaban pagando un arancel. Sin embargo, el banano sigue siendo el líder en la lista de productos que se exportan hacia este bloque.

A partir del año 2020 el banano ingresaría al mercado europeo sin ninguna restricción, y eso hará posible que exportadores expandan sus negocios, aunque también para los productores esto significa un incremento en sus niveles de producción; por tanto se trata de un efecto dominó

positivo, dado que el bajo precio con el que la fruta ingresa al continente europeo impulsará la demanda en este mercado, lo que representa un mayor volumen de exportación, y entrada de divisas para el Ecuador, a fin de reactivar los sectores productivos y generar empleo.

**4.2.2 Factores Económicos**

Dentro de los factores económicos del Ecuador, se puede mencionar que el producto interno bruto se ha incrementado durante el período 2014 – 2019, pero ha presentado también importantes caídas en el 2016, período considerado como el más difícil porque no sólo los precios del barril de petróleo se desplomaron, sino que también el terremoto en la zona costera de Manabí generó una fuerte recesión económica que poco a poco se fue superando en los años posteriores hasta el 2019, donde el PIB no creció más allá del 0.1%, tal como se aprecia en la figura 23. Además, para el 2020 se espera que el PIB decrezca a una tasa entre el 9% y 11%, como efectos de la pandemia del Covid-19.

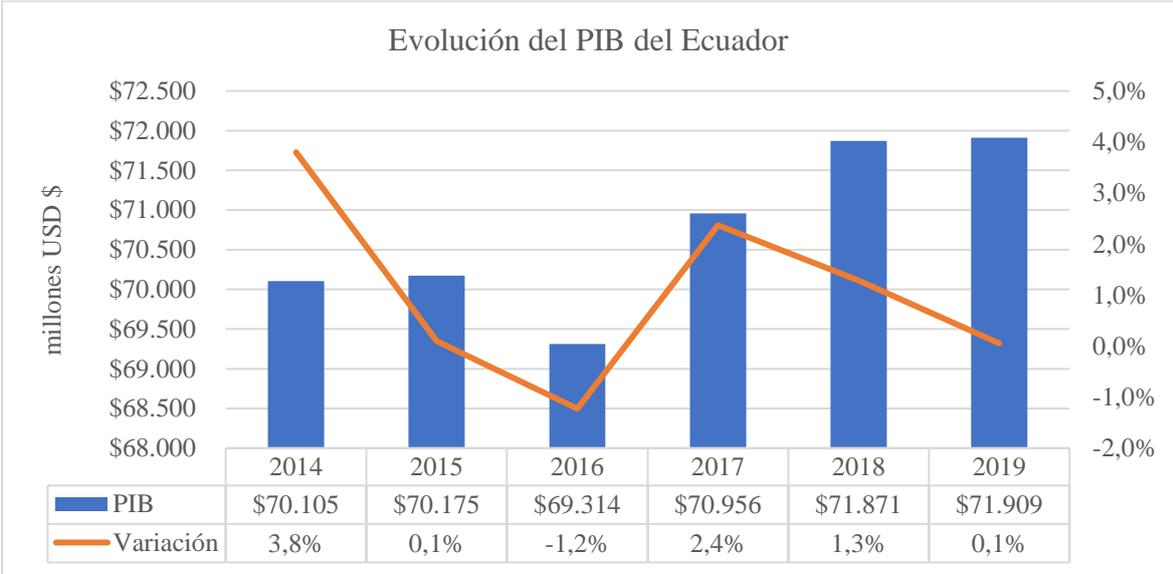


Figura 23. Variación del producto interno bruto, período 2014 – 2019.  
 Fuente: Banco Central del Ecuador (2020)  
 Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

Esta situación de incertidumbre y recesión económica ha hecho que el riesgo país se incremente a lo largo de este período, siendo el 2014 la tasa de riesgo más baja registrada en toda la estadística, y para el 2019 este índice subió hasta 11.39%, según la figura 24. Esta situación no es muy favorable para el país porque refleja debilidades en el entorno jurídico, político y económico, lo que desalienta un poco la inversión privada, particularmente, la extranjera. Entonces, es importante que se impulsen reformas económicas que generen

confianza entre los inversores para que estos vuelvan a invertir en el país y se dinamicen los sectores productivos.

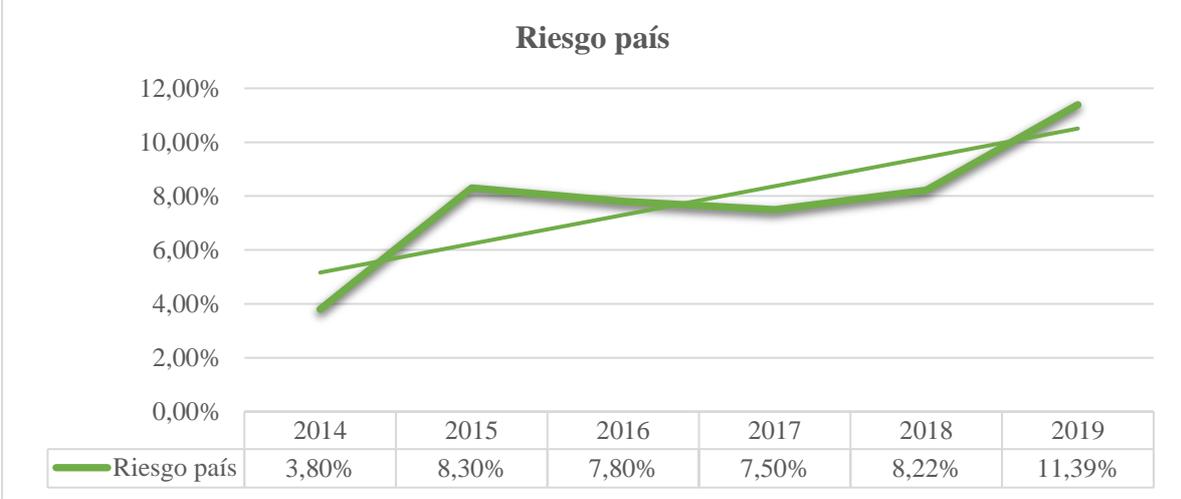


Figura 24. Evolución del riesgo país, período 2014 – 2019.  
 Fuente: Banco Central del Ecuador (2020)  
 Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

Si bien, la economía ecuatoriana se encuentra en una fuerte recesión económica, un aspecto favorable es que presenta un modelo de dolarización que garantiza niveles de inflación bastante bajos, a pesar de presentar un riesgo país de los más altos de la región, la inflación demuestra que el poder adquisitivo de los ciudadanos no se ha visto afectado, por lo que esto es algo positivo, y se relaciona mucho con la forma en que se logra una estabilidad en los índices de precio al consumidor, tal como se presenta en la figura 25.

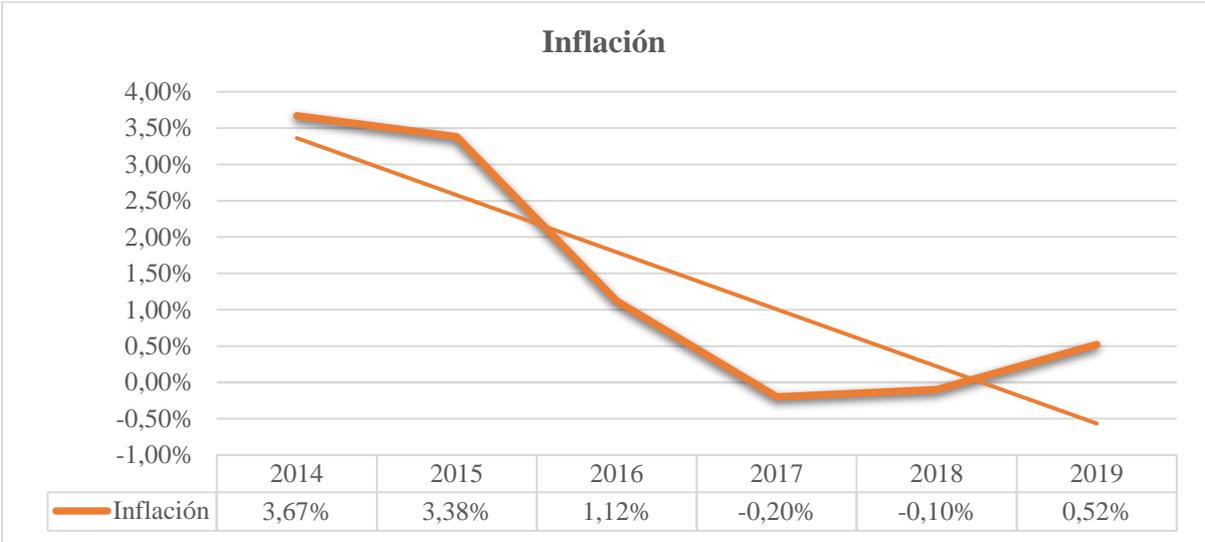


Figura 25. Evolución de la inflación, período 2014 – 2019.  
 Fuente: Banco Central del Ecuador (2020)  
 Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

En lo que respecta al comercio exterior, la figura 26 resume la relación comercial entre Ecuador y España, durante el período 2014 – 2019. Según las cifras, se puede notar que en 2014 fue el único período en que Ecuador tuvo un déficit comercial con España, el mismo que fue de \$ 93 millones de dólares. En los años posteriores la situación fue diferente, a tal punto de registrar importantes superávits como el año 2016, donde esta cifra ascendió hasta \$ 190 millones de saldo comercial a favor del Ecuador.

Para el año 2017 esta cifra se redujo a sólo \$ 6 millones, seguramente porque con la vigencia del nuevo acuerdo multipartes, no sólo se impulsó la exportación, sino también la importación de bienes del continente europeo, y particularmente, de España. Sin embargo, esta situación poco a poco mejoró, gracias a que el volumen de exportaciones ecuatorianas hacia España sí crecieron hasta \$ 639 millones en 2019; es decir, las exportaciones subieron casi 22% durante este período, mientras que las importaciones más bien se redujeron en 17%, lo que hizo posible que el saldo comercial sea de superávit para el Ecuador, consolidándose en \$ 125 millones para el 2019.

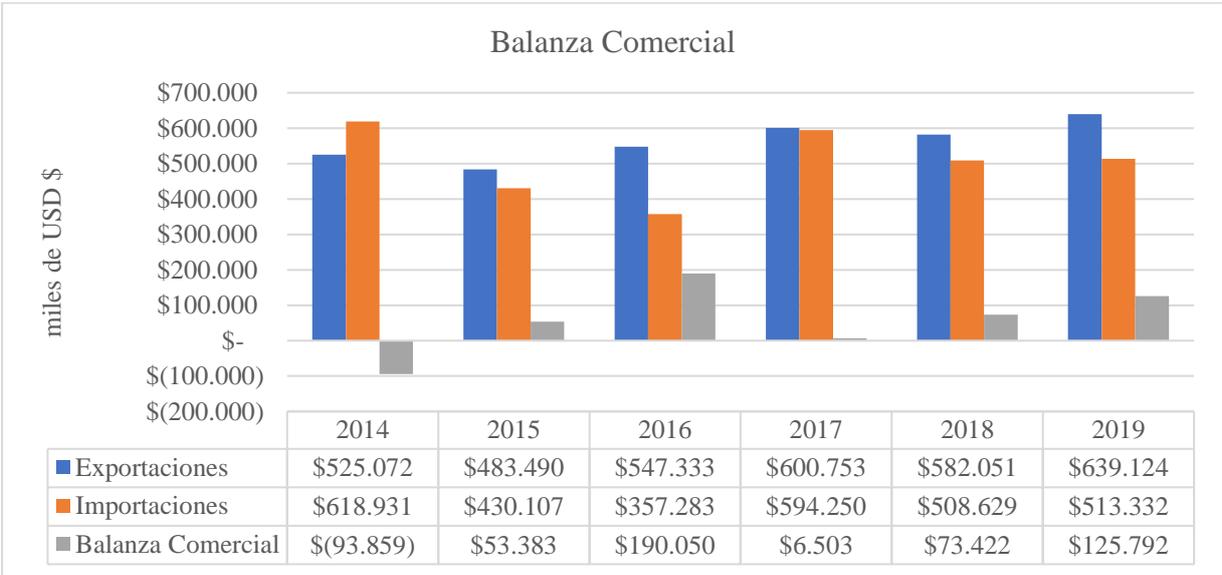


Figura 26. Balanza Comercial entre Ecuador y España, período 2014 – 2019.  
 Fuente: Trade Map, (2020)  
 Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

### 4.2.3 Factores Socioculturales

Referente al aspecto sociocultural se analizó el informe levantado por entes oficiales en el mercado español, como es el caso del Instituto Nacional de Estadística de España (INE), donde en su encuesta de análisis de las características del consumidor de alimentos y bebidas, determinan los siguientes aspectos:

- Alrededor de un 75% de personas tiene interés por mejorar sus hábitos de consumo, mediante productos saludables, a fin de mantener una dieta sana y baja en calorías, evitando así la presencia de enfermedades derivadas del sobrepeso como la diabetes e inclusive problemas del corazón.
- Por ello, prefieren optar por una dieta baja en carbohidratos, pero rica en proteínas.
- La mayoría de personas que viven en países desarrollados, como ocurre en el mercado europeo y en específico los españoles, viven bajo un ritmo acelerado, por lo que demandan al menos dos aspectos básicos como: (a) que sean productos saludables y (b) que de preferencia puedan consumirse al instante, pero más aún si tienen origen orgánico, es decir, libre de tantos químicos que pudieran alterar el contenido nutricional de los productos.

#### 4.2.4 Factores Tecnológicos

Desde el año 2000, Ecuador mostró un cambio importante en cuanto al uso de internet, donde el uso de plataformas digitales como los chats, se convirtieron en los canales de comunicación preferidos por los ecuatorianos, como una forma de tener contacto con sus seres queridos que viajaron a países como Estados Unidos o España, a raíz de la migración masiva que se generó por causa de la crisis económica de 1999. Pasaron alrededor de 10 años y con el auge de la tecnología 4G el internet pasó de ser un privilegio, a convertirse en un servicio básico y esencial para insertar al país dentro de la era digital, a tal punto que esta tecnología está presente hoy en día en casi todos los hogares del país, tanto del sector urbano como el sector rural.

En este contexto, el internet pasó de ser usado eventualmente en la semana, a ser utilizado casi todo el día y todos los días, de hecho, los datos de INEC manifiestan que entre el período 2012 – 2018 el acceso a internet pasó de 59% a 84%, tal como se muestra en la figura 27.

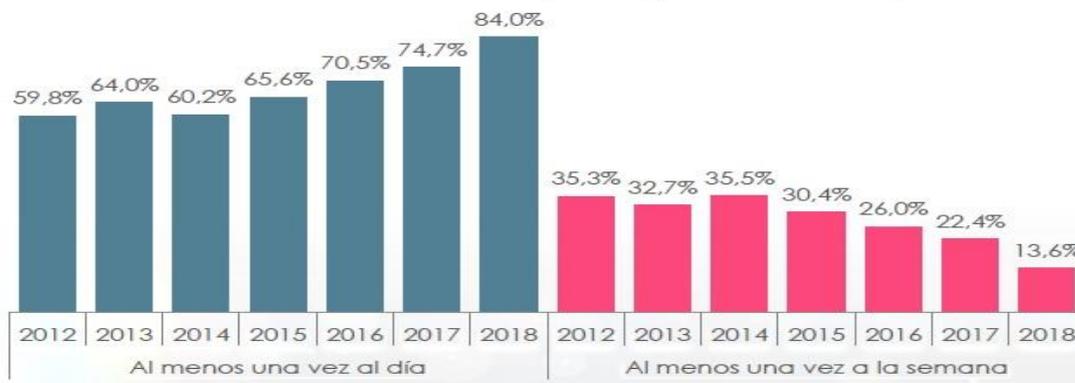


Figura 27. Uso del internet.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2019

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

Dentro del aspecto tecnológico, el gasto en investigación y desarrollo es clave para garantizar una sociedad del conocimiento, pero desafortunadamente Ecuador tiene una de las tasas más bajas con relación al PIB, dado que sólo hay datos hasta el 2014, y ahí se aprecia que este rubro significó alrededor del 0.44% del PIB, es decir, una participación incipiente con relación a lo que invierten otros países de la región, cuya participación inclusive es mayor del 1% del PIB.

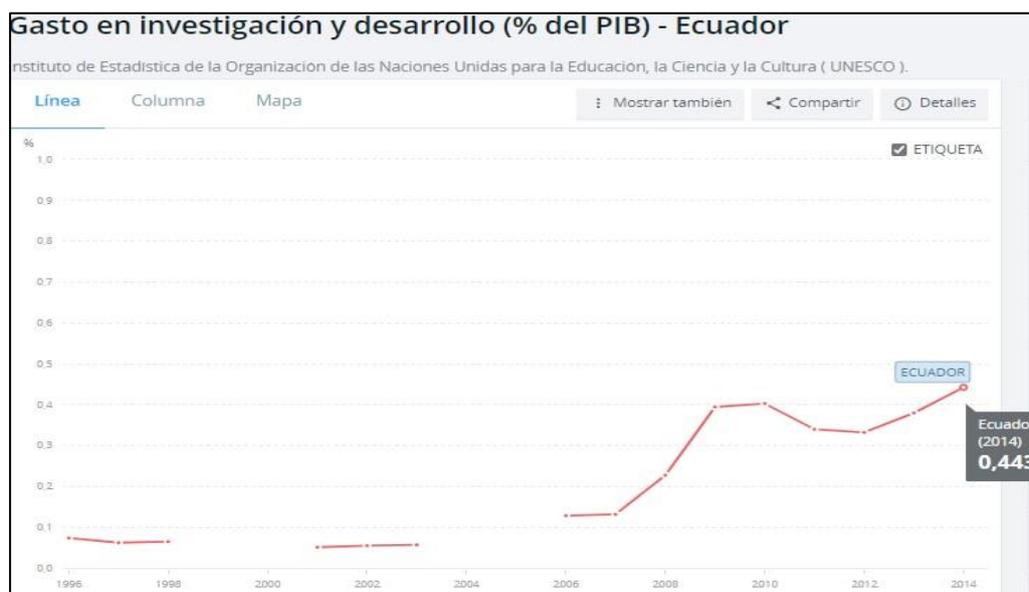


Figura 28. Gasto en Investigación y Desarrollo del Ecuador hasta el 2014.

Fuente: Tomado del Banco Mundial, 2020

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

Por ejemplo, España invirtió en 2014 el 1.23% de su PIB en lo que concierne a investigación y desarrollo, lo que significa casi el triple de lo que Ecuador invirtió, lo que determina una ventaja sobre nosotros. Un aspecto relevante se aprecia al momento de visualizar las ventas de las start – up ibéricas, las cuales sumaron más de \$ 1.300 millones, ocupando la sexta posición dentro de un total de 10 países europeos, siendo superado por Reino Unido, Alemania, Francia, Suecia y Suiza, en ese orden.

Finalmente, la consultora IDC Research España manifestó que, hasta el año 2019, los españoles han invertido cerca del 2.1% de su PIB, lo que constituye una apuesta muy importante al campo tecnológico, cuyo propósito es promover una verdadera transformación e inmersión en la era digital, para que sea posible dentro de este mercado el uso de la inteligencia artificial aplicado a sectores industriales, con miras a incrementar los niveles de productividad y competitividad con respecto a otros países del mundo.

En este contexto, el resumen del análisis PEST se puede evidenciar en la siguiente matriz estratégica, donde los puntos más relevantes son aquellos que tienen una valoración de 2, dado que su impacto sería mayor en los resultados de la investigación. De esta forma, los beneficios establecidos en el COPCI y el ACM representan una oportunidad porque son vitales para incrementar el volumen de exportaciones del banano hacia el mercado español, a la vez que el aumento del riesgo país y la recesión económica son factores a tomar en cuenta como amenazas.

Tabla 14. *Matriz estratégica PEST*

| <b>Factores</b>      | <b>Descripción</b>   |   | <b>Valoración estratégica</b><br>(0 = nulo, 1 bajo, 2 alto) |   |
|----------------------|--|---|---|---|
| <b>Político</b>      | Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) | ↗ |   | 2 |
|                      | Acuerdo Comercial Multipartes (ACM)                              | ↗ |   | 2 |
| <b>Económico</b>     | PIB  | ↗ |   | 2 |
|                      | Riesgo país  | ↗ |   | 2 |
|                      | Inflación  | ↘ | 1   |   |
|                      | Balanza Comercial Ecuador – España                               | ↗ |   | 2 |
|                      | Exportaciones de banano a España                                 | ↗ |   | 2 |
| <b>Sociocultural</b> | Contribución del sector bananero                                 |   |   |   |
|                      | Interés por mejorar hábitos de consumo                           | → | 1   |   |
|                      | Interés por productos rico en proteínas y saludables.            | → | 1   |   |
| <b>Tecnológico</b>   | Aumento del uso de internet                                      | ↗ | 1   |   |
|                      | Inversión en I+D   | ↘ | 0   |   |

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

### 4.3 Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter

El análisis de las cinco fuerzas de Porter es un modelo de análisis estratégico muy importante para conocer la forma en que una compañía se desenvuelven dentro del entorno que le rodea. En este caso, se analiza de forma general la posición que tiene la industria bananera del Ecuador, respecto a su presencia en el mercado español. Por esta razón, se analiza el poder de negociación de los clientes y proveedores, el nivel de amenaza de nuevos competidores, la amenaza de productos sustitutos y la rivalidad entre competidores existentes.

#### 4.3.1 Poder de negociación de proveedores

En la industria bananera es importante distinguir que existen los productores, los intermediadores y los exportadores. En este caso, se analiza la posición de los exportadores porque son los encargados de colocar el producto en los mercados internacionales. Ante lo cual, sus proveedores son las empresas productoras a nivel local, las mismas que tienen fincas

ubicadas mayormente en provincias de la Costa, como Los Ríos, Guayas y El Oro que, en conjunto, concentran el 90% de la producción.

Por tanto, al haber un importante rendimiento de producción, se dice que el poder de negociación de los proveedores es bajo, dado que en el país muchas exportadoras también tienen una integración hacia atrás, es decir, tienen sus propias fincas productoras para abastecerse de banano y exportarlo a los mercados internacionales. Pero cuando requieren de mayor volumen de producción, lo compran a pequeños o medianos productores, quienes en su mayoría también se asocian de forma estratégica con estas grandes compañías para garantizar la sostenibilidad de la producción.

Sin embargo, una problemática que suele presentarse en este aspecto tiene que ver con los desacuerdos que hay entre el precio que deben pagar los grandes productores y exportadores a los pequeños productores, dado que muchas veces no se respeta el precio oficial de la caja y esto les afecta su rentabilidad. Gran parte de esto se debe a la informalidad que muestra el sector bananero, por lo que una estrategia sería ayudarles a mejorar su estatus legal para que se conviertan en emprendimientos formales que tengan capacidad para incrementar sus niveles de productividad, ya sea mediante encadenamientos productivos o clústeres.

#### **4.3.2 Poder de negociación de los clientes**

Como se analizó previamente en el aspecto sociocultural, el mercado español se maneja mayormente por una cultura que está interesada en mejorar sus hábitos de consumos, a través de una dieta saludable que incluye frutas, y preferible de origen orgánico. En este sentido, el banano ecuatoriano tiene prestigio en el mercado internacional, dado que es considerado como un producto Premium de excelente calidad, y esto le da mayor relevancia con relación a otros productos ofrecidos por otros países. Sin embargo, el producto ecuatoriano es un poco más costoso que los que ofrece la competencia, por tanto, eso es una desventaja frente a la posición del consumidor o cliente, quien tiene la potestad de elegir el producto que más se ajuste a su presupuesto. En este contexto, el poder de negociación de los clientes sería alto.

#### **4.3.3 Amenaza de productos sustitutos**

En cuanto a los productos sustitutos del banano, estos pueden ser otro tipo de frutas dulces como la manzana, pera, uva y hasta otro tipo de alimentos en general; de manera que la amenaza de productos sustitutos es alta. Sin embargo, si solo se analiza en función a un sustituto parecido al banano, podría decirse que sería el guineo orito, que es un tipo de banano más pequeño; o en

su defecto también el plátano verde o maduro, pero este en lugar de ser fruta, es vegetal, por lo que su uso y consumo alimenticio es de otra manera, normalmente, frito o hervido y se utiliza para otros platillos diferentes al banano que se puede consumir en su estado bruto, como jaleas o inclusive para la repostería.

#### 4.3.4 Amenaza de nuevos entrantes

Como se mencionó previamente en el factor económico, las exportaciones ecuatorianas apenas representan el 3% dentro del mercado español, esto se debe en gran medida porque existen otros países que también comercializan banano en este país. Si se analiza la estadística de forma general, se puede apreciar que la importación de banano en España ha mostrado una tendencia creciente durante el período 2014 – 2019, dado que el volumen de compra se incrementó de \$ 211 millones hasta \$ 222 millones, es decir, una tasa de variación neta de 5% en todo este tiempo (Ver Figura 29).

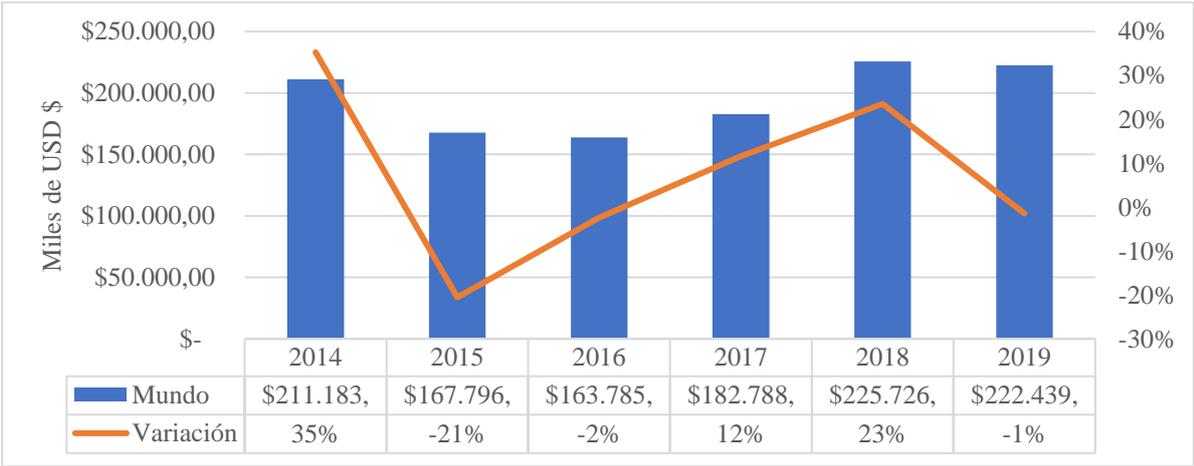


Figura 29. Importaciones de banano realizadas por España a nivel mundial, período 2014 – 2019.

Fuente. Trade Map (2020)

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

No obstante, al momento de analizar los países que abastecen de banano al mercado español, se destacan 4 países con una participación importante: Costa Rica con el 31% de participación, seguido de Costa de Marfil con el 19%, Colombia con el 17% y Francia con el 10%. Estos países en conjunto concentran el 77% de las importaciones de banano que realiza España; sin embargo, Ecuador tiene una participación de 3%, y otros países que están en el camino son Camerún con el 6% de participación y México con el 3% de participación también. Por tanto, estos dos países podrían ser nuevos entrantes, dado que al estar geográficamente más cerca de España podrían tener precios más competitivos y restar mercado al banano ecuatoriano. Por

tanto, la amenaza de nuevos entrantes es alta, si el país no toma correctivos a tiempo y mejora su estructura de costos de producción.

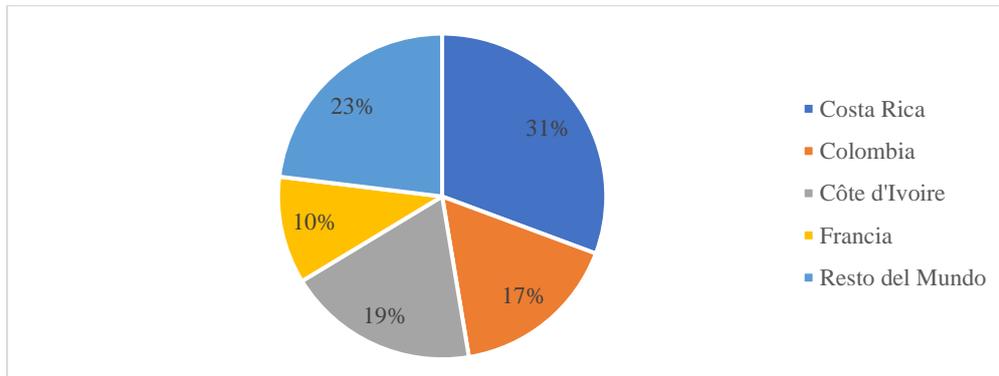


Figura 30. Principales países que abastecen de banano a España.

Fuente: Trade Map, 2020

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

#### 4.3.5 Rivalidad entre competidores existentes

De acuerdo con la figura 30 revisada previamente se puede apreciar que hay una fuerte competencia entre otros países que, además de Ecuador, también le venden banano a España, en este caso el rival más fuerte a vencer es Costa Rica y Colombia, dado que están dentro de la región de América Latina, y las condiciones bajo las que se encuentran en posición geográfica los vuelven más competitivos en temas de costos, dado que tienen salida hacia el océano Atlántico y eso facilita un poco más la llegada hacia el continente europeo y evita el cruce por el canal de Panamá.

A diferencia del Ecuador que se encuentra ubicado en la costa del Pacífico Sur y el trayecto es más largo si cruza por la parte antártica o en su defecto debe pasar por el Canal de Panamá, que es el trayecto más recomendable, pero a su vez implica un costo mayor. Por tanto, la rivalidad de los competidores es alta. A su vez que estos países tienen un costo más bajo en cuanto a su caja, dado que en Colombia la caja cuesta \$ 5.20 en Costa Rica el costo es \$ 4.80 mientras que en Ecuador la caja cuesta \$ 6.40 más el rubro que se paga en el canal de Panamá, le suma \$ 1,20 lo que hace que el banano ecuatoriano esté a \$ 7.60 la caja. Por esta razón, hay que mejorar la estructura de costos para ser más competitivos y atractivos en el mercado español, considerando que Ecuador es el mayor proveedor de banano en el mundo.

Al analizar las Cinco Fuerzas de Porter, se puede notar que 4 de 5 fuerzas tienen una valoración alta, y solo el poder de negociación de los proveedores que está representado por los productores de banano es relativamente bajo, a diferencia de los otros aspectos como

negociación del cliente y la amenaza tanto de sustitutos, nuevos competidores y competidores actuales. Por lo que se trata de un mercado muy competitivo donde no sólo sobresale aquel que tiene mayor producción, sino también quien ofrece un precio más accesible como el caso de Colombia y Costa Rica que, por su cercanía con el continente europeo, tiene una estructura de costos más baja y esto incide en que su producto sea entre \$ 1 y \$ 2 más barato que el ecuatoriano. Sin embargo, la estrategia del producto ecuatoriano tiene que enfatizar su calidad Premium y alto nivel de producción, el mismo que superior al país centroamericano.

Tabla 15. *Matriz estratégica de Cinco Fuerzas de Porter*

| <b>Fuerza</b>                                    | <b>Descripción</b>   | <b>Valoración estratégica</b><br>(0 = nulo, 1 bajo, 2 alto) |   |   |
|--|--|---|---|---|
| <b>Poder de negociación de los proveedores</b>   | Productores de banano  |   | 1 |   |
| <b>Poder de negociación de los clientes</b>      | Alto estándar de calidad exigido por los consumidores españoles            | 0   |   | 2 |
| <b>Amenaza de nuevos competidores entrantes</b>  | Es posible que Costa de Marfil y Francia también compitan en este mercado. | 0   | 1 | 2 |
| <b>Amenaza de productos sustitutos</b>           | Otras frutas, plátano (vegetal) y guineo orito                             | 0   |   | 2 |
| <b>Rivalidad entre los competidores actuales</b> | Colombia y Costa Rica  |   |   | 2 |

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

#### 4.4 Análisis FODA

Una vez que se ha hecho un análisis del entorno macro y micro, así como también una investigación de mercado para conocer la percepción de un grupo de productores y exportadores de banano de la ciudad de Guayaquil, referente a los beneficios que ha traído consigo el ACM. Es importante diseñar una matriz FODA para elaborar estrategias que ayuden a mitigar el impacto nocivo que pudieran tener las amenazas del entorno, a la vez que se aprovechan las oportunidades existentes dentro de este mercado. Para lo cual se aplica la matriz estratégica FO-FA-DO-DA.

- Estrategia FO: su objeto es aprovechar las oportunidades del entorno para potenciar las fortalezas. En este contexto, se puede aprovechar los beneficios del ACM con el propósito de tener mayor aceptación en el mercado español a un precio que sea más competitivo con respecto a Colombia y Costa Rica.
- Estrategia FA: su propósito es aprovechar las fortalezas para contrarrestar las amenazas, en este caso, para evitar que se posicionen otros países que tienen una

participación de mercado similar al Ecuador, como Costa de Marfil y Francia, resaltar el hecho de la calidad Premium que tiene el país, y así frenar un poco el aumento desmedido de la competencia.

- Estrategia DO: tiene como objetivo aprovechar las oportunidades para mitigar el impacto de las debilidades. En este caso, una oportunidad surge del ACM donde el producto entra sin arancel al mercado europeo, por lo que esto podría mitigar la debilidad de altos precios o percepción de producto costoso con relación a los precios de la competencia. Otra estrategia, sería importante aprovechar los beneficios del COPCI para mejorar la estructura de costos desde los productores nacionales y lograr una alianza estratégica que ayude a que el precio sea más competitivo y atractivo para el mercado español.
- Estrategia DA: en este caso, la combinación de todas las estrategias establece la necesidad de llevar a cabo una estrategia donde la recesión económica e informalidad que presenta el sector bananero pueda ser contrarrestada a través de una propuesta de integración que permita la creación de encadenamientos productivos para mejorar producción y bajar costos.

Tabla 16. Análisis FODA del sector bananero del Ecuador

| <b>INTERNOS</b>   |  |
|---|--|
| <b>Fortalezas:</b>  | <b>Debilidades:</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• F1: Producto de calidad Premium.</li> <li>• F2: Alta capacidad de producción.</li> <li>• F3: Prestigio en los mercados internacionales.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• D1: Informalidad del sector bananero.</li> <li>• D2: Problemáticas entre pequeños productores y exportadores por el precio de la caja de banano.</li> <li>• D3: Falta de aprovechamiento de beneficios fiscales.</li> <li>• D4: Régimen Único en la tributación del impuesto a la renta en el sector bananero.</li> </ul> |
| <b>Oportunidades</b>  | <b>Amenazas</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• O1: Beneficios del COPCI</li> <li>• O2: Beneficios del ACM.</li> <li>• O3: Aumento de las exportaciones bananeras hacia España.</li> <li>• O4: Mejora en los hábitos alimentos del mercado español.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• A1: Recesión económica.</li> <li>• A2: Entrada de nuevos competidores.</li> <li>• A3: Alto nivel de productos sustitutos.</li> <li>• A4: Competidores existentes: Colombia y Costa Rica.</li> </ul>   |

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

#### 4.5 Interpretación de la información recopilada de las exportaciones de banano antes y después de la firma del ACM

Dentro de este apartado es interesante hacer una recopilación de las exportaciones de banano ecuatoriano, específicamente hacia el mercado español, en la medida que el Acuerdo Comercial Multipartes (ACM) entró en vigencia a partir del 1 de enero del 2017. En la figura 31 se puede apreciar que, entre 2014 y 2017 las exportaciones de esta fruta apenas superaban los \$ 4.4 millones de dólares. De hecho, un dato curioso es determinar que, en 2013 las exportaciones de banano hacia España fueron de \$ 9.6 millones, por tanto, en 2014 al presentar una cifra de \$ 3.58 millones, se nota que hubo una reducción de casi el 70%.

Posteriormente, el banano ecuatoriano empezó a mostrar crecimientos en el período 2016 y 2017, siendo de 13.5% y 10% respectivamente. Sin embargo, ya para el año 2018 las exportaciones de banano hacia España se duplicaron prácticamente y se consolidó una cifra total de \$ 9.40 millones, hasta que en 2019 cerró en \$ 16.20 millones, lo que significó 72.4% más que el año anterior; y casi 4 veces más si se la compara con el promedio de exportación presentado antes del acuerdo firmado. Por tanto, estas cifras podrían ser contundentes para establecer que sí ha habido un crecimiento exponencial de las exportaciones de banano hacia España.

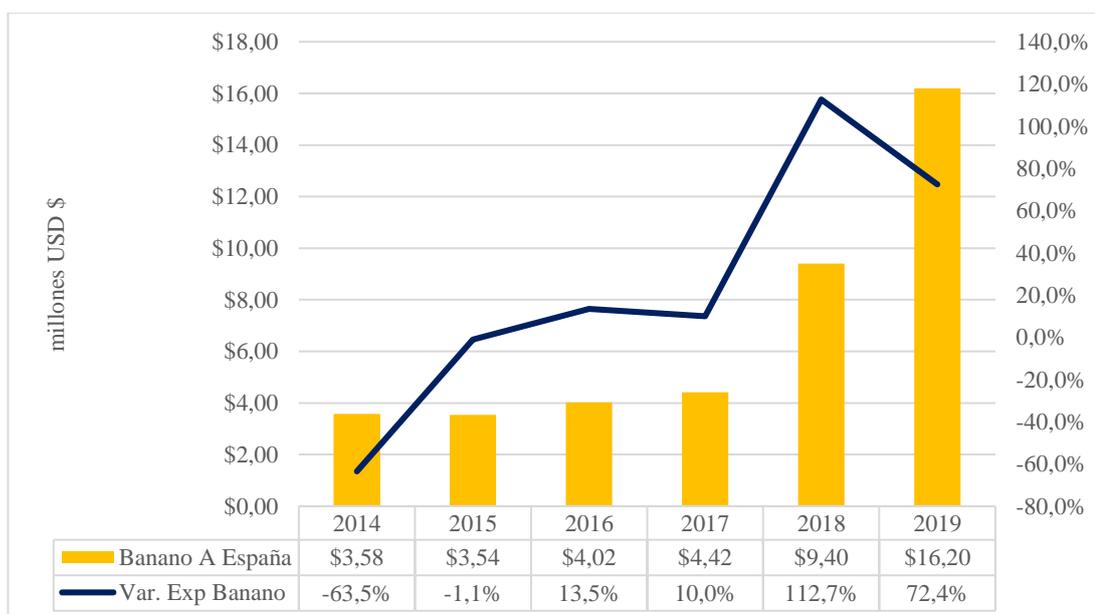


Figura 31. Exportaciones del banano ecuatoriano hacia España, período 2014 – 2019.

Fuente: Trade Map (2020)

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

En la tabla 17 se presenta una recopilación de los principales datos recopilados a lo largo de esta investigación. De esta forma, con las cifras expuestas se pueden hacer las siguientes interpretaciones.

- Partiendo del producto interno bruto, a lo largo de estos últimos 6 años (2014 – 2019) ha presentado un crecimiento neto total de 2.5%, pasando de \$ 70,105 millones hasta \$ 71,909 millones. Es decir, el PIB tuvo una variación promedio de 0.4% anual aproximadamente, lo que permite interpretar que en este período la economía nacional se estancó un poco producto de la recesión que vivió y su producción no tuvo un crecimiento mayor a 1%.
- Por otro lado, las exportaciones de banano a nivel general, también mostraron un crecimiento importante, pasando de \$ 2,590 millones en 2014 hasta ubicarse en \$ 3,295 millones en 2019, lo que significó una variación total de 27.2%; por tanto, es decir, las exportaciones tuvieron un crecimiento de casi 4.5% anual, por tanto, la exportación de banano ha crecido más que el PIB del Ecuador.
- Referente a las exportaciones de banano ecuatoriano exclusivamente hacia el mercado español, también han mostrado un crecimiento importante en todo este tiempo, pasando de \$ 3.58 millones (2014) hasta \$ 16.20 en 2019. Es decir, un crecimiento de 4.5 veces más. Esto determina que el ACM sí ha funcionado para incrementar el volumen de la fruta ecuatoriana hacia el país ibérico.
- Finalmente, en lo que concierne el valor agregado bruto (VAB) del sector bananero, se aprecia que también ha mostrado un crecimiento de \$ 410.1 millones en 2014 hasta \$ 455.7 millones en 2019. Esto significó una variación de 11% en todo este tiempo. Lo que determina que la industria bananera se encuentra en un período de expansión y crecimiento económico.

Tabla 17. *Datos recopilados de las exportaciones de banano antes y después de la firma del ACM*

|                        | 2014        | 2015        | 2016        | 2017        | 2018        | 2019        |
|------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>PIB</b>             | \$70,105.00 | \$70,175.00 | \$69,314.00 | \$70,956.00 | \$71,871.00 | \$71,909.00 |
| <b>Banano Total</b>    | \$2,590.00  | \$2,820.00  | \$2,742.00  | \$3,045.00  | \$3,218.00  | \$3,295.00  |
| <b>Banano A España</b> | \$3.58      | \$3.54      | \$4.02      | \$4.42      | \$9.40      | \$16.20     |
| <b>VAB - Banano</b>    | \$410.11    | \$420.14    | \$405.14    | \$411.99    | \$455.23    | \$455.70    |

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

#### 4.6 Impacto económico del sector bananero en el período 2014 – 2019

Para determinar el impacto económico que ha tenido el sector bananero, en la economía ecuatoriana y el comercio exterior en el período 2014 – 2019, se hizo un análisis de la tasa de participación que tienen estos indicadores versus el PIB y el volumen de exportaciones totales. La tabla 18 muestra que, la exportación de banano ecuatoriano hacia el mercado español, apenas representó el 0.49% en 2019, con relación al total de banano exportado por Ecuador a nivel mundial. Esto significa que, España todavía no se ha consolidado como uno de los principales mercados de destino del banano ecuatoriano. Sin embargo, su tasa de participación en las exportaciones bananeras cada vez muestra un crecimiento, el mismo que pasó de 0.14% en 2014 a 0.49% en 2019.

Por otro lado, si se analiza el impacto que las exportaciones totales del sector bananero representan ante el PIB, también se aprecia un crecimiento importante, donde su tasa de participación pasó de 3.7% en 2014 a ubicarse en 4.6% en 2019. Aunque parece poco, su contribución en todo este tipo ha mejorado en 1%, lo que deja en evidencia que la exportación bananera es uno de los pilares de la economía nacional y una de las actividades que mayor entrada de divisas promueve desde el comercio exterior.

Potro lado, en cuanto a la participación del valor agregado bruto del banano (VAB) en el PIB ecuatoriano, se aprecia que en todo este período se ha mantenido constante, a una tasa de 0.6%. Por tanto, aquí no ha habido mayores cambios, pese a que las exportaciones han crecido, el VAB guarda una relación directamente proporcional con el PIB en general, lo cual es favorable porque en la medida que aumente el VAB, también mejorará el PIB y viceversa.

Tabla 18. *Participación del sector banano al PIB*

|                                    | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  |
|------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| <b>% Banano España/Exp. Banano</b> | 0.14% | 0.13% | 0.15% | 0.15% | 0.29% | 0.49% |
| <b>% Banano/PIB</b>                | 3.7%  | 4.0%  | 4.0%  | 4.3%  | 4.5%  | 4.6%  |
| <b>% VAB/PIB</b>                   | 0.6%  | 0.6%  | 0.6%  | 0.6%  | 0.6%  | 0.6%  |

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

La tabla 18 muestra las tasas de variación que han presentado de forma individual cada una de las variables previamente recopiladas e interpretadas; en este caso: PIB, exportaciones totales de banano, exportaciones de banano ecuatoriano hacia España y el VAB. Partiendo de las tasas de variación del PIB, a simple vista se aprecia que, la economía ecuatoriana entró en recesión en 2015, cuando cayó el precio del barril del petróleo y esto se evidenció posteriormente en 2016, cuando su PIB se contrajo en 1.2%.

Para los períodos 2017 y 2018 parecía que la economía nacional mostraba signos de recuperación, al mostrar crecimientos de 2.4% y 1.3% respectivamente; pero en 2019 el PIB apenas creció 0.1% por los paros continuos que afrontó el país en el segundo semestre de este año y se agudizaron en el cuarto trimestre de 2019. Sin embargo, si se saca un promedio de las tasas de variación 2014 – 2019, la media fue 1.1% de variación anual en el PIB, lo cual no es del todo malo.

Por otro lado, las exportaciones de banano han presentado crecimientos importantes en casi todos los períodos analizados, a excepción del 2016, donde más bien se redujo en 2.8%. Sin embargo, en 2017 hubo crecimiento importante del 11.1% y después se estabilizó un poco la tasa de crecimiento, mostrando variaciones entre el 5.7% y 2.4% para los dos años siguientes. En términos relativos, el banano ecuatoriano creció 5% en promedio anual durante todo este tiempo y la tendencia muestra crecimientos para años venideros.

En cuanto a las exportaciones de banano ecuatoriano hacia España, las tasas de crecimiento son contundentes, en especial en 2018 y 2019, períodos donde ya estaba consolidado el ACM. Es importante destacar que, entre 2014 y 2016, el crecimiento promedio del banano hacia este mercado más bien fue negativo, pero en 2017 empieza a recuperarse y a mejorar las tasas de variación, proyectando un crecimiento promedio anual de 65% sólo entre 2017 y 2019. Aspecto que ayuda a concluir que, efectivamente el ACM sí ha sido un elemento clave para que la fruta ecuatoriana comience a tener mayor presencia en el país ibérico. Aunque todavía no alcanza los niveles de participación como ocurre con Rusia y Estados Unidos, se aprecia que España poco a poco se empieza a convertir en un país importante para la distribución de banano ecuatoriano, motivado mayormente por un precio más competitivo y su calidad Premium que la destaca por encima de competidores como Colombia y Costa Rica.

Tabla 19. *Tasas de variación del sector bananero y el PIB*

|                                  | 2014   | 2015  | 2016  | 2017  | 2018   | 2019  |
|----------------------------------|--------|-------|-------|-------|--------|-------|
| <b>Var. PIB</b>                  | 3.8%   | 0.1%  | -1.2% | 2.4%  | 1.3%   | 0.1%  |
| <b>Var. Exp. Banano</b>          | 4.9%   | 8.9%  | -2.8% | 11.1% | 5.7%   | 2.4%  |
| <b>Var. Exp. Banano - España</b> | -63.5% | -1.1% | 13.5% | 10.0% | 112.7% | 72.4% |
| <b>Var. VAB</b>                  | 2.10%  | 2.4%  | -3.6% | 1.7%  | 10.5%  | 0.1%  |

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

Finalmente, con los datos de la tabla 19 se intentó hacer un análisis de regresión lineal, pero al hacer un gráfico de dispersión, como se aprecia en la figura 32, se determinó que no había linealidad entre las exportaciones de banano hacia España y su contribución al PIB, dado que las variables se encuentran muy dispersas, y además, el coeficiente de determinación ( $R^2$ ) fue 0.1837; es decir, muy débil porque estuvo por debajo de 0.50 que es el mínimo aceptable para hacer un análisis de regresión. Por tanto, al no haber linealidad, se determina que son variables mutuamente excluyentes. Es decir, estos dos eventos no están directamente relacionados y un cambio en uno, no tendrá impacto en el otro.

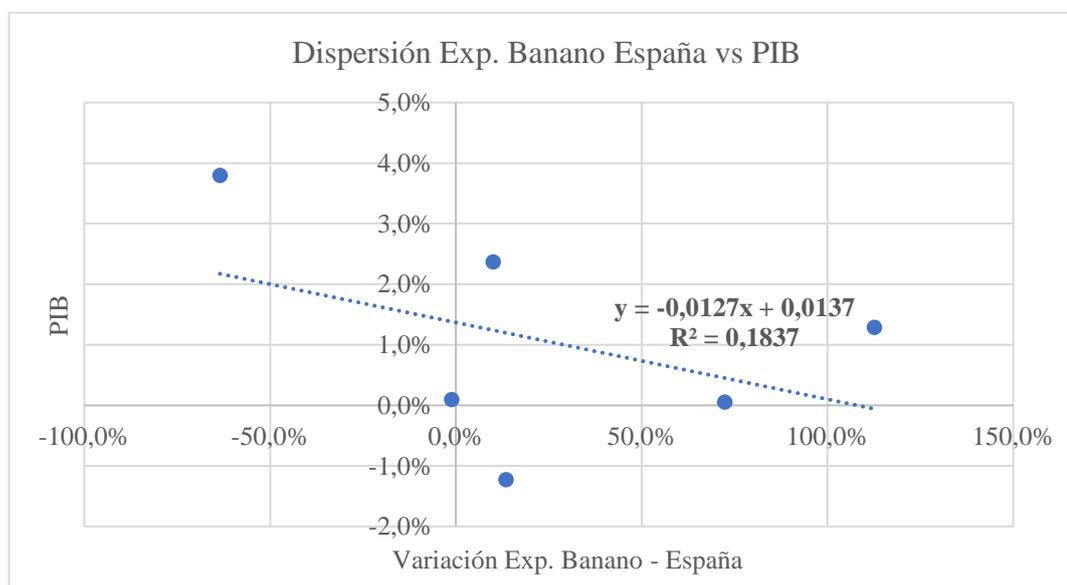


Figura 32. Dispersión entre la Exportación de Banano y el PIB

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

Para comprobar lo indicado anteriormente con el análisis de dispersión, se corrió en Excel un análisis de correlación simple, donde la variable independiente (X) fueron las exportaciones de banano ecuatoriano hacia España y la variable dependiente (Y)

fue el PIB. La tabla 20 determina que en realidad un bajo nivel de correlación, que además es inverso, dado que el coeficiente obtenido fue negativo e inferior a 0.50; en este caso se obtuvo -0.429; algo similar ocurrió con la relación entre el PIB y el VAB, que pese a ser directamente proporcional, su impacto también es débil. Por otro lado, al establecer una correlación entre la exportación total de banano y el PIB, ahí sí se determinó un nivel de correlación moderado, dado que el coeficiente fue 0.552. Esto quiere decir que, los cambios en el PIB sí dependen de los cambios en las exportaciones bananeras, pero en un nivel moderado que corresponde a un 55%.

De esta forma, queda en evidencia que el banano sí es un pilar de la economía nacional, pero específicamente España todavía no representa un mercado importante para el banano ecuatoriano, pues su tasa de participación no llega ni al 1%, pese a que a partir de la firma y entrada en vigor del ACM, la tasa de participación sí ha mejorado, todavía falta que pasen varios años para que España se convierta en un país determinante para la economía ecuatoriana y a su vez, dinamice el sector bananero. De momento, sólo se pudo concluir que el ACM sí es favorable para aumentar el volumen de exportación de productos como el banano, pero hay que darle más tiempo para ver qué tan conveniente es en el largo plazo para la diversificación de mercados y entrada de divisas hacia la economía ecuatoriana.

Tabla 20. *Correlación entre las cifras del sector bananero y el PIB*

|   | <i>Variación. PIB</i> |
|---|-----------------------|
| <b>Variación del PIB</b>                    | 1.000                 |
| <b>Var. Exportación de Banano Total</b>     | 0.552                 |
| <b>Var. Exportación de Banano a España</b>  | <b>-0.429</b>         |
| <b>Var. VAB del sector bananero Ecuador</b> | 0.383                 |

Elaborado por: Betún & Mejillones (2021)

## CONCLUSIONES

Luego de haber analizado la situación que ha generado el Acuerdo Comercial Multipartes a las exportaciones de banano que se destinan a la Unión Europea, específicamente al mercado español, se establecen las siguientes conclusiones con base en los objetivos específicos:

El Acuerdo Comercial Multipartes marcó un hito histórico en el comercio exterior ecuatoriano, dado que antes del 1 de enero del 2017 los productos ecuatorianos gravaban un arancel al momento de entrar al mercado europeo, lo que estaba restando competitividad en este continente, frente a otros productos ofrecidos por países vecinos y de la región de América Latina, quienes sí tenían preferencias arancelarias. Pero gracias al cierre de negociaciones de forma favorable, se logró este acuerdo entre Ecuador y la Unión Europea, al que también están adheridos Colombia y Perú, logrando así una liberalización del 95% de los aranceles para que los productos del Ecuador ingresen a precios competitivos, sin obstáculos técnicos, y se facilite también la tramitología en temas de normas sanitarias y fitosanitarias, instrumentos de defensa comercial, propiedad intelectual, comercio y desarrollo sostenible, entre otros.

A partir de la entrada en vigor del ACM fue notable apreciar una mejora de las exportaciones del sector bananero ecuatoriano hacia el continente europeo y España específicamente. Razón por la cual fue necesario hacer un análisis durante el período de tiempo 2014 – 2019, para evaluar cómo creció la industria bananera a partir del acuerdo. En el tema de producción si fue evidente apreciar un notable crecimiento de la producción por tonelada métrica, llegando a superar las 6.6 millones de TM anuales, donde Los Ríos, Guayas y El Oro fueron las provincias más competitivas, responsables de producir el 90% del banano nacional. Esto se generó a causa del dinamismo que ocasionó el sector exportador.

En temas de comercio exterior, el ACM definitivamente fue clave pues, en 2016 el banano presentó una contracción de sus exportaciones en 2.8%, mientras que a partir del 2017 en adelante presentó tasas de crecimiento de 5% en promedio, siendo 2017 el período con la mayor variación al consolidar más de 11% con relación al 2016. En términos nominales la exportación de banano creció de \$ 2,590 millones en 2014 hasta \$ 3,295 millones en 2019 es decir casi 30% en todo este período.

Referente a las exportaciones de banano al mercado español, también hubo un incremento sustancial en todo este tiempo, marcado principalmente por el ACM, de hecho entre 2014 y 2016 las exportaciones de banano ecuatoriano hacia este mercado presentaron tasas negativas entre -49.7% y -20.6%; pero a partir del 2017 se aprecia todo lo contrario y hay una notable

alza de las exportaciones pasando de \$ 3,9 millones a \$ 16 millones en 2019, significando casi el cuádruple solo en los últimos tres años. Por tanto, la fruta ecuatoriana sí tuvo un aumento sustancial hasta este mercado gracias a los beneficios del ACM.

Sin embargo, pese al incremento de las exportaciones ecuatorianas al mercado español, se pudo notar que no está muy posicionado, quizás por tema de precio, ya que países como Costa Rica y Colombia tienen una tasa de participación del 31% y 17% respectivamente, dado que la caja de su banano es entre \$ 1 y \$ 2 inferior que la del banano ecuatoriano. Esta situación posiblemente justifica el hecho de que el banano ecuatoriano esté en la sexta casilla de preferencia con una participación del 3%.

Finalmente, esta situación es la que se considera como relevante al momento de analizar el impacto económico que trajo consigo el ACM, dado que en sólo 3 años se incrementó el volumen de exportación y esto determinó que el Ecuador esté dentro del radar del mercado español, lo que a futuro podría significar una mejora en el porcentaje de participación si se toman en consideración las cuatro estrategias que se propusieron para mejorar el fortalecimiento de la industria bananera del Ecuador, especialmente, los encadenamientos productivos con miras a lograr una reducción del costo de producción para así lograr un precio de la caja de banano más competitivo en los mercados internacionales, para que esta fruta no sólo destaque por su calidad Premium, sino también por su precio competitivo y asequible para el mercado europeo.

Sin embargo, es importante también que desde las esferas públicas existan propuestas para reducir los niveles de informalidad del sector bananero, para que los pequeños productores puedan acceder a financiamiento formal y esto sea un elemento clave para el desarrollo de nuevas inversiones en equipos y maquinarias que permitan fortalecer la competitividad del sector.

## RECOMENDACIONES

Dentro del análisis se determinó que, pese a que el Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea ha mejorado los flujos de exportación del banano hacia el mercado español, aún hace falta impulsar la promoción de la fruta en este mercado que está dominado momentáneamente por competidores como Costa Rica y Colombia, por tal razón, se recomienda llevar a cabo los siguientes aspectos:

Promocionar la relación calidad – precio del banano ecuatoriano, ante lo cual es necesaria la participación y colaboración de la Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador - AEBE, liderada por Marinella Ubilla (Presidente), Iván Wong (Vicepresidente) y José Antonio Hidalgo (Director Ejecutivo) quienes deben trabajar en conjunto con los exportadores y el Ministerio de Agricultura para el desarrollo de una estrategia de comunicación que tenga dos enfoques: el primero, justificar la relación calidad – precio, y el segundo impulsar el prestigio del banano en los mercados internacionales.

La primera estrategia estaría enfocada en crear ese ambiente de confianza dentro del mercado español, referente al tema de la relación calidad – precio, dado que actualmente el banano costarricense y colombiano lideran las preferencias de los consumidores, pero basado en su bajo costo, pues a diferencia del banano ecuatoriano, la competencia lo ofrece entre \$ 1 y \$ 2 menos por caja, lo que definitivamente incide al momento de adquirir la fruta.

Sin embargo, genéticamente este banano también es más económico, no solo porque los países en mención evitan el pase por el canal de Panamá y tienen una mayor facilidad de llegar al continente europeo porque tienen salida al océano Atlántico, sino que también la fruta es más pequeña y su textura es diferente, por lo que en poco tiempo puede llegar a dañarse si no se cumple con una estricta cadena de frío que garantice un mayor tiempo de caducidad.

Ante esta situación, el banano ecuatoriano es de calidad Premium lo que significa que no solo es más grande, sino que también es más resistente y tiene una mejor textura, lo que se justifica porque si su costo es un poco más elevado, también dura más, y aparte esto ayuda a conservar de mejor manera sus propiedades y vitaminas. Esta situación ha hecho que Ecuador sea el mayor exportador de banano a nivel mundial; sin embargo, en cuanto mayor productor se destacan India, China y Brasil por encima del Ecuador, pero no son los que más exportan, pues la mayor parte de su producto es para consumo local.

En este sentido, la forma en que se aterrizaría esta estrategia sería a través de las siguientes acciones: Participación en las principales ferias y foros internacionales sobre el banano; realizar publicaciones institucionales donde se expliquen los beneficios del banano ecuatoriano; las cuales serían difundidas en el sitio web corporativo, así como en las principales redes sociales para que el mercado objetivo conozca más acerca del producto; y destacar la participación de la marca “Primero Ecuador” para resaltar la importancia de impulsar la industria nacional.

Por otro lado, se recomienda identificar el perfil de compra del consumidor español, para determinar sus gustos, preferencias e intereses. De esta forma, se pueden realizar estrategias más personalizadas que capten su interés dentro de los mercados locales, al momento de ofrecer el producto ecuatoriano. Es importante que se trabaje con el sector exportador de banano para lograr la obtención de certificaciones de calidad ISO, BMP, BASC y otras normas relacionadas con el sector productivo y el comercio exterior, para generar más confianza en el consumidor final, de manera que la calidad Premium estaría respaldada en las certificaciones que tienen las empresas bananeras.

En lo posible, hacer alianzas estratégicas con las principales cadenas de supermercados en España, ofreciéndoles un descuento por volumen de compra, así como también por fidelidad, para que el banano ecuatoriano se encuentre dentro de las perchas de estos establecimientos y preferiblemente desde estos canales se impulse también su venta. Dado que prácticamente toda la comunicación que se maneja hoy en día es a través de medios digitales, se recomienda el uso de plataformas como Facebook, Instagram, YouTube y hasta Tik Tok para dar mayor realce a la marca y lograr un efecto viral en el mercado español, para posicionarlo entre las preferencias del consumidor.

También se recomienda que los productos apliquen a la utilización de beneficios de carácter fiscal, uno de ellos es el *drawback*, que tiene como propósito hacer una devolución total o parcial de aquellos impuestos que se pagan en operaciones del comercio exterior, según el art. 157 del COPCI. Por tanto, a través de este beneficio fiscal se puede aplicar durante la importación de insumos o materias primas necesarias para el proceso de cultivo del banano, a fin de aportar en la reducción de costos de forma paulatina, de manera que se logre un precio más competitivo en los mercados internacionales. En términos concretos, el drawback forma parte de una estrategia para impulsar las exportaciones, mejorar la balanza comercial y la competitividad de las empresas exportadoras.

A nivel nacional, en la medida que restituye un monto mayor al arancel pagado, tiene implicancias en las políticas comerciales del Ecuador, como en la estrategia de los exportadores, dado que a largo plazo se enfoca en devolver el arancel pagado. De esta forma, los beneficiarios de esta modalidad serían todas aquellas empresas exportadoras que dentro de sus procesos requieran de la importación de mercancías que serán utilizadas en la elaboración del producto, en este caso, todo tipo de insumos que se apliquen dentro del cultivo de banano.

Asimismo, dentro de los productos que pueden ser objeto de restitución se establecen: (a) insumos, productos intermedios, partes o piezas; (b) materias primas, como sustancias que ayuden a obtener un producto sea en el sector agrícola como en la industria de manufacturas; por ejemplo, envases, etiquetas, cajas, plásticos y demás aspectos que se utilizan dentro del cultivo del banano; y (c) productos intermedios, son elementos que se relacionan con la producción de derivados.

Por otro lado, se recomienda una estrategia de encadenamientos productivos es una de las mejores alternativas que podría ayudar a reducir los niveles de informalidad dentro del sector bananero, dado que involucra a un conjunto de actores económicos que pueden asociarse dentro de la cadena de valor del banano, con el propósito de incrementar los niveles de competitividad, en función de las interacciones que se generen dentro de este escenario para lograr beneficios mutuos.

En este caso, vale destacar que el rol de la economía popular y solidaria es vital para el desarrollo de modelos asociativos para pequeños productores, con miras a que estos puedan compartir conocimiento, tecnología, maquinaria y trabajar como si se tratasen de una sola organización, pero de forma independiente, a fin de suplir la demanda y necesidades de las empresas exportadoras que, al percibir un incremento de la demanda mundial, también requerirán de la compra de mayor producción local.

Por tanto, este escenario generaría un efecto multiplicador y sería dinamizador de la industria bananera porque al aumentar la demanda mundial del banano, en este caso, del mercado español, las exportadoras requerirán mayor producción, lo que significa mayor inversión, más fuentes de empleo y bienestar para el sector agrícola del país. Sin embargo, para que el encadenamiento productivo también sea exitoso y se enmarque dentro de los ejes de la transformación de la matriz productiva, debe ir acompañado de un plan de capacitación en temas administrativos, legales y tributarios para que los propietarios de estos negocios logren

mejorar la estructura organizacional de sus negocios y así, también dispongan de un respaldo de su actividad económica.

Actualmente, al mantenerse bajo un régimen informal no sólo que son menos competitivos, sino que también presentan limitaciones financieras, lo que impide que puedan crecer económicamente porque no aplican como sujeto de crédito dentro del sector financiero; no obstante, una vez que regularicen su figura legal a través de una asociación o gremio, es posible que no sólo pidan crédito de forma individual, sino en conjunto, como parte de una asociación y así sea mucho más favorable el acceso a financiamiento formal, bajo condiciones mucho más atractivas que le permita a los pequeños productores adquirir maquinaria y equipos necesarios para mejorar los niveles de productividad, tratando de lograr una economía de escala; es decir, alcanzar un ritmo óptimo de producción donde se incremente el volumen de unidades, en la medida que los costos se reducen y esto favorezca al posicionamiento del precio de la caja de banano en los mercados internacionales.

Finalmente, se recomienda realizar otras líneas de investigación referentes al tema del Acuerdo Comercial Multipartes, dado que en este trabajo se abordó la temática del banano, pero podría analizar el impacto que este acuerdo ha generado en otros sectores como el camaronero, el cacaoero, el atunero, inclusive, en el sector petrolero, para determinar en qué casos el país ha mejorado su nivel de competitividad o en qué casos necesita aplicar correctivos para mejorar y retomar algún mercado que tal vez pudo haberse perdido.

## REFERENCIAS

- Aguirre, I., Cevallos, N., Medina, D., & Sancho, S. (2015). *Breve análisis de los principales procesos de integración económica*. Quito, Ecuador: Subgerencia de Programación y Regulación - Dirección Nacional de Integración Monetaria y Financiera Regional.
- Angulo, E. (2016). *Plan del proceso de nacionalización a consumo de mercancías desde una zona especial de desarrollo económico (ZEDE)*. Guayaquil: Maestría en Negocios Internacionales y Gestión en Comercio Exterior.
- Arias, F. (2014). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica. 6ta. Edición*. Caracas, Venezuela: Editorial Espisteme.
- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución del Ecuador*. Montecristi.
- Asamblea Nacional. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito, Ecuador: Registro Oficial Suplemento 351 de 29 de dic 2010.
- Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador. (2017). *Bananotas*. Guayaquil.
- Baena, A., & Ayala, J. (2017). Investigación descriptiva, correlacional o cualitativa. *Pensar en Movimiento: Revista de Ciencias del Ejercicio y la Salud, Vol. 15, No. 1*, 1-17.
- Banco Central del Ecuador. (12 de 2017). *Evolución de la balanza comercial*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201712.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2019). *Evolución de la Balanza Comercial de Enero a Diciembre*. Quito: Dirección de Estadística Económica.
- Banco Central del Ecuador. (2019). *Evolución de la Balanza Comercial, período 2015 - 2018*. Quito: Dirección de Estadística Económica.
- Baquero, D., & Mieles, J. (7 de octubre de 2014). Los 'booms' en perspectiva: cacao y banano. *Foro de Economía Ecuador Edición 6- Revista de Análisis y Divulgación Científica de Economía y Empresa*, 1-10. Obtenido de <http://foroeconomiaecuador.com/fee/los-booms-en-perspectiva-cacao-banano/>

- Carro, R., & González, D. (2012). Competitividad y Productividad. *Facultad de Ciencias Sociales - Universidad Nacional de Mar del Plata*, 1-18.
- Delegación de la Unión Europea para Ecuador. (2016). *Delegación de la Unión Europea para Ecuador*. Obtenido de [http://eeas.europa.eu/archives/delegations/ecuador/eu\\_ecuador/trade\\_relation/bilateral\\_agreement/index\\_es.htm](http://eeas.europa.eu/archives/delegations/ecuador/eu_ecuador/trade_relation/bilateral_agreement/index_es.htm)
- Dzul, M. (2010). *Unidad 3. Aplicación básica de los métodos científicos: "Diseño No - Experimental"*. Obtenido de Sistema de Universidad Virtual de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI\\_Presentaciones/licenciatura\\_en\\_mercadotecnia/fundamentos\\_de\\_metodologia\\_investigacion/PRES38.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf)
- El Telégrafo. (28 de diciembre de 2019). *El 22% de exportaciones de banano van al mercado ruso*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/banano-mercado-ruso>
- Flores, F. (7 de Agosto de 2018). *Los retos de la gestión logística*. Obtenido de <http://programas.edes.ec/blog/retos-gestion-logistica-revolucion-industrial>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2015). *Metodología de investigación. 5ta Edición*. México: McGraw Hill.
- Macas, G. (2016). *Ecuador y su futuro en el comercio internacional*. Samborondón, Ecuador: Universidad Ecotec.
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2019). *Informa Mensual de Comercio Exterior*. Quito.
- Mosquera, C. (2017). *"Análisis económico de las barreras arancelarias a las Importaciones del sector de Línea Blanca en el Ecuador, periodo 2010-2015"*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura. (2018). *Situación del mercado del banano, resultados preliminares al 2017*. Roma.
- Porter, M. (1980). *La Ventaja Competitiva*.

Porter, M. (1990). *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior*. New York: Pirámide.

Pro Ecuador. (2013). *Análisis del Sector Banano*. Guayaquil: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones.

Ricardo, D. (1985). *Principios de economía política y tributación*. Barcelona, España: Ediciones Orbis.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva. Revolución productiva a través del conocimiento y talento humano*. Quito, Ecuador: Ediecuatorial.

Simmons, J. (23 de abril de 2020). *Caída del petróleo: por qué el del crudo es el precio más importante de la economía*. Obtenido de BBC News: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-52390556>

Trade Map. (2019). *Comercio bilateral entre Ecuador y Unión Europea*. Obtenido de <https://www.trademap.org/>

Unión Europea. (15 de Mayo de 2017). *europa.eu*. Obtenido de [http://europa.eu/european-union/about-eu/history\\_es](http://europa.eu/european-union/about-eu/history_es)

Valencia, R. (2012). *La importancia del talento en la gestión logística*. Obtenido de <http://www.logisticamx.enfasis.com/articulos/63565-la-importancia-del-talento-la-gestion-logistica>

## ANEXOS

### Anexo 1. Listado de Empresas Bananeras de Guayaquil

| RAZÓN SOCIAL  | No. Teléfono             |
|---|--------------------------|
| ABICIO S.A.   | (072) 962-8910 Ext. 0000 |
| ACTIVIDADES BANANERAS ROSA ANDREA S.A. (ACTIBANROSA)  | (042) 353-4170 Ext. 0000 |
| AGRICOLA ALDAZ JOSE FELIX ALJOFE S.A.                 | (042) 262-9220 Ext. 0000 |
| AGRICOLA ALFA S.A. AGRIALFA                           | (234) 515-0              |
| AGRICOLA BANANERA BLANCA ROSA S.A. ABROSA             | (042) 673-0110 Ext. 0000 |
| AGRICOLA BANANERA CEDEÑO PASTOR BANACEPA S.A.         | (062) 722-2440 Ext. 0000 |
| AGRICOLA BANANERA ECUADOR AGRIBANDOR CIA.LTDA.        | (042) 560-4000 Ext. 0000 |
| AGRICOLA BANANERA PASION S.A. (AGRIBANPASA)           | (005) 292-3863 Ext. 0000 |
| AGRICOLA BANANERA TALEB AGROBATA SA                   | (593) 223-0047 Ext. 0000 |
| AGRICOLA BANANERA VICTORIA, BANVICTORI S.A.           | (042) 396-3060 Ext. 0000 |
| AGRICOLA CAMBUR C.A.                                  | (042) 810-2100 Ext. 0000 |
| AGRICOLA CAPAJOSAVI CIA.LTDA.                         | (042) 223-035            |
| AGRICOLA CASI MASU "AGRICASIMASU" CIA.LTDA.           | (042) 590-560            |
| AGRICOLA DEL AUSTRO AVIOCHOA CIA. LTDA.               | (042) 275-0020 Ext. 0000 |
| AGRICOLA DON VICTOR AGRICODONVI CIA. LTDA.            | (042) 398-3970 Ext. 0000 |
| AGRICOLA DORADILLA C.A.                               | (004) 245-5574 Ext. 0000 |
| AGRICOLA EL RECREO RECREAGRO CIA. LTDA.               | (042) 455-9690 Ext. 0000 |
| AGRICOLA ESPERANZA S.A., AGRIESPERSA                  | (002) 224-5016 Ext. 0000 |
| AGRICOLA FIVE STAR AGRICOLAFIVES SOCIEDAD ANÓNIMA     | (042) 885-7440 Ext. 0000 |
| AGRICOLA FRUTALERA C.A.                               | (098) 343-4719           |
| AGRICOLA "HACIENDA COYOLES" AGRICOLACOYOLES CIA.LTDA. | (236) 827-5000 Ext. 0000 |
| AGRICOLA JORGE ENRIQUE LOPEZ CIA. LTDA.               | (004) 269-3173 Ext. 0000 |
| AGRICOLA LA UNION S.A. UNIONSA                        | (042) 690-5410 Ext. 0000 |
| AGRICOLA LA-AZUCENA S.A.                              | (004) 211-1141 Ext. 0000 |
| AGRICOLA LAURA S.A. LAURAGRI                          | (042) 561-5770 Ext. 0000 |
| AGRICOLA MAYRA ROSARIO AMARO CIA. LTDA.               | (042) 261-7924           |
| AGRICOLA MEBY S.A.                                    | (593) 224-0778 Ext. 0000 |
| AGRICOLA NEFELBITA S.A.                               | (042) 323-6020 Ext. 0000 |
| AGRICOLA NOBLECILLA ALVARADO LUNOGA C.A.              | (000) 000-0000 Ext. 0000 |
| AGRICOLA NOR ORGANIC NZ S.A.                          | (042) 817-9140 Ext. 0000 |
| AGRICOLA ORO VERDE S.A. (VERDORO)                     | (042) 530-0000 Ext. 0000 |
| AGRICOLA PECUARIA DEL PACIFICO S.A. (AGRIPEPASA)      | (042) 323-3300 Ext. 0000 |
| AGRICOLA ROMERO ALCIVAR ROMALCI S.A.                  | (042) 784-4030 Ext. 0000 |
| AGRÍCOLA TRES HERMANOS ZB S.A.                        |                          |
| AGRICOLA ZEA CASTRO NORORGANIC S.A.                   | (000) 000-0000 Ext. 0000 |
| AGRIQUEL, AGRICOLA RAQUEL S.A.                        | (042) 342-6960 Ext. 0000 |
| AGRISANJUAN CIA. LTDA.                                | (042) 202-8890 Ext. 0000 |
| AGRIXAM S.A.  | (002) 232-7892 Ext. 0000 |
| AGRO SAN SEBASTIAN AGROSANSEBASTIAN S.A.              | (004) 252-6520 Ext. 0000 |
| AGROCOMERCIAL DON CARLOS AGRODONCAR CIA.LTDA.         | (042) 402-4860 Ext. 0000 |
| AGROEQUIDAD S.A.                                      | (004) 253-0330 Ext. 0000 |
| AGROFIVE S.A.   | (000) 000-0000 Ext. 0000 |
| AGROFORTUNE S.A.                                      | (000) 000-0000 Ext. 0000 |
| AGROGARANTIA S.A.                                     | (042) 691-0190 Ext. 0000 |
| AGROGRIAL S.A.  | (022) 331-6610 Ext. 0000 |
| AGROPOSITIVO S.A.                                     | (004) 226-1363 Ext. 0000 |
| AGROSERVICORP S.A.                                    | (042) 460-4770 Ext. 0000 |
| AGROSIGAL S.A.  | (042) 280-6320 Ext. 0000 |
| AGROVICTORIA S.A.                                     | (004) 234-3700 Ext. 0000 |
| AGROVILLANUEVA CIA. LTDA                              | (600) 866-1              |
| ALFAFRUITS S.A.                                       | (593) 264-0112 Ext. 0000 |
| ARIGRA S.A.   | (026) 432-30             |

|   |                          |
|---|--------------------------|
| ARMEC-TRADING-GROUP S.A.  | (004) 256-0502 Ext. 0000 |
| ARQUEOL S.A.  | (004) 260-3300 Ext. 0119 |
| BACULIMA URGILES ORGANIC CIA. LTDA.   | (042) 691-3140 Ext. 0000 |
| BALALOM S.A.  | (042) 296-3000 Ext. 0000 |
| BANACAMPO S.A.  | (022) 224-5250 Ext. 0000 |
| BANAGOLDEXPORT S.A.   | (042) 835-8350 Ext. 0000 |
| BANAGUILLO S.A.   | (042) 681-9000 Ext. 0000 |
| BANANA REAL REALBANANA COMERCIALIZADORA EXPORTADORA DE BANANA SOCIEDAD ANÓNIMA        | (042) 517-4670 Ext. 0000 |
| BANANACORP S.A.   | (042) 445-2120 Ext. 0000 |
| BANANAGROW S.A.   | (042) 446-9240 Ext. 0000 |
| BANANASHI S.A.  | (042) 560-1000 Ext. 0000 |
| BANANERA MARGARITA S.A. (BAMARGARISA)   | (004) 220-1791 Ext. 0000 |
| BANANERA MONTE GRANDE S.A. (BAMONGRANSA)  | (042) 214-9710 Ext. 0000 |
| BANANERA ROSITA II S.A. (BANAROSAI)   | (004) 233-8190 Ext. 0000 |
| BANANEVITO S.A.   | (004) 242-9977 Ext. 0000 |
| BANANFRUIT S.A.   | (004) 251-5600 Ext. 0000 |
| BANANOS ECOLOGICOS BANAECO S.A.   | (042) 851-2170 Ext. 0000 |
| BANA-ORG CIA. LTDA.   | (042) 282-0360 Ext. 0000 |
| BANARAMA S.A.   | (042) 491-910            |
| BANARPALM S.A.  | (042) 394-2850 Ext. 0000 |
| BANASANJUAN S.A.  | (042) 399-5680 Ext. 0000 |
| BANASOMA S.A.   | (042) 243-2210 Ext. 0000 |
| BANAVIVI S.A.C.   | (042) 880-2450 Ext. 0000 |
| BANEXCEL S.A.   | (046) 009-418            |
| BANJAE S. A.  | (042) 116-2420 Ext. 0000 |
| BAPÍÑEX S.A.  | (042) 687-1760 Ext. 0000 |
| BARNIOSA S.A.   | (042) 296-9990 Ext. 0000 |
| BECITT S.A.   | (042) 333-9710 Ext. 0000 |
| BEMAX S.A.  | (004) 244-9199 Ext. 0000 |
| BENILDE S.A.  | (042) 517-3600 Ext. 0000 |
| BEST CHOICE TECHNOLOGY BESTECHNO S.A.   | (004) 220-3597 Ext. 0000 |
| BIZNESHIP S.A.  | (004) 220-1791 Ext. 0000 |
| BONTACORP S.A.  | (042) 301-6150 Ext. 0000 |
| BRIGMANY S.A.   | (042) 256-0100 Ext. 0200 |
| CAMEONCE S. A.  | (042) 295-9250 Ext. 0000 |
| CAMPONET S.A.   | (004) 232-6500 Ext. 0000 |
| CAVINSA S.A.  | (261) 361-1              |
| CERTANDEL S.A.  | (004) 265-1973 Ext. 0102 |
| CIENDOR S.A.  | (002) 226-0740 Ext. 0000 |
| CIFRUCORP S.A.  | (004) 228-7417 Ext. 0000 |
| CLUZON S.A.   |                          |
| COMER&BANVER COMERCIALIZADORA BANANAVERDE SOCIEDAD ANÓNIMA                            | (593) 229-0486 Ext. 0000 |
| COMERCIALIZADORA AGRICOLA VILEMA ZAMORA EXPORTVILZA S A PRINCIPIOFIN SOCIEDAD ANÓNIMA | (042) 281-4000 Ext. 0000 |
| COMERCIALIZADORA DE BANANO FINCA DON ELOY S.A. DONELOY                                | (042) 140-2280 Ext. 0000 |
| COMERCIALIZADORA "PRODINAGRO" PRODUCTOS DE INNOVACION PARA EL AGRO S.A.               | (004) 228-2007 Ext. 0000 |
| COMPAÑIA AGRICOLA & AVICOLA DEL LITORAL AGRIVILT CIA. LTDA.                           | (004) 230-3535 Ext. 0000 |
| COMPAÑIA AGRICOLA JESQUIRSA S.A.  | (042) 269-3100 Ext. 0000 |
| COMPAÑIA AGRICOLA MARGARA (COMARGARA) S.A.  | (000) 000-0000 Ext. 0000 |
| COMPANIA AGRICOLA PREDIAL BOLIVAR CA  | (042) 565-011 Ext. ext.  |
| COMPANIA AGRICOLA SAN AMADO S.A COMPAMASA   | (042) 491-0100 Ext. 0000 |
| COMPAÑIA AGRICOLA Y PECUARIA HEIGHTWOOD S.A.  | (281) 314-7              |
| COMPANIA AGROINDUSTRIAL OCHOCAN S.A.  | (042) 254-6000 Ext. 0000 |
| COMPAÑIA COMERCIAL AGRICOLA WALTER LANDETA LTDA.                                      | (042) 672-9510 Ext. 0000 |
| COMPAÑIA DE SERVICIOS AGRICOLAS ISLA BEJUCAL S.A. COSERAGIB                           | (042) 275-7310 Ext. 0000 |
| COMPAÑIA FRUTESCA S.A.  | (244) 309-3              |
| COMPANIA FRUTICOLA ECUATORIANA FRUTAGUA S.A.  | (042) 397-3740 Ext. 0000 |
| COMPANYFRUIT S.A.   | (042) 284-8000 Ext. 0000 |

|  |                          |
|--|--------------------------|
| CORPSOBEK S.A.   | (042) 110-5660 Ext. 0000 |
| CRAZYDER S.A.  | (296) 233-3              |
| CUDARANSA S.A.   | (042) 254-5000 Ext. 0000 |
| DATAGRO SA   |                          |
| DAVAXTEL S.A.  | (002) 204-2026 Ext. 0000 |
| DELIFRUIT S.A.   | (004) 603-0010 Ext. 0000 |
| DELPECTOR S.A.   | (293) 440-4              |
| DIJESA COMPANY S.A.  | (004) 288-4820 Ext. 4109 |
| DIPLO S.A.   | (000) 000-0000 Ext. 0000 |
| DIXIMANT S.A.  | (229) 687-7              |
| DON PECHE S.A. AGROPECHE   | (042) 852-936            |
| DONATELLA ECUADOR DONATECUA S.A.                                   | (042) 326-4440 Ext. 0000 |
| DOVOLBANANA SOCIEDAD ANÓNIMA                                       | (004) 601-7661 Ext. 0000 |
| ECOBANEC CIA. LTDA.  | (042) 202-0880 Ext. 0000 |
| ECORIV S.A.  | (004) 604-1087 Ext. 0000 |
| ECUABONTURE S.A.   | (004) 256-3629 Ext. 0000 |
| ECUADORAGRICOLA S.A.   | (042) 320-3330 Ext. 0000 |
| ELENTEL S.A.   | (004) 229-4545 Ext. 0000 |
| ELITCLIENTES S.A.  | (042) 111-4440 Ext. 0000 |
| EMBOFABRIC S.A.  | (042) 681-1000 Ext. 0000 |
| EMPREVEX S.A.  | (004) 220-0622 Ext. 0000 |
| ERICKA Y GABRIELA SANCHEZ AGROERIGASAN CIA.LTDA.                   | (042) 286-5880 Ext. 0000 |
| EXBANABI S.A.  | (042) 237-0000 Ext. 0000 |
| EXPOBANAL S.A.   | (042) 294-6290 Ext. 0000 |
| EXPORT GUAYASBAN S.A.  | (042) 391-1000 Ext. 0000 |
| EXPORTACION AGRICOLA SOBH Y DAWOUD LBLEGYPTGROUPINTERNATIONAL S.A. | (004) 225-1819 Ext. 0000 |
| EXPORTADORA DE BANANO BANAFAY S.A.                                 | (004) 200-4135 Ext. 0000 |
| EXPORTADORA DE BANANO DEL ECUADOR EXBANEC S.A.                     | (042) 115-0380 Ext. 0000 |
| EXPORTADORA DE FRUTAS BANAGOFAPRUIT S.A.                           | (004) 225-4306 Ext. 0000 |
| EXPORTADORA DE FRUTAS DEL SUR EXFRUSUR S.A.                        | (042) 288-2900 Ext. 0000 |
| EXPORTADORA DE FRUTAS KILLARI EXPORTKILLARI S.A.                   | (042) 201-1770 Ext. 0000 |
| EXPORTADORA DE FRUTAS TROPICALES EXPORBANAFRUIT S.A.               | (002) 253-3104 Ext. 0000 |
| EXPORTADORA DE PRODUCTOS AGRICOLAS EXPOGRAL S.A.                   | (042) 289-988            |
| EXPORTADORA DEL LITORAL EXPORTLIT CIA. LTDA.                       | (042) 275-9800 Ext. 0000 |
| EXPORTADORA ECUADORIAN TROPICAL FRUIT EXPOGROUP S.A.               | (004) 236-7066 Ext. 0000 |
| EXPORTADORA FRUPASUR S.A.  | (042) 326-5560 Ext. 0000 |
| EXPORTADORA FRUTAS DEL ECUADOR FRUTADECESA C.A.                    | (042) 254-1110 Ext. 0000 |
| EXPORTADORA HOYOS COBO EXPORHOYOS S.A.                             | (004) 240-1144 Ext. 0000 |
| EXPORTADORA REY BANANO BANANOREY S.A.                              | (000) 272-1140 Ext. 0000 |
| EXPORTADORA SUR AMERICANA S.A. EXPOSUREÑA                          | (004) 253-1864 Ext. 0000 |
| EXPORTFRESH S.A.   | (004) 256-1891 Ext. 0000 |
| EXPORTIME S.A.   | (004) 248-9958 Ext. 0000 |
| EXPOSHIPPERS S.A.  | (009) 535-2726 Ext. 0000 |
| EXPOVILLA S.A.   | (426) 812-9400 Ext. 0000 |
| FANALBA S.A.   | (004) 230-9349 Ext. 0000 |
| FEDAGRI S.A.   | (004) 285-2836 Ext. 0000 |
| FEJISA S.A.  | (042) 880-5330 Ext. 0000 |
| FOLIC S.A.   | (042) 362-5090 Ext. 0000 |
| FONOCUSTIC S.A.  | (042) 240-1330 Ext. 0000 |
| FOUNDCORP S.A.   | (042) 682-9000 Ext. 0000 |
| FRESH&IDEAS S.A.   | (042) 851-5000 Ext. 0000 |
| FRUINTER S.A. FRUTAS INTERNACIONALES                               | (042) 280-8050 Ext. 0000 |
| FRUIT GLOBAL EXPORTACION FRUTGLOEX S.A.                            | (004) 239-0133 Ext. 0000 |
| FRUIT LAND FRUITLANDASA IMPORTADORA S.A.                           | (004) 243-4131 Ext. 0000 |
| FRUITEXCHANGE S.A.   | (046) 013-597            |
| FRUTAL DE LA COSTA S.A. FRUTALCOST                                 | (004) 222-0102 Ext. 0000 |
| FRUTASIETE CIA.LTDA.   | (004) 284-9266 Ext. 0000 |

|  |                          |
|--|--------------------------|
| FRUTIBANFRUIT S.A.   | (000) 000-0000 Ext. 0000 |
| FURONDA S. A.  | (004) 288-5011 Ext. 0000 |
| GALESBURG S.A.   | (042) 235-0390 Ext. 0000 |
| GENIALFRUIT S.A.   | (042) 140-3020 Ext. 0000 |
| GLOBAL FRESH DEL ECUADOR GLOBAL FRESH GLOFREC SOCIEDAD ANÓNIMA | (593) 288-3271 Ext. 0000 |
| GLOBALBLUE S.A.  | (004) 213-6551 Ext. 0000 |
| GOSTALLSA S.A.   | (042) 484-5500 Ext. 0000 |
| GRANJAMAR S.A.   | (593) 277-1610 Ext. 0000 |
| GREENPROASA S.A.   | (004) 287-1515 Ext. 0000 |
| GRUPOLUV S.A   | (042) 254-3000 Ext. 0000 |
| GUNILLA S.A  | (042) 272-6000 Ext. 0000 |
| HACIENDA SAN MIGUEL S.A. MIGUELASA                             | (601) 156-6              |
| HAFREIT S.A.   |                          |
| HASANCA S.A.   |                          |
| HASANRITA S.A.   | (593) 288-5012 Ext. 0000 |
| HUESCA S.A.  | (042) 371-4520 Ext. 0000 |
| IMPORTEXPORT ECUADOR LAKYEXPORT S.A.                           | (042) 200-1360 Ext. 0000 |
| ÑAKI S.A.  | (042) 643-9470 Ext. 0000 |
| INCRECER S.A.  | (042) 306-2100 Ext. 0000 |
| INDUSLEXUS S.A.  | (004) 208-2177 Ext. 0000 |
| INMOBILIARIA TIERRA LINDA INTILI S A                           | (042) 885-7450 Ext. 0000 |
| INVEPACIFICO S.A.  | (593) 228-6546 Ext. 0000 |
| IRISCORP S.A.  | (042) 111-0600 Ext. 0000 |
| JOCAÑAS S.A.   | (042) 321-7050 Ext. 0000 |
| JOLIBANANA S.A.  | (042) 440-9240 Ext. 0000 |
| KRAPP SA   | (042) 231-4659 Ext. 0000 |
| LATINOSMARTIN INTERNACIONAL EXPORTADORA CIA.LTDA.              | (042) 783-1800 Ext. 0000 |
| LIDUSCORP S.A.   | (042) 524-5540 Ext. 0000 |
| LIQUI S.A.   | (004) 287-5229 Ext. 0000 |
| LISTEM S.A.  | (004) 245-1811 Ext. 0000 |
| LUMACOR S.A.   | (042) 933-725            |
| MACORFRUIT S.A.  | (603) 761-5              |
| MAINDEN S.A.   | (042) 968-1123           |
| MANGIATA S.A.  | (042) 640-6950 Ext. 0000 |
| MANSOL S.A.  | (042) 232-5250 Ext. 0000 |
| MANTEGNA S.A.  | (046) 004-4600 Ext. 0000 |
| MENDOEXPORT S.A.   | (042) 453-8830 Ext. 0000 |
| MERBA S.A.   | (072) 968-0480 Ext. 0000 |
| MERDAN COMPANY ECUADOR MERDANEC S.A.                           | (042) 448-8400 Ext. 0000 |
| MIDAJA S. A.   | (000) 000-0000 Ext. 0000 |
| MUNDBANANA S.A.  | (042) 444-0210 Ext. 0000 |
| NEGOBANEC S.A.   | (022) 562-1530 Ext. 0000 |
| NITROTERRA S.A.  | (004) 241-5264 Ext. 0000 |
| OCIREM S.A.  | (004) 226-2782 Ext. 0000 |
| ODENKIR S.A.   | (042) 442-6100 Ext. 0000 |
| ORO VERDE BANANAS BANAORVE S.A.                                | (042) 323-8000 Ext. 0000 |
| ORODELTI S.A.  | (042) 390-5820 Ext. 0000 |
| OSIRISCORP S.A.  | (593) 042-2820 Ext. 54   |
| PACIFICEXPORT S.A.   |                          |
| PANERCAST S.A.   |                          |
| PARAZUL SA   | (006) 272-8727 Ext. 0000 |
| PENTO S.A.   | (072) 929-9130 Ext. 0000 |
| PERENTCORP S.A.  | (593) 264-0111 Ext. 0123 |
| PINALASI S.A.  | (004) 235-3405 Ext. 0000 |
| PONGARBEL S.A.   | (022) 850-0490 Ext. 0000 |
| PORWERING S.A.   | (042) 353-5070 Ext. 0000 |
| PREDIAL MISION PREMISION SA                                    | (005) 252-6186 Ext. 0000 |

|  |                          |
|--|--------------------------|
| PREDIOS Y CULTIVOS RURALES PREDICUR S.A.                       | (072) 928-0980 Ext. 0000 |
| PRODUCTORA BANANERA HABILLA S.A. (PROBANHABISA)                | (002) 244-0105 Ext. 0000 |
| PRODUCTORA BANANERA PORTILLA SALAZAR PORTILLAFRUIT S.A.        | (099) 805-3228           |
| PRODUCTORA BANANERA SAN ANTONIO S.A. (PROBANSANTOSA)           | (002) 226-7244 Ext. 0000 |
| "RACIMPRODUC" PRODUCTORA AGRICOLA & MAS S.A.                   | (042) 312-1550 Ext. 0000 |
| RAHAN MERISTEM DEL ECUADOR CIA.LTDA.                           | (007) 293-5955 Ext. 0000 |
| REBEJAC S.A.   | (042) 531-0640 Ext. 0000 |
| REFORMABANANA S.A.   | (004) 234-3700 Ext. 0000 |
| REPUBLICNEG S.A.   | (042) 252-0330 Ext. 0000 |
| RICABAN S. A. RICAS BANANAS                                    | (042) 289-1050 Ext. 0000 |
| RIVERBAN BANANO DE LA RIVERA S.A.                              | (022) 223-8710 Ext. 0000 |
| ROQUE SANTEIRO CIA. LTDA.                                      | (601) 641-7              |
| SAN LUIS COMPANIA ANONIMA EN PREDIOS RUSTICOS                  | (002) 396-0700 Ext. 0000 |
| SEBASANSA S.A.   | (042) 425-9460 Ext. 0000 |
| SECONRET S.A.  | (208) 222-2              |
| SEIYERSER S.A.   | (371) 084-0              |
| SHELLFRUIT S.A.  | (000) 500-1950 Ext. 0000 |
| SINLO S.A.   | (042) 450-8170 Ext. 0000 |
| SIXMA COMPAÑIA AGRICOLA S.A. SIXMAGRICOLA                      | (098) 943-2624           |
| STOPPINO S.A.  | (042) 158-338            |
| SUPERCOMPANY S.A.  | (042) 235-1040 Ext. 0000 |
| TADURA SA  | (042) 783-7700 Ext. 0000 |
| TANIAMARIASA S.A.  | (022) 675-6050 Ext. 0000 |
| TEOCAC S.A.  | (042) 202-9180 Ext. 0000 |
| TIHMUR IMPORT EXPORT S.A.                                      | (042) 396-5040 Ext. 0000 |
| TONAROLI S.A.  | (042) 436-8550 Ext. 0000 |
| TRANSPORTE DE CARGA BIENES Y SERVICIOS AGRICOLAS TRAVISER S.A. | (042) 245-3470 Ext. 0000 |
| TROPICAL PRODUCE TRADING ECUADOR S.A. TROPIDUCE                | (002) 241-1415 Ext. 0000 |
| TROPICALAGRO S.A.  |                          |
| TROPICALREPUBLIC S.A.  | (004) 283-2578 Ext. 0000 |
| TROPIGAMA S.A.   | (042) 290-8980 Ext. 0000 |
| TUCHOK S.A.  | (022) 546-3320 Ext. 0000 |
| UNION AGRICOLA FRUTA TROPICAL UNAFRUTSA S.A.                   | (283) 252-9              |
| VAKITASA S.A.  | (004) 219-2057 Ext. 0000 |
| VALENSI S.A.   | (042) 385-4930 Ext. 0000 |
| VARENNE S.A.   | (004) 244-5680 Ext. 0000 |
| VIESFRUT S.A.  | (042) 446-9910 Ext. 0000 |
| WEISFRUIT S.A.   | (042) 310-8550 Ext. 0000 |
| WHITEROCKS EXPORTS S.A.  | (004) 236-3102 Ext. 0000 |
| YOPAL S.A.   | (004) 221-4093 Ext. 0000 |

## Anexo 2. Formato de Encuesta



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**Dirigido a:** Representantes de Empresas del Sector Bananero de la ciudad de Guayaquil

**Objetivo:** Analizar la percepción de un grupo de empresarios del sector bananero, respecto al impacto que ha tenido la firma el Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea en las exportaciones de banano.

**1) ¿Cuántas cajas de banano exporta a la semana?**

- De 1 a 50000
- De 50001 en adelante

**2) ¿Cree usted que el Acuerdo Comercial Multipartes (ACM) entre Ecuador y la Unión Europea ha mejorado su nivel de competitividad y liquidez?**

- Sí
- No

**3) ¿En qué le ha afectado el ACM a la producción de banano?**

- Se ha reducido la producción
- Ha aumentado la producción
- Se mantiene (no me ha afectado)

**4) ¿Su empresa se acoge a algún tipo de beneficio fiscal que vaya de la mano con el Acuerdo Comercial Multipartes?**

- Sí
- No

**5) ¿Cree usted que la entrada en vigor del Acuerdo Comercial Multipartes ha mejorado la situación económica de la industria bananera?**

- Sí
- No

**6) ¿Qué beneficios cree que se pueden generar gracias a la vigencia del Acuerdo Comercial Multipartes?**

- Aumento de las exportaciones
- Mayor prestigio
- Apertura hacia nuevos mercados
- Desarrollo de la industria bananera

**7) ¿Qué aspectos debe mejorar el Ecuador para ser más competitivo en la industria bananera a nivel internacional?**

- Reducir costos
- Mejorar políticas comerciales
- Reducir la informalidad del sector