



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

**TEMA: “ANÁLISIS DE LA EXPORTACIÓN DE BANANO ORGÁNICO
ECUATORIANO A NIVEL MUNDIAL. CASO: UNIÓN EUROPEA,
PERÍODO 2010-2018”**

AUTORA:

RODRÍGUEZ MENDOZA, GLENDA VERÓNICA

DIRECTOR:

MSC. RIVERA VALLEJO, RAMIRO ABEL

SANGOLQUÍ

2019



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

CERTIFICADO DEL DIRECTOR

Certifico que el trabajo de titulación, “*ANÁLISIS DE LA EXPORTACIÓN DE BANANO ORGÁNICO ECUATORIANO A NIVEL MUNDIAL. CASO: UNIÓN EUROPEA, PERÍODO 2010-2018*” fue realizado por la señorita: *Rodríguez Mendoza, Glenda Verónica*, el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto, cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 22 de octubre del 2019

Firma:



Msc. Ramiro Abel Rivera Vallejo
C. C.0602188302



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Rodríguez Mendoza, Glenda Verónica**, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: ***“Análisis de la exportación de banano orgánico ecuatoriano a nivel mundial. Caso: Unión Europea, período 2010-2018”*** es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Sangolquí, 22 de octubre del 2019

Firma

Glenda Verónica Rodríguez Mendoza

C.C.: 1150212122



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

Yo, *Rodríguez Mendoza, Glenda Verónica*, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: “*Análisis de la exportación de banano orgánico ecuatoriano a nivel mundial. Caso: Unión Europea, período 2010-2018*” en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Sangolquí, 22 de octubre del 2019

Firma:

Glenda Verónica Rodríguez Mendoza

C.C.: 1150212122

AGRADECIMIENTO

*A Dios por su amor y su bondad, por permitirme sonreír ante este logro.
A mis padres y a mis hermanos por todo su amor, paciencia y apoyo, pero sobre
todo gracias infinitas por su confianza en mis decisiones, por no haberme
cortado las alas, por siempre anhelar lo mejor para mí, por haberme permitido
trazar mi propio camino y caminar con mis propios pies, y claro, por recibirme
con alegría cada que volvía a casa.*

*A mis amigos Con quienes compartí dentro y fuera de las aulas, en especial a:
Vanne, Joss, Javi, Rubén, Alejo, Dani, Villita, Cris, Gabito, ¡Gracias por todo
“Amichis”!*

No me queda más que decir ¡Gracias a la vida!

Glenda Verónica Rodríguez Mendoza

DEDICATORIA

A mis papás y a mis hermanos, porque gracias a ustedes hoy soy quien soy y porque indudablemente sin su apoyo esto no sería posible.

A ti papi, por ser mi ejemplo y por todo el sacrificio que significó apoyarme para lograr cumplir esta meta, por enseñarme a no rendirme, a no conformarme y a siempre confiar en mí, por eso, ¡esto es por y para ti!

A ti mami, por siempre estar pendiente, por tus oraciones, tus consejos y tus palabras de apoyo, por tu confianza por permitirme cumplir un sueño más.

Glenda Verónica Rodríguez Mendoza

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICADO DEL DIRECTOR.....	i
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	ii
AUTORIZACIÓN	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE DE CONTENIDO	vi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
 CAPITULO I	
INTRODUCCIÓN	
1.1 Planteamiento del Problema de Investigación	1
1.2 Objetivos	3
1.2.1 Objetivo general.....	3
1.2.2 Objetivos específicos	3
1.3 Propositiones	4
1.4 Diseño Metodológico.....	4
1.4.1 Enfoque de investigación: Cualitativo	4
1.4.2 Tipología de investigación	5
1.4.3 Determinación de Variables	5
1.5 Justificación	6
 CAPITULO II	

MARCO TEORICO

2.1	Marco Teórico-Referencial	11
2.1.1	Teoría Semiótica.....	11
2.1.2	Teoría Clásica.....	14
2.1.3	Teoría de Heckscher y Ohlin.....	15
2.1.3.1	Teorema Económico de Wolfgang Stolper y Paul Samuelson.....	16
2.1.4	Teoría Neoclásica del consumidor	18
2.1.4	Teoría de ventajas comparativas y competitivas.....	21
2.1.4.1	Ventaja Comparativa.....	21
2.1.4.2	Ventajas Comparativas Reveladas	22
2.1.5	Ventaja Competitiva.....	23
2.1.6	Condiciones de la oferta y la demanda.....	24
2.2	Marco Referencial	25
2.3	Marco Conceptual	27

CAPITULO III

OFERTA EXPORTABLE DE BANANO ORGÁNICO A NIVELMUNDIAL

3.1	Producción Orgánica a nivel Mundial.....	30
3.2	Producción Nacional de Banano	32
3.3	Tipos de Banano producidos en Ecuador.....	35
3.4	Banano Orgánico Ecuatoriano.....	36
3.5	Banano y Fuente de empleo en Ecuador	37
3.6	Disposición arancelaria para el sector Banano (Código Arancelario del Ecuador)	38
3.7	Importadores de banano orgánico y convencional a nivel mundial	39

3.8 Destinos de Exportación de Banano Orgánico y Convencional Ecuatoriano.	40
3.9 Evolución de las exportaciones del sector bananero en el período 2010-2018.....	41
3.10 Países Exportadores de Banano Convencional a nivel mundial.....	42
3.11 Países exportadores de Banano orgánico a nivel mundial.....	44
3.12 Exportaciones de banano convencional y orgánico ecuatoriano.....	46
3.12.1 Exportaciones de banano orgánico al mercado Europeo.....	46
3.13.2 Exportaciones de banano orgánico al mercado europeo en el periodo 2017-2018.....	48

CAPITULO IV

MERCADO EUROPEO, ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL ACUERDO COMERCIAL

4.1 Mercado Europeo	50
4.2 Tendencias de Consumo de Alimentos en la Unión Europea.	51
4.3 Documentos y certificaciones requeridos para la exportación de banano.....	53
4.4 Certificaciones Orgánicas.....	53
4.4.1 Tipos de Certificación Orgánica.....	55
4.4.2 Proceso de Certificación.....	56
4.4.3 Costos de la Certificación Orgánica.....	57
4.4.4 Principales certificaciones Orgánicas a nivel mundial.....	60
4.5 Certificaciones y Programas Orgánicos requeridos por el Consumidor Europeo	60
4.5.1 Reglamento Europeo ER-IFOAM.....	61
4.5.2 HACCP, Sistema de análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control.....	61
4.5.3 Certificación GLOBALSG.A.P.....	62
4.5.4 Certificación BRCGS Global Standard for Food Safety.....	62
4.5.5 Certificación de Comercio Justo/Fair Trade.....	62

4.6 Acuerdo Multipartes con la Unión Europea.....	63
4.6.1 El banano ecuatoriano en torno al Acuerdo Comercial con la UE.....	65
4.7 Análisis del impacto del acuerdo comercial con la Unión Europea.....	66
4.7.1 Escenario posterior al Acuerdo Multipartes.....	68
4.7.2 Escenario previo a la firma del Acuerdo Multipartes.....	69
CAPITULO V	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
5.1 Conclusiones	72
5.2 Recomendaciones	74
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	77

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Definición de Variables</i>	6
Tabla 2 <i>Producción de Banano Ecuatoriano 2010-2018</i>	34
Tabla 3 <i>Productores de Banano 2017</i>	35
Tabla 4 <i>Importadores de banano a nivel mundial</i>	39
Tabla 5 <i>Principales destino de exportación de banano ecuatoriano</i>	40
Tabla 6 <i>Exportaciones de Banano Ecuatoriano a nivel mundial</i>	42
Tabla 7 <i>Costo Estimado de la Certificación Orgánica</i>	58
Tabla 8 <i>Costos de Certificación Orgánica en Base a la Producción</i>	59
Tabla 9 <i>Principales Certificaciones Orgánicas a nivel Mundial</i>	60

INDICE DE ILUSTRACIONES

<i>Figura 1</i> Resumen Estructura de Capítulos.....	9
<i>Figura 2</i> Índice de Construcción del Marco Teórico.....	10
<i>Figura 3</i> Crecimiento de la Agricultura Orgánica a nivel mundial.....	31
<i>Figura 4</i> Principales Destinos de Exportación de banano ecuatoriano.....	41
<i>Figura 5</i> Superficie de Plantación de Banano Orgánico a nivel Mundial.....	45
<i>Figura 6</i> Exportación de Banano ecuatoriano hacia la UE 2010-2016.....	46
<i>Figura 7</i> Exportaciones de Banano Orgánico hacia la UE 2017-2018.....	48

RESUMEN

El presente proyecto de investigación describe un análisis de las exportaciones de banano orgánico ecuatoriano a nivel mundial en el período 2014-2018, con énfasis en la Unión Europea. Se realiza un enfoque en la relación Ecuador-Unión Europea tomando en cuenta las propiedades y beneficios de la agricultura orgánica y su incidencia en el desarrollo económico para Ecuador. Además, se toma en cuenta la variabilidad en términos de exportaciones entre Ecuador y la Unión Europea debido a la entrada en vigor del Acuerdo Multipartes celebrado entre ambas naciones en el año 2017, considerando particularmente el caso del banano orgánico y la desgravación arancelaria aplicada a este producto. Así mismo se busca determinar las certificaciones orgánicas exigidas por el consumidor europeo considerando el aumento de nivel de conciencia sobre su alimentación reflejado en el crecimiento acelerado de la demanda de productos orgánicos. Para el presente análisis descriptivo se tomaron bases de datos estadísticos de fuentes internacionales y nacionales como: ProEcuador, Banco Central del Ecuador, IFOAM, Eurostat, FibL, FairTrade, International Trade Centre. Además se desarrolló en base a teorías de soporte sobre el comercio internacional y teorías sociales sobre el comportamiento del consumidor.

PALABRAS CLAVES:

- **BANANO ORGÁNICO**
- **ACUERDO MULTIPARTES**
- **EXPORTACION**
- **UNIÓN EUROPEA**

ABSTRACT

This research project describes an analysis of Ecuadorian organic banana exports worldwide in the 2014-2018 period, specifically to the European Union. A focus is made on the Ecuador-European Union relationship considering the properties and benefits of organic agriculture and its impact on economic development for Ecuador. In addition, variability in terms of exports between Ecuador and the European Union is also being considerate due to the entry into force of the Multipart Agreement between Ecuador and the EU in 2017, specifically the case of organic bananas and the tariff reduction applied to this product. It also seeks to determine the organic certifications required by the European consumer taking a determination that their demands on quality and strict phytosanitary measures based on the increase of level of awareness in assertive consumption about their diet reflected in the rapid growth and high level of demand of organic products. For this descriptive analysis, statistical databases will be taken from international and national sources such as: ProEcuador, Central Bank of Ecuador, IFOAM, Eurostat, FibL, FairTrade, International Trade Center, among others. Also it is based on support theories about international trade and social theories about consumer behavior.

KEY WORDS:

- **ORGANIC BANANA**
- **TRADE AGREEMENT**
- **EUROPEAN UNION**
- **EXPORTS**

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

El presente capítulo contiene una introducción al problema de Investigación relacionado al escenario que enfrenta actualmente las exportaciones de banano orgánico ecuatoriano a nivel mundial. Se presentan tanto objetivo general como específicos, así como la justificación de la importancia en el ámbito social y académico del desarrollo del presente trabajo. Además, se presenta el diseño metodológico y las proposiciones iniciales bajo las cuáles se elaboró el trabajo. Por otra parte, se presenta un breve resumen y descripción de la estructuración de capítulos del trabajo.

1.1 Planteamiento del Problema de Investigación

El cambio en las tendencias de consumo de alimentos de los europeos ha sido evidente durante los últimos años, esto debido principalmente al gran impacto que ha tenido el crecimiento acelerado de enfermedades debido a la mala alimentación (Observatorio Helthia Certification, 2018).

Los consumidores se han vuelto mucho más exigentes requiriendo productos que se ajusten a sus necesidades y cambios de estilos de vida, por lo que lo piensan muy bien antes de

seleccionar el alimento que van a adquirir, basando su decisión en la caracterización detallada del producto y los sellos y certificaciones del mismo, siempre y cuando estos garanticen la calidad de producción y el tipo de ingredientes utilizados en su elaboración (Organic Food Iberia, 2019).

Las principales demandas del nuevo consumo del mercado europeo, son productos seguros y saludables y se ha aumentado la presión social dirigida hacia la petición de más garantías e información sobre el producto que se va a consumir, los sellos de calidad ya no son un “plus”, sino un requerimiento básico a la hora de elegir un producto (Revista Gestión Digital, 2018).

Ecuador firmó el 11 de noviembre del 2016 en Bruselas el acuerdo comercial multipartes con el bloque europeo, que incluye también a Colombia y Perú desde el 2013. Esta adhesión fue necesaria debido a que la Unión Europea se consolida como el principal mercado para las exportaciones no petroleras ecuatorianas.

Uno de los principales productos que se beneficia con la desgravación arancelaria por medio del acuerdo multipartes es el banano, cada tonelada métrica de esta fruta quedó sujeta al pago de un arancel específico de 97 EUR en el primer año de vigencia del acuerdo, esto se reducirá hasta el año 2020 a 75 EUR por Tonelada Métrica, entonces se competirá en iguales condiciones arancelarias frente a los principales competidores directos del Ecuador (Ministerio de Comercio Exterior Ecuador, 2017).

Por todo lo expuesto surgen las siguientes inquietudes: ¿Cuáles son los principales destinos de exportación de banano orgánico ecuatoriano a nivel mundial?, ¿Cuáles son los principales

requerimientos y exigencias del consumidor europeo? ¿Cuáles son los requerimientos técnicos para la importación de productos orgánicos en la Unión Europea?¿Cuál ha sido el impacto en las exportaciones de banano orgánico ecuatoriano hacia la Unión Europea después de haber entrado en vigor el acuerdo multipartes?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Analizar las exportaciones de banano orgánico ecuatoriano, hacia el continente europeo, en el período 2010-2018, considerando las tendencias de consumo alimenticio y la entrada en vigor del acuerdo multipartes.

1.2.2 Objetivos específicos

- Determinar la oferta exportable de banano orgánico ecuatoriano a nivel mundial con énfasis en la Unión Europea en el período 2010-2018 .
- Describir el mercado europeo, requisitos, restricciones e impacto del acuerdo comercial del Ecuador con la Unión Europea sobre la exportación de banano orgánico.

1.3 Propositiones

La exportación de banano orgánico ecuatoriano hacia la Unión Europea con el acuerdo multipartes representa mayores beneficios para el Ecuador.

El mercado europeo es exigente en cuanto al cumplimiento de certificaciones de calidad, orgánicas, y de comercio justo para el consumo de alimentos.

1.4 Diseño Metodológico

1.4.1 Enfoque de investigación: Cualitativo

El presente estudio ha sido generado mediante la construcción de un marco teórico el cual busca analizar la exportación de banano orgánico hacia la Unión Europea en el período 2010-2018 mediante la obtención de cifras estadísticas obtenidas de fuentes como: Banco Central del Ecuador, Proecuador, Ministerio de Comercio Exterior, Fibl, Eropaeu, IFOAM.

Además, se busca realizar una comparación conceptual basada en teorías relacionadas al comercio internacional como al comportamiento del consumidor por lo que se aplica el enfoque cualitativo.

1.4.2 Tipología de investigación

Según la aplicación, la presente investigación es de finalidad aplicada ya que el proyecto de investigación está basado en información que ha sido obtenida de teorías y estudios previamente realizados que proporcionan la información necesaria para el análisis del tema en estudio.

De acuerdo a las fuentes de información es Documental ya que la presente investigación será basada en fuentes documentales, es decir en información obtenida por base de datos y estadísticas de estudios que hayan sido previamente realizados.

Por el alcance, Descriptivo debido a que la presente investigación busca analizar y generar conclusiones a partir del análisis de los datos obtenidos en la investigación

Los instrumentos de recolección de información que se utilizarán serán: Base de datos e Informes de Exportaciones y Balanza Comercial. Además En la presente investigación los datos serán recolectados por medio de páginas web e información y estadísticas proporcionadas por entidades como el Banco central del Ecuador, IFOAM, ProEcuador, Eurostat.

1.4.3 Determinación de Variables

Definición de variables y categorías que las contienen, las mismas que se obtienen de la base teórica.

Variable dependiente: Exportación de Banano Orgánico hacia el mundo

Variables independientes: Incidencia en la economía ecuatoriana.

A continuación se presenta un detalle de la categorización y definición de variables:

Tabla 1

Definición de Variables

VARIABLE – CONCEPTO	DIMENSIÓN	INDICADOR
Exportación de banano orgánico: es el envío de mercancías del país propio para el consumo definitivo.	Nivel de exportaciones	Volumen de exportaciones
	Demanda internacional	Mercado consumidor
	Nivel de ventas	volumen de ventas
	Facilidades	tipos de preferencias
	Requisitos Técnicos	Barreras no arancelarias
	Normas de Calidad y certificaciones	tipos de norma y certificados
Incidencia del acuerdo comercial Multipartes en la economía ecuatoriana	Volumen de exportaciones	Relaciones comerciales

1.5 Justificación

Los alimentos orgánicos están siendo cada vez más demandados por los consumidores a nivel mundial debido al nivel de conciencia que se ha venido generando acerca del consumo sano y responsable de alimentos, así como del cuidado y la preservación del medio ambiente, esto basado en las tendencias de consumo que se han venido estudiando y proyectando para años futuros (Cultura Orgánica, 2015).

Es en Europa en donde se registra el mayor número de consumidores de productos orgánicos y ecológicos, estos son obtenidos tanto de su producción nacional que también ha ido en aumento, así como de importaciones de alimentos que no pueden abastecer a un mercado tan numeroso por lo que se vuelve imprescindible la opción de proveedores internacionales.

Sin duda alguna el banano ecuatoriano se ha ganado el reconocimiento mundial debido a su calidad y a su sabor inigualable, características que le han dado competitividad en el mercado mundial; la Unión Europea para el año 2018 se consolidó como el principal importador de este producto ecuatoriano, esto en cuanto al banano convencional, sin embargo, existe el banano orgánico que es la misma fruta pero bajo tratamientos distintos en el cultivo.

Es así que para catalogar un banano como orgánico este debe ser cultivado sin el uso de fertilizantes químicos o sustancias que vulneren la fertilidad del suelo o de la salud del ser humano. El consumo de banano orgánico ha aumentado tanto a nivel mundial como a nivel de la Unión Europea, sin embargo, el principal proveedor actualmente es República Dominicana, uno de los competidores más fuertes para Ecuador en este sector (Clúster banano, 2018).

En el año 2017 entró en vigor el Acuerdo Multipartes celebrado entre Ecuador y La Unión Europea, con el cual se acordó establecer preferencias arancelarias bilaterales de manera que sea un apoyo en la dinamización de ambas economías tomando en cuenta la situación de Ecuador como un país en desarrollo.

Mediante este acuerdo Ecuador obtuvo bajo condicionamiento un cronograma de desgravación arancelaria para el banano que empezaría con un arancel específico de 104 EUR/ TM

sujeto hasta finales del año 2019, a partir del 2020 se competiría en iguales condiciones que otros países competidores directos para el Ecuador con un arancel específico de 75 EUR/TM.

Es por todo lo expuesto que por medio de la presente investigación se busca analizar las variaciones de las exportaciones del banano orgánico hacia el principal importador de productos no tradicionales ecuatorianos tomando en cuenta la demanda del mercado europeo, la oferta exportable del Ecuador y además la firma del acuerdo multipartes y la desgravación arancelaria que otorga la UE al Ecuador considerando un escenario previo y posterior del sector del banano orgánico ecuatoriano.

Además gracias al desarrollo del proyecto de investigación, la utilidad y relevancia social radica en que se podrá beneficiar a los pequeños productores por medio de la recopilación de información del mercado europeo, certificaciones orgánicas, principales competidores internacionales en el sector bananero, situación de la oferta exportable por medio del análisis de estadísticas, entre otros aspectos que servirán como guía para conocer la situación actual del mercado y además como motivación para el cultivo y exportación de banano orgánico dada su demanda potencial en el mercado europeo.

Así mismo el presente trabajo de investigación brinda valor teórico gracias al análisis particular que se realiza en torno al Acuerdo Multipartes y a la desgravación arancelaria del banano, esto debido a que se toma en cuenta dos distintos escenarios, uno es el de exportaciones antes de la entrada en vigor del acuerdo y el otro es posterior a este suceso, por la tanto se puede determinar la incidencia en la economía ecuatoriana y los aspectos favorables o desfavorables del Acuerdo.

Del mismo modo, en el ámbito académico la presente investigación servirá para futuros trabajos que se encuentren relacionados al Acuerdo Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea y además como un aporte valioso que generará una conciencia social de consumo sano en los investigadores

Con la finalidad de facilitar el entendimiento y simplificar el contenido de la presente investigación se presenta a continuación un breve resumen esquematizado del contenido de cada uno de los capítulos desarrollados y su nexos con los objetivos planteados de manera que se puede determinar su cumplimiento una vez finalizado el estudio.

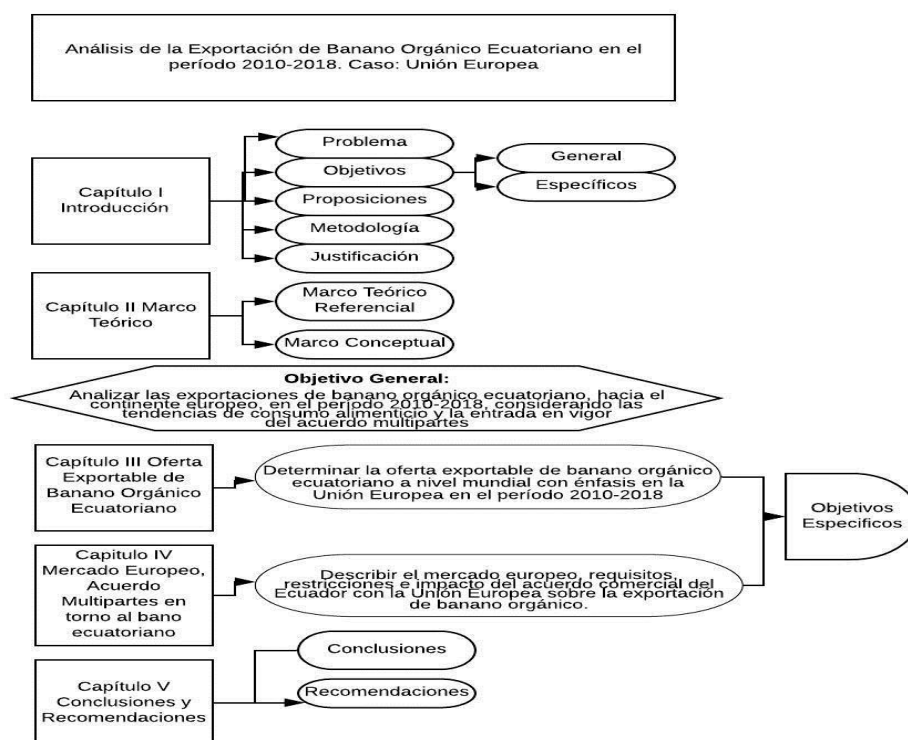


Figura 1 Resumen Estructura de Capítulo

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

Existen varias actividades que inciden en el crecimiento económico de un país, una de las más influyentes es el comercio exterior, en este capítulo se realiza un breve análisis de las teorías relacionadas al comercio exterior y al consumidor tales como la teoría semiótica, la teoría clásica y neoclásica. Así mismo se definen factores de la oferta y demanda ya que por medio de su abordaje será posible analizar la influencia del acuerdo comercial sobre las exportaciones de banano orgánico ecuatoriano

Según Roberto Sampieri (2014), existen dos tipos de Mapeo del Marco Teórico para facilitar la recopilación y elección de la literatura precisa para el desarrollo de trabajo; uno de estos es el Índice de Construcción del Marco Teórico, el cual se detalla a continuación:

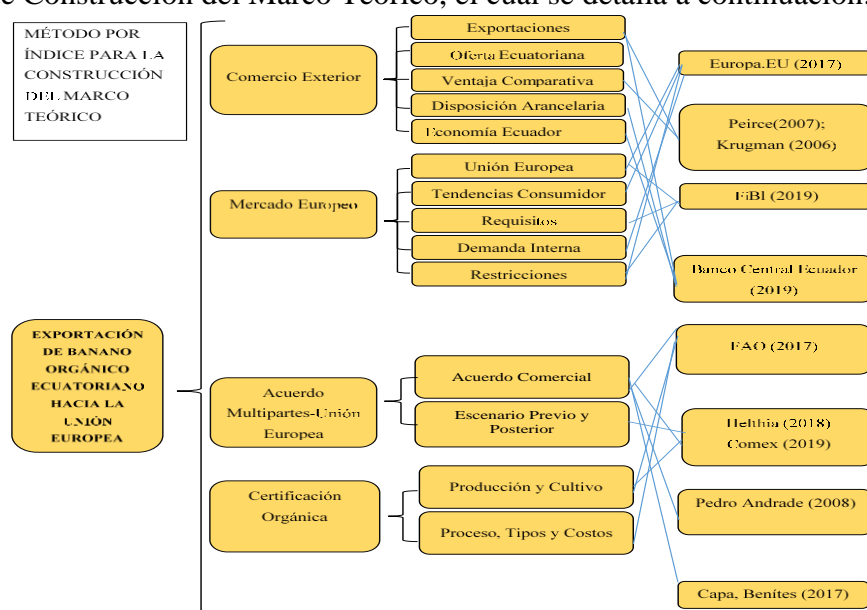


Figura 2 Índice de Construcción del Marco Teórico

2.1 Marco Teórico-Referencial

2.1.1 Teoría Semiótica

El filósofo y físico norteamericano Charles Sanders Peirce, trabajando independientemente desarrolló una teoría de los signos a la que denominó Semiótica. Su formación e interés en disciplinas como la lógica, la filosofía, las matemáticas y la psicología lo llevaron a desarrollar la lógica simbólica, teoría que permite darle la relevancia necesaria al estudio de las tendencias de consumo (Acosta & Velasquez, 2019).

Las tendencias sociales y de consumo constituyen uno de los ejes principales de esta investigación debido a que según Daniel Galante (2010), las personas están en constante modificación de sus aspectos de vida y por tanto de consumo, actualmente la tendencia de consumo verde está en auge a nivel mundial; en 1865 Peirce caracterizaba la semiótica como la teoría general de las representaciones, hablando de signo o representación de manera indistinta (Peirce, 2007).

Fue ya, en su fase tardía cuando Peirce restringió la palabra representación a la operación del signo o su relación con el objeto para el intérprete de la representación. A fin de delimitar los conceptos de representación y signo. El signo, pues, viene definido por (Peirce, 2007), como algo que, para alguien, representa algo en algún aspecto o carácter.

Los vértices, relacionados entre sí, que envuelven las tendencias sociales y de consumo, están representados por los siguientes componentes: Posmodernismo, Cultura de Consumo y La Marca como Signo Cultural. Por tanto, resulta de vital importancia para conocer nuestra época

contemporánea, y establecer el marco social donde aparecen y se desarrollan las tendencias sociales y de consumo actuales (Peirce, 2007).

Según María López Vilar (2015), hoy en día en diferentes se utiliza el término “tendencias” en diferentes profesiones y en diferentes contextos: estadística, economía, historia y en todas ellas el concepto de cambio siempre está presente; la palabra tendencia viene definida por la RAE como propensión o inclinación en los hombres y en las cosas hacia determinados fines; fuerza por la cual un cuerpo se inclina hacia otro o hacia alguna cosa; idea religiosa, económica, política, artística, que se orienta en determinada dirección. (Foro de Comunicación Universidad de Jaume, 2017).

El especialista en investigación de tendencias sociales Henrik Vejgaard (2008) señala que: “Para un sociólogo de las tendencias ésta no es algo que ya pasó, sino una predicción de algo que pasará en cierto momento, y en término más específicos, algo que será aceptado por la persona promedio” Añade Vejgaard (Vejgaard, 2008) que, antes de que tenga lugar una tendencia dentro del ámbito social y de consumo que a nosotros nos compete, y este llame la atención del mundo tiene lugar antes un proceso, es decir, existe previamente un proceso social, por lo que no se trata de una aparición repentina.

Para Daniel Córdoba-Mendiola, socio fundador y director de The Hunter, las tendencias marcan una dirección y una intención, y como tal son usadas por los medios de comunicación y los sectores profesionales para explicar pautas de comportamiento de los consumidores. Es

necesario analizarlas por separado y comprender que algunas son fuentes de la predicción y otras de la suma de expresiones ya realizadas (Foro de Comunicación Universidad de Jaume, 2017).

La existencia del ser humano consiste en percibir y procesar información que proviene de los signos, es por esto que el ser humano se cataloga como un ser semiótico y simbólico que todo el tiempo está convirtiendo todo en signos con el fin de representar la realidad (Peirce, 2007).

El principal objetivo de la Semiótica es entender la realidad, si bien es cierto todo lo que nos rodea, lo que pensamos y percibimos son signos, que viene a ser uno de los tres elementos de la Triada de Peierce los otros dos son el objeto e interpretante. (Peirce, 2007). Para Sauusure (Medina, 2015), el signo está comprendido por el significante y el significado que vienen a relacionarse con la comunicación y la acción.

Las tendencias de consumo determinadas a través de estudios de mercado desempeñan un rol importante en el desarrollo de la presente investigación debido a que según Organic Food Iberia¹ (2019), la tendencia actual de alimentación y consumo de productos orgánicos que presenten alto valor nutricional para el organismo es creciente en la Unión Europea, lo que ayudará a determinar parámetros como el comportamiento de consumo, la demanda y los requerimientos y exigencias del consumidor europeo.

1 Organic Food Iberia es una feria profesional europea dedicada a promover las industrias alimentaria y vinícola, ecológicas a nivel internacional.

2.1.2 Teoría Clásica

A través de la obra publicada por Adam Smith y David Ricardo (1776) se establece que depende de cuán productivo sea el trabajo de una nación para determinar su riqueza, pues a partir de esta logra incrementar la competitividad de producir bienes similares a los que se generan en otros países (Yépez, 2012).

Según Rita Mesías (2019), en la teoría de Smith se sostiene que el comercio internacional tiene ventajas y beneficios tanto para las naciones que exportan como para aquellas que importan ya que el intercambio es realizado entre bienes cuyos costos de producción son menores y aquel país que lo obtiene destina menor recurso en comparación a si lo hubiera producido.

David Ricardo (1817) añade que la productividad del trabajo juega un papel importante. De acuerdo con su propuesta, la apertura comercial es beneficiosa cuando los países comercializan aquellos productos en los que incurren en menores costos relativos de producción, de esta forma, los países se especializarán en la producción de aquellos bienes en los que tengan mayor ventaja comparativa, es decir, en aquellos productos en los que tenga un requerimiento de trabajo por unidad relativamente menor (Mesías, 2019).

La teoría clásica sostiene que el comercio exterior beneficia a las naciones que deciden abrir su mercado, para intercambiar aquellos productos en los que, comparativamente, son más eficientes, así como para ampliar sus economías de escala, con lo cual, el resultado del intercambio comercial les permita obtener un resultado positivo en su balanza comercial, generando el ingreso de divisas que pueden ser distribuidas, por medio de la regulación del Estado, entre toda la población (Mesías, 2019).

2.1.3 Teoría de Heckscher y Ohlin

La teoría desarrollada por Heckscher y Ohlin, formalizada posteriormente por Samuelson, trata de explicar por qué los países individualmente consideran que tienen ventajas comparativas para exportar determinados bienes. En su teorema central señala que los países tienen ventajas comparativas en aquellos bienes que para su producción requieren más de 105 factores relativamente abundantes en el país (Ramales, 2013).

A finales del Siglo XVIII y principios del XIX, Adam Smith, primero, y David Ricardo, después, investigaron las causas del comercio internacional tratando de demostrar los beneficios del libre comercio. Según Smith (1776), cada país dependiendo de los bienes bajo los cuales mantenía una ventaja absoluta, podría especializarse en su producción y por el contrario en aquellos en los que se presentase una desventaja se tendría que importar bajo libre comercio dichos bienes, esto vendría a incidir en un aumento de la producción a nivel mundial (Ramales, 2013).

El planteamiento de esta teoría hace referencia a que la especialización en la producción de los países se da en base a aquellos bienes que requieren en gran cantidad el factor abundante del que dispone, esto incide en el costo que se reduce considerablemente por lo que el precio de oferta al mercado internacional es menor y por ende más competitivo (Zúñiga, 2012).

Por el contrario la teoría de Heckscher-Ohlin se diferencia de la teoría clásica debido a que se añade el factor capital mientras que en la clásica tan solo se toma en cuenta el trabajo:

En el modelo de Heckscher-Ohlin, se mantiene el concepto de ventaja comparativa, sin embargo, el patrón de comercio se explica por diferencias en la dotación de factores que posee cada país, ya que se asume que la productividad de los factores es igual entre países. Por lo tanto, en un modelo de dos factores de producción, trabajo y

capital, y dos productos, uno intensivo en capital y otro en trabajo, ambos en competencia perfecta, donde existe libre movilidad de factores de producción al interior de los países, pero no entre países, además de no existir costes de ajuste a la movilidad de factores entre industrias, el país con mayor dotación relativa de capital se especializará en el bien que sea más intensivo en ese factor (Yépez, 2012).

Los países que poseen mayor cantidad de recursos naturales deben especializarse en la comercialización de productos primarios, en tanto que aquellos países que poseen mayor concentración de capital, deben producir bienes intensivos en dicho factor. Si bien es cierto Ecuador es un país agrícola, es decir es un país productor competitivo frente al mercado internacional debido a que presenta una ventaja comparativa para exportar en este caso banano orgánico, es por esto que el presente trabajo de investigación se apoya en la teoría Hecksher-Ohlín (Mesías, 2019).

2.1.3.1 Teorema Económico de Wolfgang Stolper y Paul Samuelson

El teorema desarrollado por Wolfgang Stolper y Paul Samuelson explica de manera general los efectos del comercio internacional sobre la distribución del ingreso y tiene que ver con un país con abundancia de trabajo que inicia el comercio. Esto lleva a un aumento en el precio del factor abundante, el trabajo, y a una disminución en el precio del factor escaso, el capital. La participación del capital en el ingreso nominal habrá caído, puesto que el precio del capital ha bajado y el capital empleado permanece igual en pleno empleo (Yépez, 2012).

El ingreso real, depende no sólo de los cambios en el ingreso, sino también de los cambios en los precios de los productos. (Mesías, 2019) Por tanto, los trabajadores que consumen sólo el bien importado más barato, intensivo en capital, están mejor, puesto que su ingreso nominal ha aumentado y el precio del bien intensivo en capital se ha reducido (Yépez, 2012).

Si el trabajo se hace más productivo, entonces los salarios aumentarán más que el precio del bien de exportación y el ingreso real aumentará. Si el trabajo se hace menos productivo, entonces los incrementos de salarios se quedarán atrás frente a los precios crecientes del bien de exportación (Rodríguez, 2000).

Es así que según Patricia Rodríguez (2000) con el comercio, en el país con abundancia de trabajo el precio del capital baja y los salarios aumentan y sus productores responderán utilizando relativamente más capital y menos trabajo en la producción; es decir, la razón capital/trabajo en la producción aumentará. Esto incrementará la productividad del trabajo en el margen originando un aumento indiscutible en el ingreso real del trabajo (Yépez, 2012).

Por consiguiente, la participación del ingreso real de los propietarios del factor abundante aumenta con el comercio. Si el precio del capital está bajando relativamente más que el precio de la importación intensiva en capital, porque un aumento en la razón capital/trabajo el producto marginal del capital se reduce, puesto que cada unidad de capital tiene menos trabajo con el cual trabajar (Krugman, 2006).

Por ello según Paul Krugman (2006) el ingreso real de los propietarios del factor escaso está disminuyendo con el comercio, entonces se puede decir que cuando el precio de un factor cambia relativamente más que el precio del bien intensivo en ese factor, se conoce como efecto de magnificación.

Un aspecto del análisis Heckscher-Ohlin relacionado con los efectos del comercio sobre la distribución del ingreso proveniente del comercio se explica mediante el teorema Stolper-Samuelson:

Con pleno empleo, antes y después del comercio, el aumento en el precio del factor abundante y la reducción en el precio del factor escaso debido al comercio implican que los propietarios del factor abundante aumentarán sus ingresos reales y los propietarios del factor escaso disminuirán sus ingresos reales (Mesías, 2019).

El modelo H-O muestra el impacto probable del comercio sobre los precios relativos de los factores. El comercio basado en la ventaja comparativa debe tender a aumentar la demanda del factor abundante y, por último, ejercer alguna presión hacia arriba sobre su precio, suponiendo que la presencia de recursos no empleados no absorba por completo la presión de los precios (Yépez, 2012).

Por tanto, para el país con abundancia de trabajo, el comercio puede ofrecer una forma de emplear el factor abundante plenamente o aumentar sus tasas de salario, y al mismo tiempo ganar las divisas escasas necesarias para importar los bienes de capital necesarios (Krugman, 2006).

2.1.4 Teoría Neoclásica del consumidor

La teoría neoclásica del consumidor se basa en: a) Las preferencias y b) La restricción presupuestaria

Considera que el individuo interactúa en el mercado para aumentar su bienestar, escogiendo alternativas de consumo teniendo en cuenta sus preferencias, que son externas a la teoría, es decir, se consideran como dadas. La utilidad es un concepto subjetivo que se refiere a una medida de la satisfacción que una persona obtiene al consumir un bien o servicio. Una premisa de la teoría neoclásica del consumidor es el concepto de utilidad marginal decreciente: a medida que aumenta el consumo de un bien, la utilidad otorgada por el consumo de cada bien adicional va disminuyendo. Partiendo

de las preferencias, se derivan las curvas de indiferencia. Mediante las curvas de indiferencia y la restricción presupuestaria, se puede arribar a la curva de demanda, que es de enorme utilidad para la teoría neoclásica de la economía. (Zonaeconomica.com, 2019).

La curva de demanda individual relaciona cantidades de bienes o servicios, con el monto máximo, en términos monetarios, que ese individuo está dispuesto a pagar por esa cantidad. La curva de demanda agregada, o del mercado, se puede obtener simplemente por la agregación de las curvas de demanda individuales. (Mesías, 2019).

La teoría del consumidor forma parte de la microeconomía y se encarga del estudio del comportamiento de los agentes económicos en su carácter de demandante de bienes y servicios. La teoría del productor, por contraste, los estudia en su carácter de oferentes de bienes y servicios. (Montilla, 2008).

Mediante la utilización de la curva de demanda, junto con la curva de oferta, se puede arribar a importantes conclusiones. La obtención de la curva de oferta corresponde a la teoría del productor, lo que aportará un valor importante al desarrollo de la oferta y demanda de banano orgánico hacia la Unión Europea. (Mesías, 2019).

Algunos planteamientos de teorías alternativas a la neoclásica son los siguientes:

El productor puede tener un papel activo en la generación de necesidades, ya sea mediante la publicidad u otros medios. Esta hipótesis se contrapone al supuesto de soberanía del consumidor contenido en la teoría neoclásica del consumidor, ya que las grandes empresas tendrían capacidad para influir en la demanda (Zona Económica, 2018).

Las preferencias de una sociedad no podrían deducirse correctamente a partir de los supuestos neoclásicos, principalmente racionalidad individual, soberanía del consumidor y comportamiento maximizador de utilidad; porque a nivel social, existen otros comportamientos que van en contra de esos supuestos. En este punto cabe recordar que, quienes defienden a las teorías neoclásicas no pretender que los supuestos recién mencionados sean considerados reales, sino que indican que su teoría tiene un gran poder explicativo. (Zona Económica, 2018).

Milton Friedman (Friedman, 1953), señaló que los supuestos son sólo útiles como instrumentos para formular conclusiones que puedan ser validadas empíricamente. Las teorías no se deben juzgar por sus supuestos, sino por la validación empírica.

Bajo el enfoque mercantilista de Krugman, todos los países buscaban mantener una balanza comercial positiva. Además (Appleyard, 2006), menciona que los gobiernos, siguiendo la doctrina del mercantilismo, controlaban el uso y el intercambio de metales preciosos, regulaban la actividad económica dentro del país y controlaban el comercio internacional mediante políticas proteccionistas específicas que les permitieran incrementar la probabilidad de poseer una balanza comercial positiva.

“El término proteccionismo normalmente se refiere a todas las medidas que hacen que el precio interno cobrado por el productor nacional de un bien importable sea superior al precio externo” (Cavazos, 1977). El proteccionismo tiene sus orígenes en el mercantilismo, mediante esta política comercial se busca limitar el libre comercio mediante la utilización de una serie de instrumentos como: aranceles, restricciones de importación (Mesías, 2019).

2.1.4 Teoría de ventajas comparativas y competitivas

2.1.4.1 Ventaja Comparativa

Según Paul Krugman (2006), David Ricardo estableció la teoría de la ventaja comparativa ya que dentro del comercio internacional dos regiones distintas se especializarán en aquellos productos en los cuales tienen una ventaja comparativa mejor y el comercio será mutuamente beneficioso para las dos, aunque una región sea más productiva que la otra en términos absolutos.

El concepto de costo de oportunidad, según Krugman y Obstfeld (2006) dentro de la explicación sobre los posibles resultados de la especialización puede entenderse que cuando existe el comercio internacional entre dos países será más ventajoso para ambos si ambos países se especializan en la producción donde tengan menores costos de producción.

El argumento lógico, explicado y demostrado por Ricardo ha sido objeto de discusiones acerca de sus supuestos y respecto a las consecuencias de sus conclusiones. Algunos autores definen el principio de ventaja comparativa como: Un producto tiende a ser producido en donde la

razón o proporción de sus ventajas es mayor, o la razón de sus desventajas es menor comparado con otros productos. El principio establece que los cultivos y el ganado, según sus diferentes requerimientos, deben desarrollarse en aquellas áreas, regiones o fincas en donde los recursos físicos, naturales, económicos, sociales y culturales, favorezcan mejor la producción o reproducción según sea el caso. (Ristori Cueto, León AyaIa, García Sampedro, & Yasusi, 2014).

Las principales críticas a la proposición ricardiana son: a) El trabajo no es el único factor de producción, sino también el capital y los recursos naturales; b) Las rigideces y las inmovilidades en la producción, aparecen cuando los insumos son heterogéneos; los costos de ajuste pueden ser muy altos o prohibitivos dejar de producir tela para producir vino o viceversa; c) La especialización no ocurre si no se pueden cambiar de manera fácil los patrones de producción. (Mesías, 2019).

Debido a que la teoría de ventajas comparativas resulta ser incompleta al no considerar que las naciones producen varios bienes y no solo uno (Ramales, 2013), y, además, al no explicar las diferencias en los niveles de productividad que se evidencia en los países, tuvo que ser abordada por Heckscher y Ohlin, mediante su teoría de la dotación del factor, que fue revisada en el acápite anterior. (Mesías, 2019).

2.1.4.2 Ventajas Comparativas Reveladas

El índice de Ventajas Comparativas Reveladas (VCR) nos permite analizar las ventajas y desventajas comparativas de un país con el resto del mundo o de un grupo de países con respecto a sus exportaciones (Álvarez, 2018). El índice de VCR muestra las ventajas comparativas del país

en un producto, en su costo de producir dicho producto en comparación al costo de producirlo en el exterior.

El índice VCR “compara las exportaciones de un producto desde un país, normalizadas con respecto al valor de sus exportaciones totales, con la participación de ese producto dentro del comercio mundial”, con lo que permitirá medir el desempeño de las exportaciones de un país con el desempeño de exportaciones extranjeras de diferentes montos por lo cual se puede utilizar la teoría en el presente proyecto de investigación dada la fuerte competencia de exportadores de banano orgánico a nivel mundial.

2.1.5 Ventaja Competitiva

La ventaja competitiva no solo está relacionada con “la productividad de una industria extranjera sino con la tasa salarial nacional frente a la tasa salarial de la nación extranjera” (Krugman, 2006). Las empresas logran ventaja frente a los mejores competidores del mundo a causa de las presiones y los retos. Se benefician de tener fuertes rivales nacionales, proveedores dinámicos radicados en el país y clientes nacionales exigentes (Porter, 1991).

Por lo tanto, los gobiernos deben enfocarse, ya no en manejar el tipo de cambio, ni tampoco en los salarios, pues la competitividad no es el resultado de mano de obra abundante y barata, o de un acertado manejo macroeconómico, o de la imposición de medidas proteccionistas. El concepto de competitividad a nivel de nación, debe ser abordado a partir del concepto de productividad, definido como “el valor de la producción por unidad de mano de obra o de capital” (Porter 1991).

2.1.6 Condiciones de la oferta y la demanda

La demanda, entendida como “la cantidad de un bien que los consumidores desean y pueden comprar” (Monchón, 2001), esta debe existir para poder vender productos a un mercado internacional, es decir para que exista comercio internacional. Algunas variables influyen en la demanda, como: i) el precio del bien que se va a adquirir; ii) el precio de los demás bienes; iii) los ingresos del consumidor; iv) los factores sociológicos; v) los gustos y preferencias del consumidor; y, v) las expectativas, como los precios y rentas futuras esperadas (Mesías, 2019).

Según Rita Mesías (2019), uno de los factores determinantes de la demanda es el precio de los bienes, que depende, en gran medida, de la productividad, pues mientras más productivo es un país, menor es el precio al que se puede ofertar un producto y, por consiguiente, ser más competitivo frente a los demás oferentes.

La oferta refleja la intención que tienen los productores de vender los bienes elaborados, a un determinado precio. Al igual que la demanda, la oferta depende de factores como: i) el precio del propio bien, ii) el precio de otros bienes, iii) el precio de los factores de producción, iv) la tecnología, y, v) el número de empresas (Monchón, 2001).

Tal como lo sostiene Krugman (2006), el comercio exterior beneficia a las naciones que deciden abrir su mercado, para intercambiar aquellos productos en los que, competitivamente, son más eficientes, pues el resultado del intercambio comercial es la generación de ingreso de divisas que pueden ser empleadas en la innovación tecnológica, la acumulación de capital físico y humano, determinantes claves del crecimiento económico y por consiguiente, de la mejora en las condiciones de vida de la población, por medio de políticas públicas apropiadas (Mesías, 2019).

2.2 Marco Referencial

La Unión Europea, consta de 28 países miembros y se considera una potencia comercial de primer orden al ser un mercado único. La economía de este bloque, medida en términos de producción de bienes y servicios (PIB), está por delante de la de Estados Unidos (en 2015 14600 millones).

El bloque económico de la Unión Europea constituye maso menos un 6.9% del total de la población a nivel mundial sin embargo es necesario señalar su importancia comercial con los países a nivel internacional ya que representa alrededor de un 20% tanto de importaciones como de exportaciones en el comercio internacional (Comisión Europea, 2018).

Este bloque, tercer grupo humano del planeta, es el primer importador mundial y segundo exportador de productos alimenticios. Es un actor global en materia de seguridad alimentaria, cuyas decisiones afectan sustancialmente al comercio mundial de alimentos y, por tanto, a las políticas alimentarias del resto de los Estados, especialmente, de aquellos que necesitan del comercio para asegurar una oferta suficiente de alimentos para su población (Guinea, 2013).

Las tendencias de consumo de alimentos se han generalizado en la actualidad, se ha evidenciado una priorización del consumo de alimentos orgánicos, saludables que beneficien al organismo como tal.

En los próximos años, el consumo de comida deberá adaptarse a los nuevos estilos de vida urbanos, jóvenes y activos, donde el tiempo y la comodidad es más que nunca relevante. El conocimiento cada vez mayor del propio estado de salud lleva a los consumidores a ser cada vez

más proactivos en el cuidado de su salud individual y apostar por una dieta personalizada, con productos saludables y adaptados necesidades concretas (Picaza, 2016).

Además Se observa también una apuesta cada vez mayor por un consumo más responsable y la demanda de productos y servicios que sean sostenibles medioambientalmente y no conlleven maltrato social o animal en ninguno de los eslabones de la cadena alimentaria (Picaza, 2016).

El Observatorio de Healthia Certification apunta a un crecimiento de los alimentos saludables y sostenibles, en cuanto a las tendencias a nivel mundial que impactarán en la alimentación durante el 2018. En este sentido, los datos indican que dado que la mitad de los europeos sigue algún tipo de dieta, una parte cada vez más importante de los consumidores comienza a demandar ingredientes, productos y combinaciones de alimentos que brinden beneficios físicos o emocionales (Observatorio Helthia Certification, 2018).

Según el Informe de Foreign Agricultural Service (2018), el 1 de enero de 2017, Ecuador entró en el Acuerdo Comercial Multilateral de países andinos con la Unión Europea. Actualmente, Ecuador mantiene un superávit de \$2.6 mil millones en exportaciones agrícolas. Sin embargo, la ventaja comparativa por parte de la Unión Europea es evidente: las importaciones de la UE crecieron el 22% en 2017 hasta los \$147 millones.

Según cifras del Ministerio de Comercio Exterior (2018), en cifras porcentuales alrededor de un 90% de todas las exportaciones están concentradas principalmente en 8 grandes países, estos se enlistan a continuación: Italia, España, Países Bajos, Alemania, Francia, Reino Unido, Bélgica, Grecia. El otro 10% de las exportaciones se encuentra dirigido hacia mercados potenciales de la oferta de exportaciones locales (Legiscomex.com, 2018).

Las principales provincias productoras de banano orgánico certificado son Los Ríos, Guayas, y El Oro. Existe una liberación y un acceso libre de aranceles del 97% para el sector agrícola gracias a la firma y entrada en vigor del Acuerdo Multipartes con la Unión Europea, esto exceptuando al banano ya que esta fruta cuenta con un calendario de desgravación arancelaria vigente hasta el año 2020.

Según el Ministerio de Comercio Exterior (2017), al entrar en vigencia el Acuerdo Multipartes en el año 2017, la diferencia del arancel del banano de Ecuador en comparación con Colombia, Perú y Costa Rica será de 1 Euro / TM hasta el año 2019. A partir del año 2020, Ecuador competirá en igualdad de condiciones con países como Colombia, Perú y Costa Rica

2.3 Marco Conceptual

Banano: El banano o también conocido como plátano en algunos lugares, se constituye como un fruto cuyo color es amarillo, su forma es larga y de fácil acceso en los mercados, el sabor de esta fruta es dulce y dependiendo de la variedad de banano se puede determinar el nivel de dulzor y calidad de la fruta (Frutas-Hortalizas, 2018).

Banano Orgánico: Según el Portal Clúster Banano (2017), el banano orgánico también es conocido como una fruta ecológica o de otra manera biológica, esto debido a su producción que es realizada bajo estricto cumplimiento de normas y avalada por certificaciones válidas. El cultivo de estos sistemas agrícolas permite que se recupere la fertilidad del suelo lo que garantiza la salud de los cultivos y el no uso de químicos y plaguicidas (Clúster banano, 2018).

Exportación: Desde un punto de vista comercial se entiende por tal la salida de una mercancía de un territorio aduanero, ya sea en forma temporal o definitiva (Jerez, 2011).

Importación: Introducción legal de mercancía para su uso o consumo en un territorio aduanero (Jerez, 2011)

Acuerdo Comercial: es un convenio o acuerdo entre dos partes es decir bilateral ya sea entre empresas o estados cuyo objetivo principal es lograr cubrir o satisfacer las necesidades de cada parte bajo un marco de negociación e intercambio comercial. (Benlloch, 2018).

Nomenclatura Arancelaria: Es un sistema estructurado que sigue un orden derivado en capítulos, en partidas arancelarias y subpartidas las cuáles se relacionan o asocian con un código único lo que viene a permitir determinar y clasificar los bienes objetos de comercio exterior y que están sujetos al pago de gravámenes así como permite generar estadísticas necesarias como un instrumento para el control de las importaciones y exportaciones y de gran ayuda además para las negociaciones internacionales. (Aduana Bogotá Colombia, 2018).

Arancel Aduanero: El arancel se constituye como un monto o tarifa bajo la cual están sujetos los bienes de importación como de exportación, así como los impuestos y disposiciones e índices (Aduana Bogotá Colombia, 2018).

Unión Europea: Tuvo su origen con la entrada en vigencia del tratado en la Unión Europea el 1 de noviembre de 1993. Está compuesta por los siguientes 28 Estados europeos: Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Croacia, Rep. Checa, Dinamarca, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, Rumania, Eslovaquia, Eslovenia, Suecia (Mincetur, 2014).

Para concluir el capítulo, mediante el desarrollo y análisis de las diferentes teorías se puede entender la importancia del comercio internacional ya que la apertura comercial puede beneficiar en gran medida a las naciones que deciden hacer parte de ella abriendo sus mercados y dándose la oportunidad de competir con bienes en los que poseen ventajas competitivas, ya que el resultado de un intercambio comercial puede desencadenar la generación de divisas que permita dinamizar la economía de ambos países obteniendo además recursos que pueden usarse en innovación tecnológica o en aspectos fundamentales para el crecimiento económico y por ende mejorar la calidad de vida de la población de ambas naciones.

CAPITULO III

OFERTA EXPORTABLE DE BANANO ORGÁNICO ECUATORIANO A NIVEL MUNDIAL EN EL PERÍODO 2010-2018

En este capítulo se profundiza el análisis del comportamiento y evolución de las exportaciones de banano orgánico ecuatoriano en el período 2010-2018 a nivel mundial con especial énfasis en la Unión Europea, además se determinan las principales características del banano ecuatoriano, nivel de producción, principales exportadores y competidores de banano a nivel mundial y su crecimiento en el mercado internacional.

3.1 Producción Orgánica a nivel Mundial

Según el Instituto de Investigación de Agricultura Orgánica y la Federación Internacional de Movimientos Orgánicos (2019), existió un crecimiento del 15% de las tierras agrícolas ecológicas en la mayoría de los 181 países analizados, además existió un incremento en las ventas de productos orgánicos ofertados por minoristas. En el año 2017 existieron alrededor de 69.8 millones de hectáreas de producción ecológica a nivel mundial (Frank E. Montenegro-Juárez, 2014).

Las regiones con mayor área de tierras orgánicas son: Oceanía con 35.9 millones de hectáreas y Europa con 14.6 millones de hectáreas. América Latina contaba con 8 millones de hectáreas, seguido de Asia con 6.1 millones de hectáreas. Ecuador registró 41793 hectáreas de tierra orgánica. El potencial de rendimiento de estas regiones está lejos de agotarse ya que aún

existe muy poco conocimiento sobre los conceptos de agricultura orgánica (The World of Organic Agriculture, 2019).

En el año 2017 el mercado de productos ecológicos alcanzó aproximadamente los noventa y siete mil millones de dólares. Estados Unidos se consolidó como el principal mercado consumidor con 40000 millones de euros, seguido de Alemania con 10000 millones, así mismo Francia como 7900 millones de euros y China con 7600 millones de euros, conjuntamente muchos otros mercados importantes continuaron mostrando tasas de crecimiento de dos dígitos (The World of Organic Agriculture, 2019).

A continuación, se presenta una Figura obtenida del Instituto de Investigación de Agricultura Orgánica en el que se detalla el crecimiento de la agricultura orgánica a nivel mundial en el período 1977-2017.

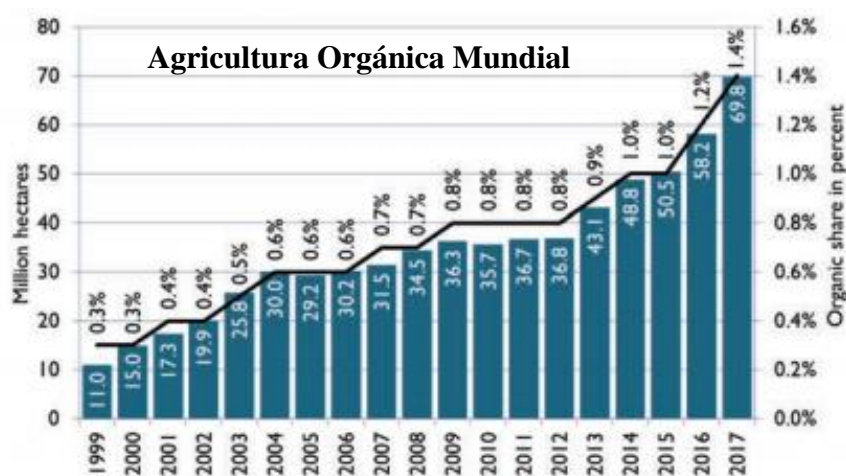


Figura 3 Crecimiento de la Agricultura Orgánica a nivel mundial

Fuente: (Research Institute of Organic Agriculture, 2019)

Según el Research Institute of Organic Agriculture (2019) En el año 2017 se estimó la existencia de 2.9 millones de productores orgánicos a nivel mundial, de los cuáles 460000 productores pertenecen a América Latina. Existe evidencia científica de que la producción orgánica y otros métodos agroecológicos brindan ventajas económicas para las familias de pequeños productores en países de bajos ingresos comparado con los métodos convencionales.

Del análisis anterior se establecen las siguientes proposiciones:

Si existe una alta demanda de productos que preserven el medio ambiente, que no contengan químicos o elementos que puedan afectar a la salud se incrementa la producción de tierras y cultivos orgánicos

Si se incrementa la producción de tierras y cultivos orgánicos se beneficia a los pequeños productores de bajos ingresos que se dedican a esta actividad económica.

3.2 Producción Nacional de Banano

El banano es la fruta tropical más cultivada y una de las cuatro más importantes en términos globales, sólo por detrás de los cítricos, la uva y la manzana. Es un alimento básico que contribuye a la alimentación de millones de personas a nivel mundial. La producción, cultivo, comercialización y exportación de banano constituye una de las principales fuentes de empleo en numerosos países en desarrollo. (Infoagro, 2017).

Un producto tiende a ser producido en donde la razón o proporción de sus ventajas es mayor, es así el caso del banano ecuatoriano que actualmente ha alcanzado un posicionamiento a nivel mundial debido a su sabor y calidad obtenidos gracias a las condiciones bajo las cuales es cultivado siendo favorecida la producción ecuatoriana por su posición geográfica y sus condiciones climáticas (BananaLink, 2012).

Según el Ministerio de Comercio Exterior Ecuador (2017) los productores de banano se encuentran principalmente en las provincias de El Oro con un nivel de producción del 41%, Guayas con el 34% y Los Ríos con el 16%. En la provincia de El Oro se sitúan la mayor parte de los pequeños productores de banano del país (aproximadamente 42%), mientras que los grandes productores principalmente en las provincias de Guayas y Los Ríos.

En el año 2018 según cifras del Ministerio de Agricultura y Ganadería (2019) existían alrededor de 170000 hectáreas con producción de banano en Ecuador, de las cuales el 12000 hectáreas correspondían al banano orgánico. (Productor.com, 2017).

A continuación se detallan las cifras de producción en toneladas, superficie de plantación en hectáreas, superficie de cosecha, y rendimiento en el período 2010-2018

Tabla 2*Producción de Banano Ecuatoriano 2010-2018*

Año	Producción (Ton)	Sup Plantadas (ha)	Sup Cosechadas (ha)	Rendimiento
2010	7911043	230676	211986	37
2011	7426247	199732	191626	39
2012	7012244	221775	210894	33
2013	5995527	217874	188658	32
2014	6674918	190680	180200	37
2015	6997180	191233	181454	39
2016	6514210	184606	178724	36
2017	6186230	164616	155700	40
2018	6468924	170809	159064	41
Total general	61186521.9	1772001.976	1658305.706	37.06164596

Fuente: (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2019)

Se puede observar que entre los años 2017 y 2018 los rendimientos fueron mayores, lo que contribuyó para que los resultados arrojen un crecimiento de 6%, cifra superior al 5% en que creció en el 2017. (BCE, 2019).

Para el año 2017 según cifras del Ministerio de Agricultura y Ganadería, Ecuador (2019) existía un total de 4473 productores de banano, los cuales han sido clasificados de acuerdo a su tamaño de la siguiente manera:

Tabla 3
Productores de Banano 2017

Distribución por tamaño de hectáreas	Hectáreas sembradas	Número de productores
Pequeños 0-30	35685	3480
Medianos >30 ≤100	57486	800
Grandes 100 o más	69963	193

Fuente: (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2019)

Como se observa, el 78% de los productores de banano del país son de pequeñas empresas, y si se suma a los medianos (>30 ≤100 hectáreas) se alcanza el 95.6%. En este sentido, la producción del banano en el país gira principalmente en el ámbito de la economía familiar y la Economía Popular y Solidaria (EPS), lo que le convierte en un sector que coadyuva a la generación de empleo y la reducción de la pobreza rural (Ministerio de Comercio Exterior Ecuador, 2017).

3.3 Tipos de Banano producidos en Ecuador.

Según Orozco (2007), Los tipos de banano que se cultivan en Ecuador son: Valery, Grand Cavendish, Grand Naine, Lacatan, Banano Baby.

Lacatan: Posee un crecimiento muy rápido y su altura alcanza de 4 a 6 metros. El fruto de este tipo de banano es sensible a parasitoris y su maduración es delicada lo que provoca que el fruto pierda su atractivo.

Cavendish Valery: Existen dentro de este grupo Enano y Gigante ambos de color pardo, la diferencia es la intensidad del sabor, el grosor de la cáscara y el tamaño.

Gros Michel: La característica de este banano es de color verde amarillo es resistente al transporte y manipuleo por lo que es el más comercializado hacia Europa.

Se estima que el 70% de la producción de banano ecuatoriana corresponde a Cavendish Valery, por lo que la investigación se realiza en base a las estadísticas generadas bajo las subpartidas arancelarias correspondientes al tipo mencionado (Ministerio de Comercio Exterior Ecuador, 2017).

3.4 Banano Orgánico Ecuatoriano

El banano orgánico, ecológico o biológico es una fruta que aporta diversos beneficios para el ser humano gracias a sus componentes nutricionales, su cultivo se rige al cumplimiento de requisitos que garantizan un cuidado riguroso a la hora de producir esta fruta, lo que implica un mayor costo de producción, sin embargo, el precio de comercialización es mayor al precio del banano tradicional en mercados extranjeros (AEBE, 2017).

La fertilidad del suelo en donde se cultiva debe ser conservada sin el uso de plaguicidas, fertilizantes, químicos. Si se utilizan abonos estos deben ser orgánicos con las suficientes propiedades para suplir las necesidades de nitrógeno en el cultivo. (Frutas-Hortalizas, 2018). Según el portal Ebizor (2018), se utiliza parafilm² para evitar la deshidratación de la corona y compuestos a base de limón para el control y eliminación de hongo y plagas así como para evitar la pudrición.

2 Termoplástico autoadhesivo dúctil, maleable, no tóxico, insípido e inodoro.

Del análisis anterior se puede determinar las siguientes proposiciones: Si se elimina el uso de plaguicidas, fertilizantes, químicos y transgénicos en la producción y cultivo del banano se garantizará la fertilidad del suelo y la seguridad alimentaria del consumidor.

Si se transforma la producción convencional a producción orgánica se requerirá un proceso particular de manejo de suelos y cultivos, por lo que se demandará un mayor número de mano de obra, es decir existirá un aumento en la fuente de empleo para productores ecuatorianos

Si el consumidor extranjero está dispuesto a pagar un precio alto por productos orgánicos, se compensará el aumento de costos de producción que se deriva del procesamiento orgánico del suelo.

3.5 Banano y Fuente de empleo en Ecuador

En Ecuador se calcula que por cada hectárea de banano sembrada se generan cuatro plazas de empleo; en el año 2018 el sector bananero representó una fuente de empleo para alrededor de un millón de familias ecuatorianas, dado el alto nivel de producción de banano ecuatoriano es posible incrementar la oferta de exportación e incrementar la competitividad al producir banano de calidad (García Saltos, 2016).

En torno a la actividad bananera se produce una combinación vertical de industrias, como fábricas de cartón, sellos navieros, plásticos, empresas de fumigación, almacenes de insumos, manejo integral del transporte fluvial y marítimo e infraestructura para el embarque y exportación de la fruta (Vásquez, y otros, 2006).

3.6 Disposición arancelaria para el sector Banano (Código Arancelario del Ecuador)

En la Resolución del Comité de Comercio Exterior 020-2017 el Capítulo en donde se clasifican el Banano, Plátano y otros es el 08.03. Se estipula el pago del 25% de Ad Valorem y además la subpartida se ve afectada por el IVA del 12%. Actualmente la subpartida arancelaria bajo la cual es clasificado el banano orgánico certificado es: 0803.90.11.10.

Sin embargo, es necesario aclarar que los registros de exportaciones bajo la subpartida 0803.90.11.10 (Banano Orgánico Certificado), existen a partir de la entrada en vigencia de la resolución del Comité de Comercio Exterior 20-2017 en el año 2017. Para el análisis de los años 2010 a 2017 se utilizaron las subpartidas correspondientes al banano Cavendish Valery, es decir 0803001200 y 0803901100 (Ministerio de Comercio Exterior Ecuador, 2017).

El Comité del Sistema Armonizado de la Organización Mundial de Aduanas propone nuevas enmiendas al Sistema Armonizado³ cada 4 o 6 años desde su primera emisión en 1988, es así que hasta el año 2019 el Sistema Armonizado ha sufrido 6 enmiendas.

Los períodos de vigencia de las enmiendas fueron: Primera Enmienda 1992, Segunda Enmienda 1996, Tercera Enmienda 2002, Cuarta Enmienda 2007, Quinta Enmienda 2012, Sexta Enmienda 2017.

3 Nomenclatura para la codificación, descripción y clasificación de las mercancías/productos en el comercio internacional

3.7 Importadores de banano orgánico y convencional a nivel mundial

El sector bananero representa una gran fuente de ingresos para los países en los cuales es cultivado, esto se debe al consumo masivo de la fruta y a que su cultivo requiere condiciones accesibles para muchos productores. En América del Sur los principales mercados hacia los cuales se tiende a exportar esta fruta son Europa y Estados Unidos (FAO, 2017).

A continuación se detallan el país, valor, y cantidad importada de banano de los principales consumidores a nivel mundial en el año 2017:

Tabla 4

Importadores de banano a nivel mundial

IMPORTADORES	Suma de Valor importado en 2018 (miles usd)	Suma de Cantidad Importada 2018 (tons)
Estados Unidos	2827416	5167885
Bélgica	1340908	1356827
Rusia	1154742	1556679
Alemania	949367	1262981
Japón	913428	1003370
China	896812	1544609
Países Bajos	811997	866317
Reino Unido	769477	1137349
Francia	623049	751516
Italia	564353	800351
Canadá	423525	592851
Corea	360222	427261
Iran	355170	432027
Polonia	322542	487703
España	246676	395155
Argentina	218047	450732
Arabia Saudita	190974	266123
Rumania	174279	215464
Suecia	165034	193976
Grecia	158178	215433

Fuente: (WTO, 2019)

Se puede determinar que el 70% de las importaciones totales de banano se concentran en dos naciones, la Unión Europea por un lado con el 52% y Estados Unidos con 18%; es así que tan solo un 30% de importaciones corresponde al resto de países

3.8 Destinos de Exportación de Banano Orgánico y Convencional Ecuatoriano.

En el año 2018 Ecuador exportó banano convencional y banano orgánico hacia 128 países; los 10 países hacia los cuales se exportó en mayor cantidad, se detallan a continuación:

Tabla 5

Principales destino de exportación de banano ecuatoriano

País	Valor (usd)	Cantidad (tons)
Rusia	645325	645325
Estados Unidos	446221	446221
Italia	262433	262433
Alemania	236118	236118
Turquía	160562	160562
China	127888	127888
Argentina	116251	116251
Bélgica	115456	115456
Chile	109635	109635
Países Bajos	93652	93652

En términos de países se determina que en el año 2018, el principal destino de exportación de banano ecuatoriano fue Rusia, sin embargo es necesario tomar en cuenta a la Unión Europea como una sola nación, es por esto que después de analizar los datos, valor y cantidad exportada hacia los 128 países se obtuvo la siguiente gráfica:

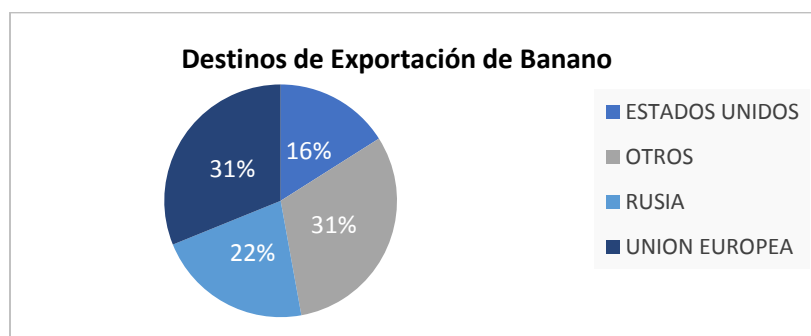


Figura 4 Principales Destinos de Exportación de banano ecuatoriano
Fuente: (BCE, 2019)

Según el gráfico se puede observar que el 69% de exportaciones de banano ecuatoriano se concentran en la Unión Europea, Rusia y Estados Unidos, mientras que el 31% de la oferta ecuatoriana restante se dirige hacia otros países. Además, tomando en cuenta el nivel de demanda de los países consumidores de banano en base a sus importaciones y el nivel de oferta de Ecuador en base a sus exportaciones se determina que el Ecuador cubre aproximadamente el 14% de las importaciones totales de Estados Unidos, el 96% de Rusia, el 23% de la Unión Europea y el 30% del resto de importaciones de banano a nivel mundial.

3.9 Evolución de las exportaciones del sector bananero en el período 2010-2018

A continuación, se detallan las cifras de las exportaciones de banano orgánico y convencional a nivel mundial tanto en valor Fob⁴ como en toneladas métricas:

4 Fob es un Incoterm o término de negociación utilizado a manera de cláusula de comercio internacional en operaciones de compraventa

Tabla 6
Exportaciones de Banano Ecuatoriano a nivel mundial

EXPORTACIONES DE BANANO ECUATORIANO A NIVEL MUNDIAL					
AÑO	Toneladas Métricas	Valor Fob (Miles de \$)	% CRECIMIENTO FOB	% CRECIMIENTO TONELADAS	VENTAS PROMEDIO
2010	10312949.8	4067587.03			9%
2011	11337758.7	4495016.04	11%	10%	10%
2012	10396595.4	4158579.85	-7%	-8%	9%
2013	10900882.5	4651655.68	12%	5%	10%
2014	11954561.6	5180410.67	11%	10%	11%
2015	12575600.5	5640272.05	9%	5%	12%
2016	12352538.3	5484010.41	-3%	-2%	12%
2017	13174081.6	6090315.72	11%	7%	13%
2018	13559710.5	6436429.88	6%	3%	14%
Total general	106564679	46204277.3	6%	4%	100%

Según las cifras obtenidas del Banco Central del Ecuador (2019) se puede determinar que las ventas en Valor Fob durante los años 2017 y 2018 fueron mayores en comparación a los años anteriores analizados. En el año 2010 las exportaciones de banano ecuatoriano generaron 4067587,03 miles de dólares en valor Fob, mientras que para el año 2018 el monto generado en valor Fob fue de 6436429,88 miles de dólares.

3.10 Países Exportadores de Banano Convencional a nivel mundial.

Según datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura (FAO, 2017) los países que exportaron banano en mayor cantidad en el año 2017 son: Ecuador, Costa Rica, Filipinas, Bélgica y Colombia.

Costa Rica: La exportación de banano es muy importante para la economía costarricense debido a que representa un 9.6% de las exportaciones en su totalidad y un 37% de en cuanto a

exportaciones agrícolas se refiere. En el año 2017 las exportaciones de banano costarricense representaron el 8.4% de exportaciones totales a nivel mundial (Infoagro, 2017).

Filipinas: representa aproximadamente el 90 por ciento del total de las exportaciones asiáticas de banana, impulsó los envíos de la región, que crecieron un 70 por ciento en 2018 hasta 3.2 millones de toneladas, desde los 1.9 millones de toneladas de 2017, según la FAO.

Bélgica: Se ha consolidado como el principal exportador de Europa, sin embargo, así mismo es uno de los principales consumidores. Este país exportó 1.1 mil millones en FOB en el año 2017, lo cual representó el 8.5% del total de las exportaciones a nivel mundial (Infoagro, 2017).

Colombia: En América del Sur Colombia es el principal competidor directo de Ecuador, en el año 2017 el país exportó 918 millones FOB lo que representaría al 7.4% de exportaciones totales a nivel mundial (Infoagro, 2017).

Según el Foreign Agricultural Service (2018), en la actualidad Ecuador lidera las exportaciones de banano convencional a nivel mundial, sin embargo, el nivel de competitividad se ha incrementado debido a que los países productores de banano buscan especializarse con el fin de expandirse y llegar a nuevos mercados, tales son los casos de:

Perú: Se realizan inversiones y el gobierno apoya a los productores bio con el fin de obtener un incremento en la producción y exportación de banano orgánico.

Colombia: Está buscando su ingreso a nuevos mercados potenciales como China y Argentina.

Panamá: se realizan proyectos de planeación para la plantación de banano orgánico

República Dominicana: Busca convertirse en el mayor exportador de banano orgánico a nivel mundial. Ha invertido en estudios y desarrollos para introducir nuevos bioestimulantes orgánicos buscando reducir costos y aumentar su producción orgánica.

3.11 Países exportadores de Banano orgánico a nivel mundial

Según el portal británico BananaLink (2012), los bananos orgánicos certificados que se cultivan para la exportación se producen en: República Dominicana (para la Unión Europea, los mercados de América del Norte y Japón); Ecuador; Perú; Colombia; México y Filipinas.

La República Dominicana exporta casi toda su producción de banano orgánico a Europa, y especialmente a Alemania. Actualmente es el mayor productor mundial de banano orgánico, representando más del 55% de la producción mundial de banano orgánico. A pesar de ser un jugador relativamente pequeño en el mercado bananero mundial

La República Dominicana se destaca como su fuente más importante de banano orgánico. En 2015 el país contaba con cerca de 12 000 hectáreas de banano orgánico y exportaba más de 240 000 toneladas (más de 150 millones de dólares (FAO, 2017).

A continuación se detalla el área cosechada de banano orgánico a nivel mundial basado en estimaciones del FiBL, suponiendo que el 90% del área totalmente plantada es cosechada.

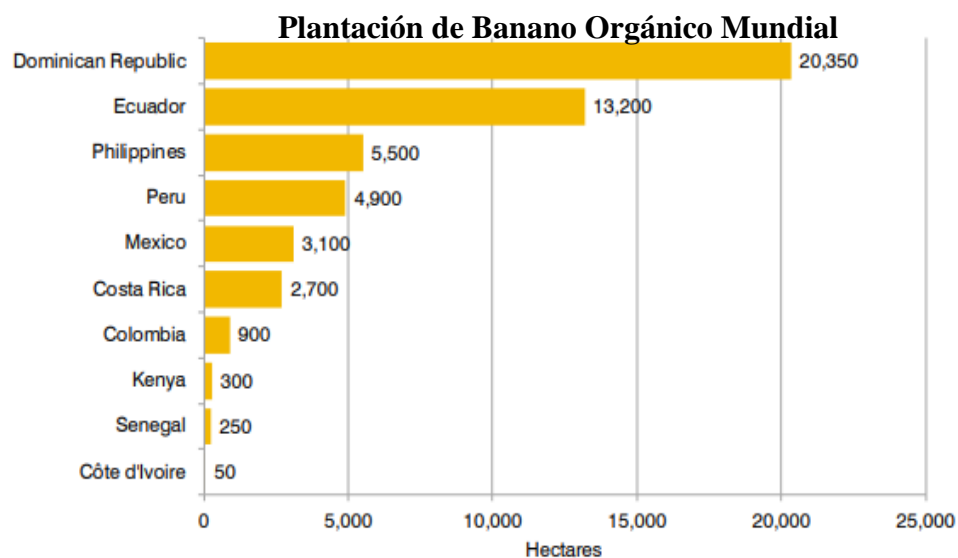


Figura 5. Superficie de Plantación de Banano Orgánico a nivel Mundial
Fuente: (Fibl, 2019)

En el año 2016 se estima que se produjeron 1.1 millones de toneladas métricas de banano orgánico, esto representa casi el 1% del área mundial de bananas. El 91% del área total de banano orgánico mundial se encontraba distribuído entre: República Dominicana, Ecuador, Filipinas, Perú, y México. El crecimiento del área de producción de banano orgánico de los países mencionados incrementó en un 9,4% entre los años 2012 y 2016 (Lernoud, y otros, 2018).

Del análisis anterior se deriva la siguiente proposición: Si la evolución de las exportaciones de banano orgánico de países como República Dominicana, Costa Rica, Perú, Colombia, México aumenta aceleradamente, se da lugar a un alto riesgo de competitividad para el banano orgánico ecuatoriano en el mercado extranjero.

3.12 Exportaciones de banano convencional y orgánico ecuatoriano al mercado europeo en el periodo 2010 – 2018

A continuación, se presentan ilustraciones en las cuales se detalla el nivel de exportaciones de banano orgánico y convencional hacia la Unión Europea en miles de dólares (FOB) y toneladas métricas en los años 2010 a 2018.

3.12.1 Exportaciones de banano convencional y orgánico al mercado Europeo en el período 2010-2016

Por medio de la siguiente Figura gráfica se presenta el nivel de exportaciones de banano ecuatoriano convencional y orgánico. Cabe aclarar que para el análisis se tomó en cuenta la subpartida correspondiente al tipo de banano Cavendish Valery ya que durante el 2010 y 2016 no existía una subpartida específica para banano orgánico.

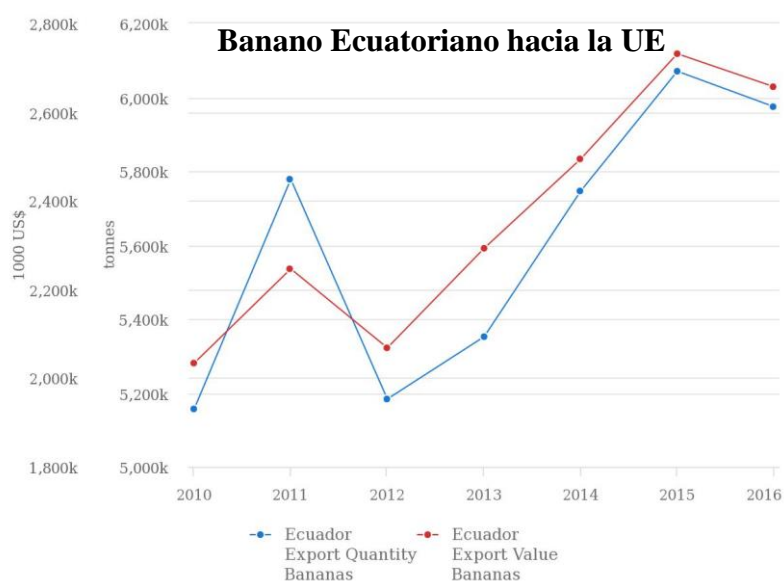


Figura 6 Exportación de Banano ecuatoriano hacia la Unión Europea en el período 2010-2016

Fuente: (FAOSTAT, 2019)

En base a la gráfica se puede determinar lo siguiente: Durante el año 2010 y los primeros meses del año 2011 se registró un incremento en las exportaciones de banano ecuatoriano hacia la Unión Europea, sin embargo el nivel de exportación descendió al finalizar el 2011 en un 2%. El año 2012 registró la mayor caída de las exportaciones de banano, a pesar de ello al finalizar el año el sector bananero se recuperó gracias a las importaciones y los ingresos generados en noviembre y diciembre.

En el año 2013 se dio la transición entre la cuarta y quinta enmienda del Sistema Armonizado por lo que las exportaciones del banano Cavendish Valery se realizaron bajo la clasificación de las subpartidas 0803001200 y 0803901100.

A partir del 2013 las exportaciones registran una evolución y crecimiento constante; es así que en el año 2014 existe un incremento del 2.4% tanto en valor Fob como en cantidad exportada, en comparación al año anterior.

Durante los primeros meses del año 2015 existe un ligero incremento del 0.3% en las exportaciones de banano, sin embargo al finalizar el año se presenta una reducción de exportaciones del 2% en comparación al 2014. En el año 2016 el sector bananero se recupera incrementando sus exportaciones al mercado europeo en un 3.3% en comparación al año anterior.

3.13.2 Exportaciones de banano orgánico al mercado europeo en el periodo 2017-2018

Por medio de la siguiente Figura gráfica se presenta la evolución de las exportaciones de banano orgánico ecuatoriano hacia la Unión Europea entre los años 2017 y 2018:

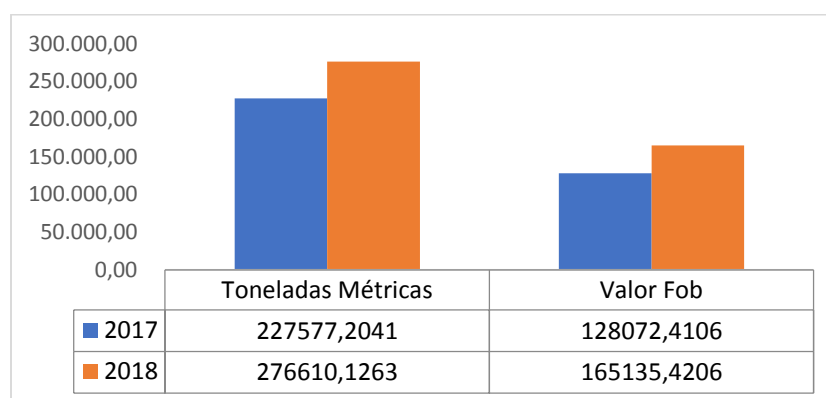


Figura 7 Exportaciones de Banano Orgánico Ecuatoriano hacia la UE

Fuente: (BCE, 2019)

En base al gráfico se puede determinar que existe un incremento en las exportaciones en el año 2018 que obtuvieron en el mes de diciembre; este incremento en términos porcentuales fue del 2.15% y 2.89% para Toneladas Métricas y Valores FOB respectivamente.

Para concluir el capítulo se puede determinar que durante la última década ha existido un crecimiento acelerado en la producción de tierras orgánicas a nivel mundial, cuya particularidad de cultivo y producción ha conllevado a que exista una mayor exigencia de mano de obra y por ende ha significado un gran beneficio para pequeños productores. En Ecuador la producción y exportación de banano genera empleo para alrededor de un un millón de familias ecuatorianas.

Además, se observa que el comportamiento de las exportaciones ha sido variable durante la última década, si bien es cierto las relaciones comerciales y la balanza comercial frente a la

Unión Europea presentaba un escenario positivo, sin embargo, después de la entrada en vigor del Acuerdo Multipartes las exportaciones de banano orgánico ecuatoriano hacia la UE mejoraron considerablemente.

En cuanto a la competencia se determina que, en el sector del Banano Orgánico, es República Dominicana el principal competidor para las exportaciones ecuatorianas, además Filipinas, Perú y Colombia. Los principales mercados que importan productos orgánicos son la Unión Europea y Estados Unidos, países cuya demanda es abastecida en gran parte por Ecuador.

CAPITULO IV

MERCADO EUROPEO, ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL ACUERDO COMERCIAL MULTIPARTES EN TORNO AL SECTOR BANANERO ECUATORIANO

En este capítulo se establecen las tendencias de consumo de alimentos en el mercado europeo, requisitos y restricciones para el ingreso de productos orgánicos, certificaciones orgánicas exigidas por el consumidor, además se realiza un análisis del impacto que ha tenido el Acuerdo Multipartes con la Unión Europea en torno al sector bananero ecuatoriano haciendo énfasis en el banano orgánico.

4.1 Mercado Europeo

La Unión Europea se ha convertido en el principal comprador de bienes y servicios a nivel mundial. (Torrejòn, 2018). En su conjunto, los países integrantes de la UE abarcan el 7% de la población del planeta, lo que representa un mercado de alrededor de 514 millones de habitantes y consumidores que valoran la calidad, la responsabilidad social y el trabajo de los pequeños productores (Guinea, 2013).

El mercado orgánico europeo sigue creciendo. En el año 2017, logró alcanzar alrededor de 37,3 mil millones de euros. Los gastos en alimentos orgánicos se han duplicado durante la última década en Europa; en el 2018 los consumidores europeos gastaron alrededor de 67 euros semanales por persona en productos ecológicos (Bioecoactual, 2019).

Según Gianella Torrejón (2018), las normas básicas para consumir frutas o verduras orgánicas en el mercado europeo son dirigidas por la Comunidad Económica Europea (CEE) la cual regula los documentos sanitarios y fitosanitarios necesarios para ingresar al mercado europeo

Del análisis anterior se establece la siguiente proposición:

Si se oferta banano ecuatoriano con garantía de cumplimiento de normas sanitarias, fitosanitarias y de calidad al mercado europeo la demanda aumentará aceleradamente.

4.2 Tendencias de Consumo de Alimentos en la Unión Europea.

La Unión Europea es el segundo mercado más importante para el consumo orgánico, sólo superado por Estados Unidos, que generó en 2016 un valor de mercado de 47,916 millones de USD, suponiendo el 38,4% y el 48,6% del mercado ecológico mundial, respectivamente (Procomer, 2018).

En Europa en el año 2016 el mercado de Alemania representó un 11.8% de consumo mundial de alimentos orgánicos, Francia representó el 8.4% e Italia el 3.3%. Una tendencia no es algo que ya pasó, sino una predicción de algo que pasará, es así que según (Procomer, 2018), el mercado global de alimentos orgánicos crecerá más del 14% entre 2017 y 2021, influenciado en mayor medida por una creciente conciencia de salud y aceptación por el consumidor promedio.

El ser humano observa un estímulo y procede a reaccionar por medio de la selección del producto que va a consumir y comunica su deseo lo que provoca una respuesta de acción y comunicación. A través de una encuesta realizada por Natalia Greco (2010) se determinaron las tendencias de consumo de los europeos, las principales se enlistan a continuación:

a) Tendencia a comprar alimentos cada vez más espaciadas y aumento en la compra de alimentos congelados; b) Dedicación de menor tiempo a la compra y a la elaboración de los alimentos; c) Preferencia por la adquisición de comidas que necesiten poca elaboración; d) Incremento de la adquisición de platos precocinados, comidas con envases aptos para el consumo en bandejas frente al televisor y mayor uso de comidas a domicilio; e) Potenciación de la compra de alimentos con ingredientes y productos naturales, sin salsas y sin condimento; f) Aumento de los productos dietéticos, enriquecidos, concentrados de nutrientes, en los hogares, pero no como sustituto de alguna de las comidas; g) Cambio del concepto de lo natural, admitiéndose perfectamente comida preparada, siempre que haya sido elaborada a partir de elementos naturales reconocibles y explicitables; h) Incremento decisivo de la calidad en la elección de la alimentación.; i) Tendencia generalizada a hacer dietas periódicamente por razones estéticas y de salud; j) Los centros comerciales cobrarán gran importancia; k) Se mantendrá la tendencia a lo orgánico y ecológico. Es previsible que aumenten los canales dedicados a este tipo de producto, e incluso las secciones dedicadas a ellos dentro de los canales más habituales; l) Soluciones destinadas a resolver los compromisos de los consumidores que quieran llevar una dieta sana y a la vez tienen que hacerlo en menos tiempo; m) Cada vez será más importante que los envases sean reciclables; n) Lo que no era imprescindible antes ahora se hará cada vez más necesario desde un punto de vista ecológico

y racional; o) La información de las etiquetas será importante para el consumo. Sin embargo, ello no implica que el consumidor quiera leerlas; p) El consumo de alimentos naturales aumentará en todos los grupos; q) Habrá una mayor disposición a consumir platos preparados o preconizados fuera del hogar; r) Aumento en la preocupación por las buenas prácticas agrícolas y el bienestar animal; s) Hoy en día los orgánicos cubren prácticamente cada grupo de productos dentro del mercado de alimentos (GRECO, 2010).

4.3 Documentos y certificaciones requeridos para la exportación de productos ecuatorianos hacia la Unión Europea.

Los documentos requeridos por la Unión Europea son: Factura comercial, Lista de empaque, Documentos de transporte, Documentos de seguro.

Los certificados para ingresar mercancías a la Unión Europea son: a) Certificación orgánica: Los importadores deberán manifestar que el producto adquirido fue realizado con estándares equivalentes a los de la Unión Europea; b) Certificado de origen; c) Certificado Sistema de análisis de peligros y de puntos críticos de control (HACCP); d) Certificado de Inspección (COI) emitido a través del sistema europeo “TRACES” (Torrejón, 2018).

4.4 Certificaciones Orgánicas

En las últimas décadas se han potenciado los sistemas de certificación orgánica debido al auge alcanzado en el mercado internacional de productos ecológicos. No obstante a pesar de existir una mayor demanda de productos orgánicos en el mercado europeo, no todos los productos son aceptados por el consumidor, es por esta razón que se vuelve fundamental asegurar el origen,

calidad, tipo de producción, e integridad del producto (Capa-Benítez, Benítez-Narváez, & Rojas-Preciado, 2017).

La certificación orgánica garantiza el estricto cumplimiento de las normas establecidas para la producción orgánica. Esta garantía no es solo para el consumidor, sino también para el productor, ya que se generan oportunidades para acceder a mercados más competitivos en donde su producto cuenta con ventajas tanto en precios como en confiabilidad (Capa-Benítez, Benítez-Narváez, & Rojas-Preciado, 2017).

Cualquier tipo de certificación exige de la empresa disponer de información precisa sobre sus procesos y productos en cada una de sus etapas. (Capa-Benítez, Benítez-Narváez, & Rojas-Preciado, 2017). Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2016), Las normas orgánicas pueden ser desarrolladas por:

Organizaciones privadas: Toda norma que sea privada independientemente de si son locales o internacionales serán voluntarias y estas además incluyen sistemas de garantía participativa. Los organismos de certificación con reconocimiento en el sector bananero incluyen: a) BCS; b) Control Union; c) Ecocert; d) Bureau Veritas; e) SGS.

Gobiernos. En el año 2014, 110 países tenían una regulación orgánica de los cuales eran 69 los que tenían las normas completamente implementadas, 19 tenían los reglamentos ya finalizados, pero aún sin implementar, y existían 12 países en proceso de redacción de la legislación que corresponde.

Todos los productos orgánicos que se producen o importan en estos países obligatoriamente deberían cumplir con la norma orgánica nacional de etiquetado como tal. Las normas orgánicas nacionales principalmente están basadas en el Codex Alimentarius⁵ y en el IFOAM como mínimas normas (FAO, 2017).

4.4.1 Tipos de Certificación Orgánica

Los tres tipos más comunes de Certificaciones Orgánicas son:

a) Pequeños Productores: Se comparte una misma certificación para todos los productos en conjunto;

b) Productor Individual: Certificación para alguien que es dueño de la tierra independientemente de si es dueño de la tierra, procesos.

c) Empresa Productora: La certificación puede ser a nombre de la empresa, de uno o varios dueños.

Según la Investigación realizada por Organic People Society (2019), es posible acceder a una certificación orgánica siempre que sea: a) Un productor comercial de cultivos o ganado orgánico como un agricultor o granjero; b) Un procesador de alimentos orgánicos, fibras, textiles o semillas; c) Un intermediario de productos orgánicos, empacadora, mayorista o distribuidor; d) Un restaurante que ofrece comida orgánica; e) Un minorista que se especializa en productos o

5 Colección de normas, códigos de práctica, directrices y otras recomendaciones internacionalmente reconocidas relacionadas con los alimentos, la producción de alimentos y la inocuidad de los alimentos

alimentos orgánicos; f) Una comercializadora de productos orgánicos; g) Una marca que desarrolla productos orgánicos.

La certificación orgánica se debe aplicar tomando en cuenta el mercado al que se quiere acceder debido a que existen países que requieren normas exclusivas y específicas acreditaciones por lo que no se hará válido certificaciones orgánicas que hayan sido aceptadas en otros países.

4.4.2 Proceso de Certificación

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura (2017), el proceso para obtener una certificación orgánica es siguiente:

- a) Adopción de prácticas orgánicas: La finca o la organización adopta las prácticas que correspondan a la producción y cultivo orgánico. El período de conversión requiere de una prueba de calidad de suelo para la obtención de la certificación orgánica. Las sustancias sujetas a prohibición de uso no deben haber sido aplicadas en los últimos 3 años;
- b) Selección de la autoridad de certificación;
- c) Revisión de documento;
- d) Auditoría;
- e) Realización del informe de inspección;
- f) Verificación y Autorización para el etiquetado;
- g) Renovación anual

Durante los primeros 12 meses del período de conversión, no está autorizado el producto para comercializarse como orgánico. Después de este período se puede indicar en la etiqueta del producto que existe un proceso de conversión a orgánico. Sin embargo, la mayoría de los mercados importadores no lo reconocen. A partir de la inspección en el cuarto año, el certificado que valida la producción orgánica será emitido y el producto tendrá permiso para ser comercializado como tal (FAO, 2017).

4.4.3 Costos de la Certificación Orgánica

Los pequeños productores rara vez pueden pagar los costos iniciales del manejo del producto de manera sostenible ni de la documentación de las operaciones que necesitan desarrollar, lo que provoca muchas veces que los productores prefieran sistemas de producción no certificados. Algunos pequeños productores eligen la certificación grupal, que supone un sistema de control interno que ayuda a reducir los costos (FAO, 2017).

Según el artículo de Organic People Society (2019) existen algunos factores que influyen en el costo de una certificación orgánica como: a) Cuota de Inscripción; b) Inspección (adicionales viáticos); c) Localización del Organismo de Certificación; d) Administración de la Certificación; e) Programa de Certificación; f) Análisis o Toma de Muestras; g) Acompañamiento; h) Gastos Administrativo; i) Uso de Sello.

Se tomó como referencia los precios en dólares de una la agencia certificadora CCOF (California Certified Organic Farmers) que ofrece su servicio en México, debido a que en este país por ley los valores de las certificaciones orgánicas no pueden superar los valores de la certificación USDA de Estados Unidos.

En la siguiente tabla se detallan los costos de la emisión inicial de una certificación orgánica:

Tabla 7

Costo Estimado de la Certificación Orgánica

Cuota de Inscripción	\$325 (pago único)
Cuota de Inspección Anual	\$550 o más (horas de inspección + horas de viaje + viáticos)
Certificación Annual	\$895 para países fuera de EEUU
Instalaciones de Producción	\$300 por instalación
Programa de Estándar	\$4,250 para exportar a EU desde fuera de EEUU

Internacional

Fuente: (*Organic People Society, 2019*)

La tabla de categoría de cuotas determina la cuota anual de certificación basado en el Valor de Producción Orgánica (VPO), es decir, el total anual de las ventas netas de productos orgánicos. (Organic People Society, 2019). A continuación se desglosa el detalle del promedio de costos generados en la adquisición de una certificación orgánica valorada según el VPO.

Tabla 8
Costos de Certificación Orgánica en Base a la Producción

Categoría de Tarifa	Valor de Producción Orgánica (VOP)		Categoría	
	Al menos	No más de	Cultivo/Ganado	Manejo/Procesador
1	0\$	\$10,000	\$ 245	\$ 740
2	\$10,001	\$ 20,000	\$ 350	\$ 740
3	\$20,001	\$ 50,000	\$435*	\$ 740
4	\$50,001	\$ 100,000	\$635**	\$ 740
5	\$100,001	\$ 200,000	\$ 740	\$ 840
6	\$200,001	\$ 300,000	\$895***	\$ 895
7	\$300,001	\$ 400,000	\$ 1,070	\$ 1,070
8	\$400,001	\$ 500,000	\$ 1,330	\$ 1,330
9	\$500,001	\$ 600,000	\$ 1,850	\$1850****
10	\$600,001	\$ 700,000	\$ 2,065	\$ 2,065
11	\$700,001	\$ 1,000,000	\$ 2,675	\$ 2,675
12	\$1,000,001	\$ 1,500,000	\$ 3,950	\$ 3,950
13	\$1,500,001	\$ 2,000,000	\$ 4,590	\$ 4,590
14	\$2,000,001	\$ 2,500,000	\$ 5,230	\$ 5,230
15	\$2,500,001	\$ 3,000,000	\$ 5,815	\$ 5,815
16	\$3,000,001	\$ 3,500,000	\$ 6,475	\$ 6,475
17	\$3,500,001	\$ 4,000,000	\$ 7,290	\$ 7,290
18	\$4,000,001	\$ 5,500,000	\$ 8,725	\$ 8,725
19	\$5,500,001	\$ 10,000,000	\$ 12,370	\$ 12,370
20	\$10,000,001	\$ 25,000,000	\$ 20,100	\$ 20,100
21	\$25,000,001	\$ 50,000,000	\$ 24,100	\$ 24,100
22	\$50,000,001	\$ 75,000,000	\$ 27,800	\$ 27,800


Fuente (Organic People Society, 2019)

Por lo tanto, en base a la tabla, suponiendo el caso de un terreno orgánico que tiene o desea hacer exportaciones a Europa, con una sola instalación con una sola inspección anual cubriendo el mínimo de VPO tendría que pagar por una certificación el total de \$6,320 USD el primer año y al menos \$5,995 USD por cada año consecutivo. (Organic People Society, 2019).

4.4.4 Principales certificaciones Orgánicas a nivel mundial

Según el Research Institute of Organic Agriculture (2019) las certificaciones orgánicas más reconocidas a nivel mundial son las detalladas a continuación:

Tabla 9
Principales Certificaciones Orgánicas a nivel Mundial

Logo	Certificación	Detalle
	Programa Nacional Orgánico de Estados Unidos (NOP-USDA):	Agencia operada por el Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) la cual ofrece los lineamientos para que una organización pueda darse de alta como agencia certificadora. Es obligatorio para que cualquier producto ingrese al mercado estadounidense utilizando la etiqueta de orgánico.
	Reglamento Europeo (ER-IFOAM):	Regulación que delimita los requisitos que debe cumplir una agencia certificadora para que cualquier producto con la etiqueta de orgánico pueda comercializarse en Europa.
	Estándar Agrícola Orgánico Japonés (JAS):	Programa muy peculiar con respecto a los lineamientos de los productos que son aceptados para incursionar en el mercado japonés utilizando el término de orgánico

Fuente: (WTO, 2019)

4.5 Certificaciones y Programas Orgánicos requeridos por el Consumidor Europeo

Es necesario revisar los lineamientos de los programas regulatorios del país al cual se va a exportar un producto orgánico debido a que el nivel de exigencia de las entidades regulatorias y consumidores es diferente en cada mercado. El consumidor europeo se caracteriza por su

exigencia de calidad y cumplimiento de normas sanitarias a la hora de seleccionar un producto de consumo alimenticio (Organic Food Iberia, 2019).

4.5.1 Reglamento Europeo ER-IFOAM

La certificación orgánica europea se basa en las Normas de producción orgánica: EU 834/2007 - EU 889/2008, creadas por la Comunidad Económica Europea. Esta certificación es necesaria incluso si se cuenta con certificado para otros países ya que delimita los requisitos que debe cumplir una agencia certificadora para que cualquier producto con la etiqueta de “orgánico” pueda comercializarse en Europa (Duarte, Sánchez, & Sánchez, 2018).

4.5.2 HACCP, Sistema de análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control; (Hazard Analysis and Critical Control Point)

Este es un sistema de administración bajo el cual se aborda la seguridad alimentaria, esto se realiza a través de la identificación, análisis y control de los peligros físicos, químicos, biológicos, el sistema está diseñado para ser implementado en cualquier segmento de la industria de alimentos, esto se puede realizar desde el cultivo, la cosecha, transformación y/o elaboración y distribución de alimentos para el consumo. Los programas de pre-requisitos, como BPM'S (Buenas Prácticas de Manufactura) son fundamentales para el desarrollo y para la implementación de HACCP (FAO, 2017).

4.5.3 Certificación GLOBALG.A.P

El Sistema de Certificación GLOBALG.A.P. implementa mecanismos que se encuentran vinculados entre ellos con el objetivo de garantizar un desarrollo correcto y la mejora, integridad, transparencia y armonización de procesos. Se basa en un conjunto de normas agrícolas reconocidas internacionalmente y dedicadas a las Buenas Prácticas de Agricultura. (Kalfagianni & Fuchs, 2010).

4.5.4 Certificación BRCGS Global Standard for Food Safety

Desarrollada por el Reino Unido es una certificación que sirve a manera de consolidación de una amplia variedad de estándares relacionados a la gestión alimentaria para el cumplimiento de estos a través de una guía tanto para empresas grandes como pequeñas.

4.5.5 Certificación de Comercio Justo/Fair Trade

El Comercio Justo o también conocido como Fairtrade es una alternativa al comercio tradicional y principalmente se basa en una cooperación bilateral entre productores y consumidores. Esta certificación ofrece beneficios a los productores un trato aún más justo y mejores condiciones de vida (Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, 2018).

Mediante el comercio Justo se busca eliminar los intermediarios obligando a que los comercializadores paguen directamente a los agricultores un precio mínimo además se pretende que los productos de fairtrade respeten una serie de criterios sociales basados en las convenciones de derechos humanos de la ONU y de la Organización Internacional del Trabajo. (Friant, 2016).

Según La Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (2018) en Ecuador eran 105 las empresas, organizaciones y exportadoras certificadas bajo ese tipo de economía en el año 2018.

Del análisis anterior se establece la siguiente proposición: Si se el productor de banano ecuatoriano obtiene una certificación orgánica que sea válida para el consumidor europeo se garantizará el consumo de la fruta y la competitividad frente a frutas cuya producción sea convencional.

4.6 Acuerdo Multipartes con la Unión Europea

El intercambio de bienes y servicios es de suma importancia para el desarrollo y la dinamización de la economía de los países ya que existe una diferenciación de recursos y una igualación marginal de los mismos, el Acuerdo Bilateral entre dos naciones admite que cada país explote y se especialice en cuanto a sus ventajas competitivas como comparativas (Ramales, 2013).

Cada país dependiendo de los bienes bajo los cuales mantiene una ventaja absoluta, podrá especializarse en su producción, de manera que le será posible cubrir la necesidad de otro que no pueda abastecerse por sí mismo y por el contrario en aquellos bienes en los que se presentase una desventaja se tendría que importar bajo libre comercio y es así que se da paso al comercio internacional como es el caso de Ecuador y la Unión Europea.

Sin embargo es necesario tomar en cuenta las cláusulas que existen en los acuerdos entre una economía en desarrollo y otra desarrollada con el fin de determinar lo que requiere un país y cómo puede contribuir el otro para lo que se realizan investigaciones tanto en el ámbito económico local como a nivel internacional. En este sentido el llegar a un pacto comercial puede ayudar a impulsar la economía de un país en desarrollo.

Según Pedro Andrade (2017), existen varias las ventajas de la suscripción de los acuerdos comerciales, específicamente para el Ecuador las ventajas se sujetan principalmente a la expansión de sus mercados y algunos otros como: Incremento y mayor participación en el comercio internacional, acceso a mercados más grandes, Transferencia de Tecnología, Marco jurídico estable.

Para Ecuador, fue a principio del año 2014 cuando se cumplió la primera ronda de negociación con la UE, la cual concluiría el 17 de julio del mismo año. Mientras que para Perú y Colombia fue otro el escenario ya que su acuerdo con la UE fue suscrito el 26 de junio del año 2012 y su vigencia fue en el mes de marzo del siguiente año. Para Ecuador la firma del Convenio tomó casi 10 años, por lo que recién en el mes de noviembre del año 2016 fue suscrito el Protocolo de Adhesión del Ecuador al Acuerdo Comercial con la Unión Europea, el mismo que entró en vigor el 1 de enero del año 2017 (Andrade & Meza, 2017).

4.6.1 El banano ecuatoriano en torno al Acuerdo Comercial con la UE

El sabor y la excelente calidad del banano ecuatoriano han sido las principales características para el reconocimiento de esta fruta a nivel mundial y a lo largo de la historia económica del país. Ecuador se ha consolidado como una figura amenazante para otros países exportadores y productores de banano (Procomer, 2018).

Los países que poseen mayor cantidad de recursos naturales deben especializarse en la comercialización de productos primarios como es el caso de la producción de banano en Ecuador, sin embargo fue un tema de gran importancia y motivo de análisis por parte de la Unión Europea dado que el elevado nivel de producción por parte de Ecuador era considerado como una amenaza para la producción del mercado europeo (Andrade & Meza, 2017).

Después del análisis del acuerdo multipartes se decidió establecer un cronograma de reducción arancelaria para el banano ecuatoriano a manera de control mediante una medida proteccionista específica por parte de la Unión Europea, con el fin de incrementar la probabilidad de poseer una balanza comercial positiva entre ambas naciones.

Ecuador además de cumplir con el cronograma de eliminación arancelaria que aplica la UE a las mercancías originarias de Ecuador, la Unión Europea “se reserva el derecho de subir los aranceles al banano procedente del Ecuador”, esto únicamente en el caso de que las exportaciones bananeras ecuatorianas superen ciertos volúmenes de exportaciones durante un año o menos (Andrade & Meza, 2017).

Una de las principales ventajas para Ecuador es que puede recuperar su margen de competitividad en el mercado europeo ya que para el año 2020 se espera que compita en iguales condiciones que sus principales competidores del Caribe y América Latina los cuales ya cuentan con preferencias arancelarias por parte del bloque económico. (Andrade & Meza, 2017).

La exportación de banano fresco se ha beneficiado de manera significativa bajo el Acuerdo Comercial, esto se refleja en la evolución de exportaciones en los años 2017 y 2018. A partir del año 2017 el banano fue condicionado al pago de un arancel específico de 97 EUR por tonelada métrica. Éste arancel se reduciría gradualmente cada año hasta llegar a 75 EUR por tonelada en 2020. Los países que exportan banano hacia la UE y que no cuentan con acuerdos comerciales están sujetos a un arancel de 122 EUR por TM en el 2017.

Del análisis anterior se establece la siguiente proposición:

Si se mantienen las preferencias arancelarias bajo el Acuerdo Multipartes con la Unión Europea en torno al sector bananero ecuatoriano se incrementará la competitividad de los exportadores ecuatorianos en el mercado europeo.

4.7 Análisis del impacto del acuerdo comercial con la Unión Europea con énfasis en la exportación de banano orgánico.

En el año 2018 la Unión Europea se consolidó como el principal socio comercial de Ecuador con un crecimiento del 3% en relación al año 2017, el banano fue el principal producto exportado con una participación promedio del 30%. Las negociaciones previas a la firma del

Acuerdo Multipartes con la Unión Europea sin duda alguna atravesaron por diversas circunstancias que complicaron el proceso (Andrade & Meza, 2017).

El comercio exterior beneficia a las naciones que deciden abrir su mercado, es así el caso de la Unión Europea y Ecuador que buscaban no perjudicar a ninguna de las partes y beneficiarse del intercambio de aquellos productos en los que, competitivamente, son más eficientes, y además dinamizar ambas economías tomando en cuenta que el resultado del intercambio comercial puede ser determinante clave del crecimiento económico y por consiguiente, de la mejora en las condiciones de vida de la población.

Mediante el acuerdo se permite que los productos ecuatorianos logren ingresar al mercado europeo y competir bajo un margen de preferencia es decir sin aranceles incrementando de esta manera la posibilidad de mejoras en cuanto a calidad de los productos ecuatorianos y competitividad de los mismos frente a otros productos internacionales. De la misma manera sucede con los productos de la Unión Europea al ingresar al mercado ecuatoriano.

Con el Acuerdo, Ecuador y la Unión Europea se vuelven socios igualitarios y además privilegiados. Las relaciones comerciales se guían ahora por buenas prácticas, lo que garantiza un entorno transparente y además que no existirá de ninguna manera discriminación entre ninguna de las partes. El comercio bilateral de bienes entre la UE y Ecuador creció un 3% en 2018 alcanzando la suma de \$5.960 millones (Europa.EU, 2017).

Las exportaciones de la UE al Ecuador se incrementaron en 6% (\$2.603 millones) mientras que las exportaciones del Ecuador hacia la UE aumentaron en 0,5% (\$3.355 millones), Ecuador mantuvo un superávit comercial con la UE de \$752.45 millones (Europa.EU, 2017).

El intercambio de productos agrícolas sigue aumentando año tras año. Las exportaciones de la UE al Ecuador crecieron un 29% entre el 2018 y el 2017 y representaron un 7% del total de las exportaciones al país. Ecuador incrementó un 3% de sus exportaciones a la UE en el mismo período hasta alcanzar un monto total de \$1.707 millones. El banano representó un 34%, seguido por las flores (7%), el cacao (5%), las preparaciones de vegetales (3%) y otras comidas preparadas (2%) (Europa.EU, 2017).

4.7.1 Escenario posterior al Acuerdo Multipartes

Tomando en cuenta que los beneficios del Sistema General de Preferencias eran temporalmente limitados la relación comercial ha mejorado notoriamente y el banano ha sido uno de los principales productos beneficiados, que a pesar del requisito de desgravación arancelaria ha mejorado su competitividad y se espera que el panorama mejore aún más en el 2020 cuando se encuentre en iguales condiciones frente a sus principales competidores que ya cuentan con preferencias arancelarias antes que Ecuador. La dinamización de ambas economías ha sido evidente dado que el comercio exterior bilateral se ha incrementado.

Además si no existe demanda no es posible que exista comercio internacional y para el Banano Ecuatoriano el escenario es positivo dadas las condiciones de demanda creciente por parte

de la Unión Europea y los requerimientos del consumidor basados en las tendencias de consumo analizadas anteriormente por lo que es posible enfocarse en conseguir mejorar la calidad y certificaciones orgánicas que proporcionen aún más competitividad al producto.

4.7.2 Escenario previo a la firma del Acuerdo Multipartes

Según Juleyvsya Bravo (2016), la no firma del acuerdo comercial con la UE provocaría un aumento excesivo de los costos arancelarios. En el caso del banano debido a que no está incluido dentro del SGP PLUS el Ecuador pagaba \$226 millones de dólares el equivalente a más de 100 euros por tonelada, mientras que Colombia y Perú tenían una tarifa más baja de aproximadamente 96 euros por tonelada.

Los demás productos, en promedio ascenderían al 17% de aranceles aproximadamente generando un pago adicional de \$71 millones. En el caso puntual del brócoli incrementaría del 0% al 14,4%. En total los costos arancelarios serían aproximadamente de \$400 millones, valor que las exportaciones ecuatorianas asumirían si no se logra firmar el acuerdo comercial.

Así mismo los cambios en los precios expuestos anteriormente tendrían un impacto negativo en el mercado ecuatoriano lo que podría llegar a provocar un desvío del comercio, es decir lo que la UE deja de comprar a Ecuador por comprar a países con productos más económicos, de aproximadamente \$732 millones de dólares y una pérdida de comercio, refiriéndose al mercado que se deja de abastecer y que otro país lo logra cubrir, de \$221 millones representando un estimado total de \$953 millones al finalizar el año 2016 (Bravo, 2016).

El escenario previo a la firma del Acuerdo Multipartes con la Unión Europea representaba una competencia desigual frente a otros países en el comercio con la Unión Europea, específicamente en el sector del banano tanto convencional como orgánico a pesar de que Ecuador es uno de los principales productores a nivel mundial se encontraba en desventaja frente a sus principales competidores, Costa Rica, Colombia Perú; actualmente el sector orgánico está incrementando a nivel mundial y es la Unión Europea el principal mercado importador por lo que el no contar con preferencias arancelarias con este bloque hubiera causado un déficit y grandes pérdidas en las exportaciones.

Además la no firma del acuerdo hubiera representado una restricción para el acceso a un mercado sumamente representativo y por ende la oportunidad de los proveedores ecuatorianos de vender sus productos así como la oportunidad de desarrollar o establecer alianzas estratégicas con industrias que requieran del producto para industrializarlo y buscar canales de comercialización a través de empresas multinacionales.

Para concluir el capítulo se determina que la certificación orgánica brinda una garantía tanto para el consumidor como para el productor, el costo promedio de la adquisición de la certificación es alrededor de \$6200. Para el consumidor europeo las certificaciones válidas y en las cuales basan su elección de compra son: ER-IFOAM, GLOBALGAP, BRCGS; Comercio Justo; HACCP.

El consumidor Europeo es exigente en cuanto a calidad y cumplimiento de normas sanitarias y fitosanitarias especialmente durante la última década en la que se ha duplicado el consumo verde y basado en las tendencias de consumo estudiadas el consumo orgánico seguirá

aumentando debido a el aumento en la preocupación del consumo basado en la salud del consumidor, el bienestar animal y las buenas prácticas agrícolas.

En cuanto al análisis del escenario previo y posterior al Acuerdo Multipartes haciendo referencia al sector bananero se determina que el Acuerdo afianzó las relaciones comerciales con el bloque económico de la Unión Europea. Este acuerdo representa un instrumento empleado por ambos países, para incidir en el incremento de sus exportaciones y, a través de ello, generar una dinamización de sus economías.

Esto último es posible cuando los gobiernos se encargan de definir políticas comerciales ya sea de mediano o largo plazo pero con el fin de generar una apertura comercial. A pesar del cronograma de desgravación arancelaria establecido para el banano, esta fruta ha experimentado un aumento en sus exportaciones tomando en cuenta además el aumento de tendencias de consumo orgánico.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

5.1.1 Oferta exportable de banano orgánico ecuatoriano a nivel mundial en el período 2010-2018 .

El primer objetivo planteado en la presente investigación fue: *“Determinar la oferta exportable de banano orgánico ecuatoriano a nivel mundial con énfasis en la Unión Europea en el período 2010-2018”*, del análisis descriptivo realizado, se derivan las siguientes conclusiones:

Durante la última década ha existido un crecimiento acelerado en la producción de tierras orgánicas a nivel mundial, cuya particularidad de cultivo y producción ha conllevado a que exista una mayor exigencia de mano de obra y por ende ha significado un gran beneficio para pequeños productores. En Ecuador la producción y exportación de banano es una de las principales fuentes de empleo.

El comportamiento de las exportaciones ha sido variable durante la última década, si bien es cierto las relaciones comerciales y la balanza comercial frente a la Unión Europea presentaba un escenario positivo, sin embargo, después de la entrada en vigor del Acuerdo Multipartes las exportaciones de banano orgánico ecuatoriano hacia la UE mejoraron considerablemente. En el sector del Banano Orgánico, es República Dominicana el principal competidor para las exportaciones ecuatorianas, además Filipinas, Perú y Colombia. Los principales mercados que

importan productos orgánicos son la Unión Europea y Estados Unidos, países cuya demanda es abastecida en gran parte por Ecuador.

5.1.2 Mercado europeo, Análisis del impacto del Acuerdo Comercial Multipartes en torno al sector bananero ecuatoriano

El segundo objetivo que se planteó en la presente investigación fue: *“Describir el mercado europeo, requisitos, restricciones e impacto del acuerdo comercial del Ecuador con la Unión Europea sobre la exportación de banano orgánico”*, del análisis descriptivo realizado se derivan las siguientes conclusiones:

El consumidor Europeo es exigente en cuanto a calidad y cumplimiento de normas sanitarias y fitosanitarias especialmente durante la última década en la que se ha duplicado el consumo verde y basado en las tendencias de consumo estudiadas el consumo orgánico seguirá aumentando debido al aumento en la preocupación del consumo basado en la salud del consumidor, el bienestar animal y las buenas prácticas agrícolas. La certificación orgánica brinda una garantía tanto para el consumidor como para el productor, el costo promedio de la adquisición de la certificación es alrededor de \$6200 lo que representa un obstáculo para los pequeños productores ecuatorianos. Para el consumidor europeo las certificaciones válidas y en las cuales basan su elección de compra son: ER-IFOAM, GLOBALGAP, BRCGS; Comercio Justo; HACCP.

El Acuerdo afianzó las relaciones comerciales con el bloque económico de la Unión Europea. Este acuerdo representa un instrumento empleado por ambos países, para incidir en el incremento de sus exportaciones y, a través de ello, generar una dinamización de sus economías.

Esto último es posible cuando los gobiernos se encargan de definir políticas comerciales ya sea de mediano o largo plazo, pero con el fin de generar una apertura comercial. A pesar del cronograma de desgravación arancelaria establecido para el banano, esta fruta ha experimentado un aumento en sus exportaciones tomando en cuenta además el aumento de tendencias de consumo orgánico.

La producción orgánica genera beneficios como la Mejora de la condición del suelo, los recursos naturales son protegidos, existe una reducción de la contaminación del agua y de la huella de carbono, existe protección de la biodiversidad, Protección de la salud humana y es por esto que se genera un valor agregado para su enfoque en un mercado potencial. Sin embargo, también representa algunos desafíos como el cumplimiento de los requisitos para la certificación y normas requeridas, la gama limitada de insumos agrícolas para el control de plagas y sobre todo los altos costos de la generación de sellos verdes y certificaciones.

5.2 Recomendaciones

Se sugiere el Desarrollo de políticas e incentivos que faciliten el proceso de acreditación y logro de certificaciones orgánicas a los productores de banano para que se pueda crear oportunidades de acceso y competitividad en nuevos mercados, así como al crecimiento de las exportaciones y la calidad de vida de las comunidades productoras implicadas.

Se recomienda que los pequeños productores opten por asociarse entre sí para que de esta manera puedan acceder a una certificación orgánica por asociación por medio de lo cual pueden acceder a esta sin la necesidad de pagar altos costos de certificaciones por si solos, además por medio de una asociación se puede acceder al mercado europeo que por lo general requieren proveedores con grandes capacidades de producción, también se debe tomar en cuenta la reducción

de costos de presentaciones en ferias internacionales como principal medio para conseguir compradores europeos por medio de una asociación.

Se recomienda impulsar las exportaciones del sector orgánico de frutas hacia la Unión Europea, específicamente de banano orgánico debido a que existe un alto nivel de demanda en el mercado europeo sin embargo el nivel de competitividad es alto frente a países especializados en producción orgánica como República Dominicana.

Se recomienda enfocarse en la calidad de la fruta y los requisitos específicos de cada país miembro de la Unión Europea así como en las certificaciones que garantizan el consumo del producto por parte de los europeos, tomando en cuenta que no todas las certificaciones orgánicas son aplicables para todos los países, además existen algunas que son preferidas por el consumidor europeo y por ende garantizan su consumo.

Se recomienda realizar este tipo de análisis a mediano plazo para definir los resultados de las exportaciones de banano bajo un arancel específico que iguale las condiciones de su principal competidor República Dominicana y determinar si la balanza comercial en torno al banano continúa siendo positiva, además se debe considerar el precio de venta al consumidor europeo debido a que países de Centroamérica podrían poner en riesgo las exportaciones de Ecuador.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Comité de Comercio Exterior. (2017). Arancel del Ecuador.

Acosta, S., & Velasquez, A. (2019). *Modelo Triádico de Charles Pierce*.

Aduana Bogotá Colombia. (2018). *Nomenclatura Arancelaria* Obtenido de
<https://www.aduana.gob.bo/aduana7/content/nomenclatura-arancelaria-y-merceolog%C3%AD>

Andrade, P., & Meza, A. (2017). Acuerdo comercial entre Ecuador y la Unión Europea.
<https://www.revistaespacios.com/a17v38n58/17385826.html>, Vol. 38 (N° 58) . Pág. 26.

Appleyard. (2006). *Economía Internacional*. Mc Graw Hill.

BananaLink. (2012). *Mayores Exportadores de Banano a nivel Mundial*. Obtenido de
<http://www.bananalink.org.uk/organic>

BCE. (2019). *Evolución de la Balanza Comercial*. Quito:
<https://contenido.bce.fin.ec/admin/dirlistEBC.php>.

Benlloch, R. (Febrero de 2018). *Acuerdo Comercial con la UE* Obtenido de
<https://www.economiasimple.net/glosario/acuerdo-comercial>

- Bioecoactual. (febrero de 2019). *Mercado Ecológico Europeo* Obtenido de <https://www.bioecoactual.com/2019/02/18/mercado-ecologico-europeo/>
- Bravo, J. (2016). Análisis de las exportaciones de brócoli hacia Europa en los últimos 5 años para identificar oportunidades comerciales en Alemania. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Cajamar, F. (2008). Comercio Justo. *CAJAMAR*, 13.
- Capa-Benítez, Benítez-Narváez, & Rojas-Preciado. (2017). Diagnóstico de las certificaciones obtenidas por fincas productoras de banano orgánico en la provincia El Oro. *Agroecosistemas*, 78-85.
- Carámbula, P. (2014). *SANAR, Enfermedades por mala nutrición*. Obtenido de <https://www.sanar.org/enfermedades/enfermedades-producidas-por-mala-alimentacion>
- Cavazos, M. (1977). *Evolución del proteccionismo en México*. México.
- Comisión Europea. (2018). *Figuras de Exportación* Obtenido de https://europa.eu/european-union/about-eu/figures/economy_es
- Comité de Comercio Exterior Ecuador. (junio de 2017). Arancel del Ecuador. *Resolución 020-2017*. Quito, Ecuador.
- Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo. (2018). *Agenda de Comercio Justo*. Obtenido de <http://www.cecjecuador.org.ec/comercio-justo/agenda-ecuatoriana-de-comercio-justo/>

Cultura Orgánica. (2015). Azúcar Orgánica, Nueva Alternativa para fabricantes de licor artesanal.

Cultura Organica, 16-17. Obtenido de

<http://www.culturaorganica.com/html/articulo.php?ID=156>

Dastagiri, Chand, R., Immanuelraj, Hanumanthai, Paramsivam, Sidhu, . . . Mandal, S. (2013).

Indian Vegetables: Production Trends, Marketing Efficiency and Export Competitiveness.

American Journal of Agriculture and Forestry, 1-11.

Delegación de la Unión Europea en Ecuador. (2017). *Acuerdo Comercial Ecuador-Unión*

Europea. Quito: Delegación de la Unión Europea en Ecuador.

Duarte, H., Sánchez, L., & Sánchez, J. (2018). *Certificaciones Orgánicas para productos de*

exportación ecuatoriana. Guayaquil: Universidad Laica Vicente Rocafuerte, Ecuador.

FAO. (2017). *Evolución tierras orgánicas* Obtenido de

<http://www.fao.org/3/y1669s/y1669s09.htm>

FAOSTAT. (13 de noviembre de 2019). *Comparación Exportaciones de banano* . Obtenido de

<http://www.fao.org/faostat/en/#compare>

Fibl. (Marzo de 2019). *Contribución de la agricultura orgánica* Obtenido de

<https://www.fibl.org/en/media/media-archive/media-release/article/the-contribution-of-organic-agriculture-to-the-sdgs-scientific-evidence-from-comparative-research-1.html>

Foreign Agricultural Service. (09 de FEBRERO de 2018). *Acuerdos de Agricultura Orgánica*.

Recuperado el septiembre 23 de 2019, de Ecuador European Union Agriculture Trade 1

Year into Trade Agreement:

https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/report/downloadreportbyfilename?filename=Ecuador%20European%20Union%20Agriculture%20Trade%201%20Year%20into%20Trade%20Agreement_Quito_Ecuador_2-9-2018.pdf

Foro de Comunicación Universidad de Jaume. (2017). *La nueva Comunicación: realidad, noción y acción*. Universidad de Jaume.

Frank E. Montenegro-Juárez, C. R.-I.-C.-P. (2014). Efecto del Sulpomag y complejos orgánicos como sustitutos parciales del medio de cultivo de micropropagación de *Musa sp. cv. Cavendish*. *Agronomía Costarricense*, vol.38 n.1 San Pedro de Montes de Oca J.

Friant, M. C. (2016). Comercio Justo, seguridad alimentaria y globalización. *Revista de Ciencias Sociales*, ISSN-e 1390-1249, N°. 55 215-240.

Friedman, M. (1953). *Essays in Positive Economics*.

Galante, D. (2010). *Tendencias en el consumo y las oportunidades de negocios*.

García Saltos, M. B. (2016). Estudio de los eslabones de la cadena de valor del banano en la Provincia de El Oro. *Universidad y Sociedad*, 51-57.

Greco, N. (2010). *Estudio sobre tendencias de consumo*. Argentina.

Guinea, M. (2013). El modelo de seguridad alimentaria de la unión europea y su dimensión exterior. *UNISCI Discussion Papers*, 201-223.

INIAP. (2016). Fortalecimiento de pequeños productores de banano orgánico. *Fortalecimiento de pequeños productores de banano orgánico*. Ecuador.

International Trade Centre. (2019). International Statistics. <https://www.trademap.org/Index.aspx>.
<https://www.trademap.org/Index.aspx>.

Jerez, J. (2011). *Comercio Internacional*. México: Libros Profesionales.

Kalfagianni, A., & Fuchs, D. (2010). *The Globalgap*.

Krugman, P. (2006). *Economía Internacional Política y Teoría*. Madrid: Pearson.

Lernoud, J., Potts, J., Sampson, G., Schlatter, B., Huppe, G., Voora, V., . . . Dang, D. (2018). *The State of Sustainable Markets Statistics and emerging trends*. Geneva: ITC.

Medina, P. (2015). *Saussure: el signo lingüístico y la teoría del valor*. Obtenido de
http://www.ub.edu/las_nubes/archivo/17/teoria-valor.pdf:
http://www.ub.edu/las_nubes/archivo/17/teoria-valor.pdf

Mesías, R. (2019). El acuerdo comercial de Ecuador con la Unión Europea y el comportamiento de las exportaciones ecuatorianas. *Tesis de Maestría*. Ecuador.

Mincetur. (2014). *Texto educativo de comercio exterior*. Peru: mincetur.

Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2019). *SIPA*. Obtenido de
<http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/cifras-agroproductivas>

Ministerio de Comercio Exterior. (2017). *Exportar con Calidad Caso Unión Europea*.

Guayaquil.

Ministerio de Comercio Exterior Ecuador. (2017). *Exportar con Calidad Caso Unión Europea*.

Guayaquil.

Ministerio de Comercio Exterior Ecuador. (2017). *Informe Sector Bananero Ecuatoriano*. Quito.

Monchón, F. (2001). *Economía. Principios y aplicaciones*. Buenos Aires: McGraw Hill.

Nieto, R., & Guerrero, D. I. (2019). los primeros 18 meses del Acuerdo Multipartes Ecuador-Unión Europea. *PODIUM*, 43-56.

Observatorio Helthia Certification. (2018). La alimentación saludable y sostenible, tendencia en alimentación a nivel mundial. *ARAL*.

Organic People Society. (enero de 2019). *Certificaciones Orgánicas* Obtenido de <https://www.soyops.com/certificacion-organica/>

Orozco, R. V. (2007). *El impacto del comercio del Banano*.

Pedro Andrade, A. M. (2017). Acuerdo comercial entre Ecuador y la Unión Europea. *Espacios*, Vol. 38 (Nº 58) . Pág. 26.

Peirce, S. C. (2007). *La ciencia de la semiótica*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.

- Pelavo, M. (2006). *Certificación como garantía de seguridad en los alimentos*. Obtenido de consumer: <http://www.consumer.es/seguridad-alimentaria/ciencia-y-tecnologia/2008/05/15/176934.php>
- Picaza, A. N. (2016). *Eroski consumer*. Obtenido de <http://www.consumer.es/web/es/alimentacion/tendencias/2016/05/13/223772.php>
- Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Barcelona.
- ProEcuador. (2018). *Banana en Alemania*. Guayaquil.
- Ramales, M. (2013). *“Economía Internacional. Apuntes introductorios”*. México.
- Research Institute of Organic Agriculture; IFOAM. (2019). *The World of Organic Agriculture, Statistics and Emerging Trends*. Recuperado el Septiembre de 2019, de <http://www.organic-world.net/yearbook/yearbook-2019.html>
- Revista Gestión Digital. (2018). Acuerdo favoreció aumento de las exportaciones a la Unión Europea. *Revistagestion.ec*, 1.
- Ricardo, D. (1817). *Principios de Economía y Tributación*. (C. Rodríguez, & P. d. Nuez, Trads.) Pirámide.
- Ristori Cueto, D., León Ayaía, A. L., García Sampedro, S. P., & Yasusi. (2014). Ventajas comparativas en la gestión del desempeño de los agronegocios. *Revista mexicana de agronegocios*, 1089-1100.

- Rodríguez, P. (2000). *Estandares laborales y comercio internacional*. Universidad Autónoma de Centroamérica.
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México DF: Mc Graw Hill.
- Smith, A. (1776). *Investigacion de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. (Santander, Ed., & J. A. Ortiz, Trad.) Valladolid.
- The World of Organic Agriculture. (2019). *La producción ecológica mundial alcanza otro máximo histórico: casi 70 millones de hectáreas de tierras agrícolas son bio*. Recuperado el 15 de septiembre de 2019, de <https://www.bioecoactual.com/2019/02/18/laproduccion-ecologica-mundial-maximo-historico/>
- Torrejòn, G. (2018). *Indicadores de producción del banano orgánico*. Lima, Perú: Universidad Cèsar Vallejo.
- Alvarez, J. (2016). *Las tendencias del mercado europeo. El universo* .
- Vásquez, J. A., Cardona, M., Vera, L., García, A., Escobar, G., & Ortiz, J. D. (2006). Efectos Ambientales y Socioeconómicos de los procesos productivos del café y del banano. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 149-166.
- Vejlgaard, H. (2008). *Anatomía de una tendencia: Una mirada fascinante a los patrones*. Mc Graw Hill .

Vidal, R. T. (2014). *Central America Data*. Obtenido de

https://www.centralamericadata.com/es/article/business_commerce/Tendencias_y_hbitos_actuales_del_consumidor_europeo

Vilar, M. L. (2015). *The intelligence of the trends*. España: Universidad de Murcia.

Yépez, J. (2012). Análisis del comercio exterior intra-industrial ecuatoriano. *Tesis de Maestría*.

Ecuador: FLACSO.

Zonaeconomica.com. (octubre de 2019). *Zona Económica Teoría del Consumidor*. Obtenido de

<https://www.zonaeconomica.com/teoria-del-consumidor>

Zúñiga, S. (2012). Análisis de la evolución de la balanza comercial ecuatoriana. *Tesis de*

Pregrado. Ecuador