



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Estudios de Posgrado



Universidad de Buenos Aires Facultad de Ciencias Económicas Escuela de Estudios de Posgrado

MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIA DEL COMERCIO EXTERIOR E INTEGRACIÓN

TRABAJO FINAL DE MAESTRÍA

Oportunidades Comerciales en el corto plazo para
Ecuador en el marco del Acuerdo Comercial
Multipartes con la Unión Europea.

AUTOR: JENIFER LISETT RODRÍGUEZ MURILLO

DIRECTOR: NÉSTOR MORÁN MURILLO

BUENOS AIRES, AGOSTO 2019



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Estudios de Posgrado



Dedicatoria

Esta lucha que parecía nunca terminar se la dedico a estas hermosas personas:

La más importante en mi vida, mi mamá. Esto es por ti y para ti, Patricia Elena Murillo Barzola, gracias por siempre apoyarme y por confiar en mí, Te amo un montón mamita linda de mi corazón.

A mi Papi, Alberto Honorio Murillo Murillo, gracias por creer en mí y por estar para mí en las buenas y en mis lágrimas.

Y a mis tres hermosos sobrinos: Dylan David, Thiago Alessandro y Layra Alejandra.

Espero algún día estén orgullosos de su tía.



Agradecimientos

Agradezco a Dios por cumplir el anhelo de mi corazón, porque desde muy pequeña soñaba con venir a Argentina a estudiar y lo cumplí. Dios ha sido bueno en todo momento y su misericordia me ha alcanzado cada día.

A mi mami Patty, quien jamás me dejó darme por vencida, quien me inspiró a seguir adelante y a pelear la buena batalla y me acompañó en cada paso de este camino. Eres mi luz, eres mi pilar y eres mi motor para seguir adelante, jamás podré demostrarte cuan agradecida estoy por todo lo que haces por mí y cuan afortunada soy de que seas mi mamá.

A mi papi Alberto, por cada llamada, cada mensaje de aliento y por siempre estar pendiente de mí, a pesar de la distancia, se hizo amigo de la tecnología para estar un poco más cerca de su hijita, gracias papito mío por el esfuerzo.

A mi tío, que para mí es mucho más que eso, es mi hermano y mi mejor amigo. Gracias mi K-beto por ser mi garante en esta loca aventura, ¡Lo conseguí también gracias a ti!

A mi Tiuchis, porque siempre me dio una palabra de aliento, su apoyo incondicional y sus recetas para que mi estadía acá no me haga extrañar tanto mi gastronomía ecuatoriana.

A mi hermano, Christopher, porque desde niños cuidó de mí, porque me llevó a inscribirme en la Universidad, porque me dijo que yo lo lograría.

A mi otra familia, la que me la regaló Dios, los Gómez Quintana, gracias por sus oraciones, por su cariño, por estar para mí siempre que los he necesitado, los quiero un montón.

A mi familia entera, que son mis Murillos, a mis verdaderos amigos (los de Ecuador y los que me regaló mi bella Argentina), a mi tutor de esta Tesis (y también gran amigo, por supuesto), gracias también a todos ellos por el apoyo incondicional, por la buena vibra y por estar en mi vida. También quiero agradecer a mi hermosa compañerita de desvelos, mi Lolita que estos últimos días estuvo a mi lado haciéndome el aguante ❤️

Gracias a la hermosa vida que Dios me ha dado y al porvenir, que hermoso y loco camino he recorrido durante estos años en este hermoso país que siento como mío, lugar donde pude madurar, aprender tanto de otros y de mí misma y a no dejarme vencer, a cuestionar, a pensar diferente, a crecer y seguir luchando.

Y sobre todo... gracias a mí. ¡Ya soy Magister de la Universidad de Buenos Aires!



Resumen

Para Ecuador, la firma del Protocolo de Adhesión al Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea en 2016, representa una puerta abierta para entrar a este importante bloque económico. Luego de un largo proceso de negociación que pareció no concretarse, el pragmatismo ganó a las ideologías y se cerró una negociación histórica para el país que de manera general contempla las asimetrías existentes. Los principales sectores beneficiados son los de la oferta exportable tradicional como el banano, camarón, atún, flores y cacao, sectores consolidados que ya se comercializaban en el mercado europeo. Se identifican oportunidades de acceso para sectores no tradicionales y manufacturas, pero para lo cual es necesario un adecuado proceso de implementación, seguimiento y evaluación del Acuerdo Comercial.

La relación comercial de Ecuador con la Unión Europea (UE) arrojó un saldo positivo tanto en su primer año de implementación (2017) y con menor fuerza, pero igualmente positivo para su segundo año (2018). A la vez que se promueven las exportaciones, buscando la diversificación de la oferta exportable, el Gobierno trabaja en la atracción de inversiones.

Las empresas ecuatorianas, especialmente pequeñas y medianas, perciben como positiva la firma del Acuerdo y coinciden en que se requiere mayor impulso desde los programas de apoyo y acceso a financiamiento o inversión, así como de una mejor articulación entre la academia, la universidad y las empresas. El presente trabajo presenta las principales oportunidades comerciales para Ecuador a partir de la firma del Acuerdo en 2016 y posterior a los resultados de los primeros años de su implementación.

Palabras clave: Acuerdo Comercial, Unión Europea, Ecuador, Oportunidades Comerciales.



Índice.

Dedicatoria.....	2
Agradecimientos.....	3
Resumen	4
1. Introducción.....	8
2. Planteamiento del tema.....	10
3. Marco teórico.....	11
3.1. Comercio Internacional	11
3.2. Política Comercial	13
3.3. Integración económica.....	14
3.4. Los acuerdos comerciales.....	15
4. Metodología.....	17
5. Acuerdo Multipartes entre la Unión Europea y Ecuador	21
5.1. Antecedentes.....	21
5.2. Preferencias arancelarias y beneficios para el acceso a mercados	24
5.3. Alcance del Acuerdo	28
5.4. Medidas fitosanitarias y sanitarias.....	29
5.5. Defensa comercial	30
5.6. Comercio y Desarrollo Sostenible.....	30
6. Relaciones Comerciales Ecuador – Unión Europea.....	30
6.1. Intercambio Comercial antes del Acuerdo	31
Balanza Comercial.....	31
Exportaciones	32
Importaciones	34
6.2. Intercambio Comercial después del Acuerdo.....	35
Balanza comercial.....	35
Exportaciones a la Unión Europea: destinos y productos	35
Principales productos importados.....	38
7. Oportunidades Comerciales y desafíos para Ecuador	39
7.1. Oportunidades del Acuerdo en tres etapas	40
7.2. Productos con potencial de acceso al mercado europeo.	41



7.3. Nuevas tendencias y oportunidades para Ecuador	52
7.4. Oportunidades y desafíos para las empresas ecuatorianas.	56
Primeros resultados: 2016-2020	57
Pronósticos en el corto plazo: 2021-2025.....	58
Programas de apoyo para la exportación.....	60
Conclusiones.....	62
Recomendaciones	63
Bibliografía.....	64
Anexos.....	70
Anexo 1: Resumen de entrevistas a diferentes actores en Ecuador.....	70
Anexo 2: Principales programas de apoyo a las PYMES para su acceso a la UE.....	74
Anexo 3: Productos no tradicionales (Ecuador) con acceso a la UE.....	76

Índice de Tablas

Tabla 1: Metodología y fuentes de investigación	18
Tabla 2: Listado de entrevistados	19
Tabla 3: Acceso de productos ecuatorianos.....	24
Tabla 4: Comercio Total Ecuador-UE 2007-2016.....	32
Tabla 5: Exportaciones por categoría de producto a la UE 2007-2016.....	33
Tabla 6: Productos exportados hacia la Unión Europea (miles USD)	37
Tabla 7: Productos importados por Ecuador de la UE (Miles USD)	38
Tabla 8: Productos tradicionales con potencial en la UE.....	42
Tabla 9: Exportaciones de cacao y elaborados Ecuador-Mundo (2016-2018).....	48
Tabla 10: Exportaciones de flores ecuatorianas al mundo (2016-2018)	50
Tabla 11: Exportaciones de pesca Ecuador-Mundo (2016-2019).....	51
Tabla 12: Productos no tradicionales (Ecuador) con acceso a la UE.....	76
Tabla 13: Pronóstico -Principales exportaciones hacia la UE, 2021-2025.....	57

Índice de Figuras

Figura 1: Línea de tiempo Negociación del Acuerdo Unión Europea (UE-Ecuador)	23
Figura 2: Desgravación de productos de la Unión Europea.....	28
Figura 3: Saldo comercial no petrolero con la UE 2014-2016.....	32
Figura 4: Evolución de las exportaciones ecuatorianas hacia la UE 2007-2016.....	32
Figura 5: Principales productos exportados hacia la UE (2016).....	34
Figura 6 : Evolución de las importaciones 2007-2016	34
Figura 7: Balanza Comercial Ecuador -UE 2016-2018	35
Figura 8: Exportaciones Ecuador-UE 2016 - 2018.....	36
Figura 9: Principales destinos de las exportaciones ecuatorianas a Europa 2016-2018.....	36
Figura 10: Top 10 de productos ecuatorianos exportados a la UE (2017)	37
Figura 11: Cadenas productoras beneficiarias del Acuerdo Comercial	39
Figura 12: Comparativo banano certificado vs. Convencional en la UE	44



Figura 13: Consumo de banano per cápita en los principales mercados europeos	46
Figura 14: Participación de las MIPYMES en las exportaciones hacia la UE 2016-2017	57
Figura 15: Fluctuación de las principales exportaciones hacia la UE, 2016-2020.....	58
Figura 16: Pronóstico- Fluctuación de las principales exportaciones hacia la UE, 2021-2025.....	60



1. Introducción

En 2015, la Unión Europea fue el segundo socio comercial más importante de Ecuador, mientras que Ecuador fue el socio comercial número 60 para este bloque, alcanzando un volumen comercial de 4,595 millones de euros. Esta relación comercial se ha ido consolidando a través de los años con algunos países del bloque, debido a la demanda de productos agrícolas en los que tradicionalmente destaca Ecuador, como es el caso del banano, cacao, así como también el atún. Sin embargo, las oportunidades comerciales para los exportadores ecuatorianos no podían ser del todo aprovechadas frente a una ventaja competitiva que se veía mermada por las barreras técnicas y arancelarias existentes, así como el precio del dólar, mientras que países vecinos como Colombia y Perú ya se encontraban operando en el marco de un acuerdo vigente desde el 2013 (Delegación de la Unión Europea en Ecuador, 2017).

Ecuador es tradicionalmente un país agroexportador, pese a que su balanza comercial petrolera históricamente ha significado un aporte fundamental a la economía del país. No obstante, a raíz de la caída de los precios del petróleo a partir del 2015, se plantean nuevas estrategias para el fortalecimiento de la balanza comercial no petrolera con la finalidad de atraer divisas, siendo fundamental para esto una mayor apertura comercial. Luego de varios años de negociación y casi al término del mandato del expresidente ecuatoriano Rafael Correa, Ecuador firmó en noviembre de 2016 su adhesión al Acuerdo Comercial entre la Unión Europea, Perú y Colombia; suscrito en 2012. Este tratado entró en vigencia en enero de 2017, convirtiéndose en un hito histórico en las relaciones bilaterales y la política comercial de Ecuador, toda vez que otorga importantes concesiones arancelarias a los productos agrícolas e industriales. La adhesión a este acuerdo brinda nuevas oportunidades de acceso al mercado para algunos productos como automóviles, bebidas alcohólicas y maquinaria por el lado de la Unión Europea, y productos de la pesca y acuicultura, banano, flores y cacao en el lado ecuatoriano. Pese a que la Unión Europea también se beneficia de estas ventajas arancelarias, se reconocen las asimetrías de las economías de cada socio y se dan diferentes plazos que van hasta los 17 años para su implementación (European Commission, 2018).



Para el 2017, a tan solo un año de implementación del Acuerdo, las exportaciones ecuatorianas a la Unión Europea incrementaron de USD 2,832 millones a USD 3,174 millones. De igual manera, la Unión Europea vendió a Ecuador más que el período anterior, al pasar de USD 1,616 millones a USD 2,093 millones (Federación Nacional de Exportadores, FEDEXPOR , 2017). Por otro lado, si se resume el comercio bilateral actual, el mismo se concentra en muy pocos sectores y productos. En el caso de Ecuador, los sectores de Banano, Pesca y Acuicultura son los mayores exportadores y, por ende, los más beneficiados con el Acuerdo vigente pese a que el 99,7% de la oferta agrícola, salvo el banano goza de un acceso libre de aranceles. Cabe recalcar que cerca del 90% del total de las exportaciones se concentra en ocho países: Italia, España, Países Bajos, Alemania, Francia, Reino Unido, Bélgica y Grecia; es decir las ocho naciones donde se concentra más del 70% de la población de la UE (Comisión Europea, 2017).

Luego de los primeros resultados que muestran cifras positivas para Ecuador, es necesario realizar un análisis sobre las potencialidades existentes dentro y fuera del sector agrícola, así como de otros mercados dentro la Unión Europea, de modo que el impacto en términos de volumen de exportación sea mayor, así como se implementen políticas públicas de apoyo al sector exportador que estén orientadas a productos y mercados con potencial de crecimiento. Por ende, en el presente trabajo de investigación se presentarán proyecciones justificadas en los resultados de los primeros años posterior a la implementación del Acuerdo, mostrando un pronóstico en el corto plazo, proyectado hasta el año 2025.

Con el fin de abordar estos aspectos, la investigación constará de los siguientes capítulos:

- El Acuerdo Multipartes entre la Unión Europea y Ecuador.
- Relaciones Comerciales Ecuador – Unión Europea: antes y después del Acuerdo.
- Oportunidades Comerciales y desafíos para Ecuador.

En el primer capítulo se presentará un análisis de los antecedentes de la firma del Acuerdo, el proceso de negociación, su marco legal, las condiciones y alcance que plantea. El segundo capítulo se centrará en información estadística sobre el intercambio comercial entre ambos socios, histórico y después de la firma del Acuerdo (2017-2018). El tercer



capítulo presentará información de inteligencia comercial donde se detallen los sectores-productos ecuatorianos identificados con mayor potencial de consolidación, expansión o ingreso a los diferentes mercados europeos, considerando principalmente oportunidades que puedan ser aprovechadas por las PYMES. Se incluirán los desafíos que debe superar Ecuador, tanto desde el sector público como privado, para así responder adecuadamente a la demanda y requisitos europeos.

Los beneficios de la investigación serán el contar con un insumo que contribuya en la identificación de las potencialidades de exportación y qué medidas, incentivos y programas de apoyo son requeridos. Así mismo, brindará una orientación al sector exportador, sobre todo a las pequeñas y medianas empresas, referente a los productos o servicios que cuentan con un nicho interesante de mercado en la Unión Europea.

La autora de este trabajo de investigación ha desarrollado su carrera en el campo de los negocios internacionales y la gestión de proyectos, por lo que el campo de estudio del presente trabajo es de interés personal y profesional.

2. Planteamiento del tema

La adhesión de Ecuador al Acuerdo Multipartes con la Unión Europea firmado en 2016, representa una oportunidad para el fortalecimiento de las relaciones bilaterales y el crecimiento de los flujos comerciales. La Unión Europea se ha convertido en los últimos años en uno de los socios comerciales más importantes de Ecuador; son consumidores con un alto poder adquisitivo y grandes importadores de productos agrícolas y alimentos, pero también es un mercado diverso y altamente exigente en lo que refiere productos de calidad, con responsabilidad social y ambiental, nicho para productos de las PYMES¹ ecuatorianas por sus prácticas de comercio justo y producción orgánica. Si bien el balance se muestra positivo para Ecuador, es importante generar un insumo que oriente la estrategia de acceso al mercado tanto a nivel de Gobierno como de las empresas. La Unión Europea es un

¹ Pequeñas y Medianas Empresas.



bloque económico conformado por 28 países², por lo que existe la oportunidad de lograr una adecuada diversificación de productos y mercados, así como la inclusión de nuevos actores en el comercio internacional como lo son las PYMES.

En este marco, el objetivo general de esta investigación consiste en analizar los sectores y productos ecuatorianos más relevantes o con mayor oportunidad de acceso y expansión en el mercado de la Unión Europea en el corto plazo. Además de presentar en qué consiste el Acuerdo Multipartes y sus beneficios, se identificarán acciones a promover para lograr un mayor aprovechamiento de las oportunidades y reducir las brechas existentes.

3. Marco teórico

3.1.Comercio Internacional

La teoría económica dice que existen dos razones principales por las que puede surgir el comercio entre países: la primera, es que los países comercian porque son diferentes entre sí y a través del comercio se pueden ver beneficiados si producen y venden lo que pueden hacer mejor; la segunda razón es que los países comercian para aprovechar la presencia de economías de escala en la producción, en donde venderán el excedente de lo que producen y comprarán lo que no producen (Zafarpour, 2015). En la teoría clásica del Comercio Internacional, conocida como la Ventaja Absoluta, Adam Smith³ en su obra "La Riqueza de las Naciones", establece sus propios principios e hipótesis sobre la economía internacional, siendo un punto de partida de la escuela clásica de pensamiento económico. Toda vez que su época es previa a la Revolución Industrial, y las preocupaciones de este economista se centraron en el análisis del valor, de la división del trabajo y de la productividad, se creía que, para poder satisfacer una demanda creciente de bienes de consumo, los recursos limitados de un país debían asignarse de modo eficaz a los procesos

² Al momento de la redacción del presente trabajo, el Reino Unido había ya consumado su salida del Bloque Europeo. No obstante, a fines de mantener coherencia con el análisis y proyecciones, se consideran los datos de los 28 países hasta el año 2020.

³ Adam Smith, escocés nacido en 1723, es uno de los economistas más famosos de la historia y es considerado el padre de la economía moderna. Sus teorías económicas combinan historia, filosofía, desarrollo económico, psicología y ética siendo uno de los máximos exponentes de la economía clásica.



productivos (Smith, 1958). Esta teoría fue posteriormente desarrollada por David Ricardo⁴ quien abordó las causas y beneficios comerciales a la ventaja comparativa. Esta teoría tiene como premisa de que existe libertad de comercio internacional y que este beneficia a los países que comercian entre sí, pero que aquellos que generan mayor riqueza son los que se especializan en producir aquello en lo que son más productivos (Ricardo, 2003). Por último, la teoría clásica afirmaba que el comercio internacional responde a que la subsistencia de los países yace en las relaciones internacionales, razón por la que los países deberían producir lo que más beneficio les proporcione.

Por otro lado, la denominada Nueva Teoría del Comercio Internacional se basa en la presencia de economías de escala en la producción, ofreciendo una respuesta alterna a la pregunta fundamental de la economía internacional: ¿por qué existe el comercio internacional? En términos teóricos, este enfoque supone una estructura de mercado de competencia imperfecta compatible con la presencia de economías a escala (o retornos crecientes de escala). La presencia de economías de escala en la producción incentiva a los países a que se especialicen en la producción de un número menor de bienes, pero a mayor escala; así, venderán el excedente de producción y comprarán los bienes que no producen. (Krugman, 1985).

En definitiva, ambas teorías convergen en que la aparición del comercio internacional aumenta el número de mercados potenciales en los que un país puede vender los bienes que produce, lo que se traduce en un aumento de la producción y en el uso más eficiente de las materias primas y del trabajo. La competencia derivada del comercio internacional obliga a las empresas nacionales a producir con más eficiencia y a modernizarse a través de la innovación. Por ende, estas teorías orientan la definición de los productos con potencial que se mostrarán en el desarrollo del presente trabajo de tesis; en vista de las oportunidades que crea la eliminación de aranceles para el ingreso de los principales productos de la oferta exportable ecuatoriana que poseen ventajas comparativas en el

⁴ David Ricardo es uno de los más célebres economistas británicos. Formó parte de la corriente de economistas clásicos, de la cual fue uno de sus mayores iconos. Sus principales contribuciones se encuentran en el ámbito de la macroeconomía y la teoría del valor económico.



mercado europeo; toda vez que se producen excedentes significativos en cuanto a sus niveles de productividad.

3.2. Política Comercial

Entre las diferentes formas en que el Estado puede intervenir en la economía, una de las más importantes es la política comercial, aquella que busca regular las relaciones comerciales del país con el resto del mundo. La política comercial está orientada hacia el comercio exterior y la búsqueda de mercados bilaterales, multilaterales y regionales, sobre la base de acuerdos o tratados de libre comercio. Contempla también esfuerzos individuales o en conjunto de programas de desgravación arancelaria, negociaciones regionales y multilaterales. Las diferentes escuelas de pensamiento económico han hecho énfasis en destacar dos planteamientos antagónicos: por una parte, el esquema proteccionista y, por la otra, el planteamiento de apertura de mercado (Zafarpour, 2015). La política comercial, comprende, entre otras acciones e instrumentos, la política arancelaria, que es un mecanismo protector y de captación de recursos bajo la forma de impuestos indirectos, que gravan las operaciones del comercio exterior. Los aranceles son la forma más antigua de política comercial, y han sido utilizados tradicionalmente como una fuente de ingresos para el Estado. La importancia de los aranceles ha disminuido con el tiempo, hoy en día los Gobiernos prefieren proteger las industrias nacionales a través de barreras técnicas al comercio como cuotas de importación y otras restricciones; sin embargo, siguen siendo una base esencial para entender las demás políticas comerciales. Entre las principales razones de los Gobiernos para establecer controles al comercio internacional, se encuentran (Jiménez & Lahura, 1999):

- Proteger a las empresas locales de la competencia externa.
- Promover la sustitución de importaciones, en donde se produce para consumo local productos que antes importaba.
- Proteger industrias nacientes o emergentes, hasta que sea eficiente para competir con las importaciones.
- Generar empleo a través de impulsar la productividad local.
- Promover la inversión extranjera directa (IED).



- Establecer estándares de salud, seguridad y calidad (por ejemplo, medidas fitosanitarias).
- Reducir déficit en balanza de pagos.
- Proteger a las industrias del dumping (fijación de precios inferiores al costo a los del país de origen).
- Controlar precios, como medida de presión para la elevación de los precios en el exterior.

La Organización Mundial de Comercio (OMC) es el organismo que regula y orienta las negociaciones comerciales, siendo la única organización internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países⁵. Los pilares sobre los que descansa son los Acuerdos de la OMC, que han sido negociados y firmados por la gran mayoría de los países que participan en el comercio mundial y ratificados por sus respectivos parlamentos (Organización Mundial del Comercio (OMC), 2016).

3.3.Integración económica

La integración económica es un proceso en el que dos o más países eliminan barreras comerciales facilitando el intercambio entre sí. Existen diferentes grados de integración y pueden referirse tanto al libre intercambio de bienes y servicios entre los países socios como también el libre flujo de factores productivos, la coordinación macroeconómica y la unión monetaria. Cohen Orantes (1981) definió la integración como un “*proceso mediante el cual dos o más gobiernos adoptan, con el apoyo de instituciones comunes, medidas conjuntas para intensificar su interdependencia y obtener así beneficios mutuos*”, por lo que la integración no es un objetivo en sí mismo, sino que representa un instrumento de desarrollo económico y social (Cohen Orantes, 1981).

Los intentos para lograr la convergencia entre bloques regionales han acontecido en los diferentes continentes. Los países europeos han tenido que enfrentar la diferencia de

⁵ Tras la adhesión de Afganistán el 29 de julio de 2016, la OMC agrupa actualmente a 164 miembros, así como a 20 naciones en calidad de observadores. La Unión Europea (UE) posee la condición de miembro y cuenta como uno solo.



culturas, lenguas, religiones, políticas económicas e intereses geopolíticos, con el fin de establecer la Unión Europea (UE). Del mismo modo, Asia y África han desafiado no sólo las diferencias en el aspecto económico, sino también en los sistemas sociales, políticos, religiosos, culturales, étnicos, lingüísticos, geográficos y gubernamentales (Alvarez, 2016).

3.4. Los acuerdos comerciales

A partir de los años noventa, los estudios sobre los acuerdos comerciales han ido más allá de los análisis orientados a los incentivos que determinan las preferencias en materia de política comercial y se ha prestado más atención a cuestiones tales como las razones por las que se conciertan acuerdos comerciales, las obligaciones sustantivas y los mecanismos para hacer cumplir sus disposiciones (Cornejo Almeida, 2017). En los modelos centrados en la justificación de los acuerdos comerciales se suele dejar de lado a las instituciones, mientras que en los centrados en la necesidad de que existan instituciones comerciales formales, no se establece en muchos casos un vínculo explícito y sistemático con los fundamentos del acuerdo en que se basa el modelo institucional. A nivel de la nomenclatura de registro que maneja la Organización Mundial de Comercio (OMC), se identifican varios tipos de acuerdos: Unión Aduanera, los acuerdos de alcance parcial y los de libre comercio. Los convenios que firmaron Colombia y Perú con la UE, que se negociaron de manera individual y recibieron la denominación de Acuerdos Comerciales Multipartes, estarían clasificados como tratados de libre comercio o TLC (Espinosa, 2013).

- Tratado de Libre Comercio.

Un Tratado de Libre Comercio (TLC) es un instrumento legal (bilateral o de más partes) de carácter vinculante, es decir de cumplimiento obligatorio, cuyo objetivo es consolidar el acceso de bienes y servicios, favorecer la captación de inversión privada y contar con reglas estables para facilitar el flujo de comercio de bienes, servicios e inversiones entre los países firmantes. Un TLC contempla aspectos económicos, institucionales, de propiedad intelectual, laborales, entre otros, con la finalidad de profundizar el proceso de apertura comercial e integración de las economías. De igual forma, un TLC está enfocado a preservar y resguardar los sectores más sensibles de la economía fortaleciendo las



capacidades institucionales de los países que lo negocian (Organización Mundial del Comercio (OMC), 2016).

- Acuerdo Comercial.

Los acuerdos comerciales son un factor clave en las relaciones comerciales internacionales. A lo largo de los años, estos acuerdos no solo se han hecho más numerosos, sino también más amplios y complejos como en el caso de Ecuador y la Unión Europea. Estas normas abarcan el establecimiento de uniones aduaneras y zonas de libre comercio para el comercio de mercancías, acuerdos regionales o mundiales para el comercio de mercancías entre países en desarrollo y acuerdos relativos al comercio de servicios. En términos generales, los ACR deben abarcar lo esencial de los intercambios comerciales (Organización Mundial del Comercio (OMC), 2016).

- Acuerdo de Comercio para el Desarrollo

Mediante resolución del COMEX⁶ de Ecuador en enero de 2012, se aprueba la propuesta de un modelo de negociación con el que este país enmarcaría sus acuerdos comerciales con los países de interés. El Acuerdo de Comercio para el Desarrollo (ACD) es un esquema base para los acuerdos, que sintoniza la Constitución y el Plan Nacional del Buen Vivir, pero también adaptado a la normativa internacional. Este esquema debe ser flexible en vista de los diferentes países con los que se pretenda negociar (COMEX, 2012). Los principios y valores en que se basan los ACD son la integración, el respeto a la soberanía, el reconocimiento de las asimetrías, el desarrollo y mejora de las condiciones de vida. En este esquema, Ecuador también pretende que las partes se comprometan a garantizar la libre movilidad de los seres humanos sin discriminación a los migrantes, a condenar la proliferación de armas de destrucción masiva, a trabajar para reducir los impactos del cambio climático y a luchar contra la corrupción (COMEX, 2012). Una vez establecidos estos compromisos, empieza la negociación de temas comerciales que respete una liberalización gradual tomando en considerando los sectores productivos más sensibles y asimetrías. Para darle institucionalidad al acuerdo, el modelo ACD decreta la creación de

⁶ El Comité de Comercio Exterior COMEX es el organismo ecuatoriano que aprueba las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, es un cuerpo colegiado de carácter intersectorial público, encargado de la regulación de todos los asuntos y procesos vinculados a esta materia.



un Consejo de Administración, cuya función principal es decidir sobre todas las cuestiones inherentes al acuerdo, su aplicación y cumplimiento.

- Diferencias entre TLC y Acuerdos de Comercio

La concepción de libre competencia otorga las mismas condiciones a todos, grandes o pequeños. En respuesta, en un ACD se deben reconocer las asimetrías que existen entre las partes antes de una apertura comercial, realizarla de manera proporcional y/o gradual. La conservación del medio ambiente es un tema vital del desarrollo. Un TLC facilita la exportación de materias primas, lo que incentivaría a producirlas más, pero como posible resultado las transnacionales o grandes corporaciones, tienen acceso a materias primas con pocas restricciones y controles y a precios muy cómodos; la extracción de estos recursos provocaría más daño al medio ambiente. Un ACD por su parte, promovería las industrias no contaminantes y la soberanía de los recursos naturales (Wong & Kulmer, 2010).

4. Metodología

El presente trabajo se enmarca en una investigación de tipo exploratoria debido a que, si bien existen publicaciones de carácter científico u opinión sobre el Acuerdo Multipartes Ecuador-UE; el análisis de los sectores ecuatorianos con mayor potencial de crecimiento y aprovechamiento del Acuerdo, no ha sido un tema ampliamente presentado. Para el levantamiento de información primaria, se define la muestra como no probabilística e intencional, lo que se complementa a través de la recolección de datos y pronunciamientos de fuentes oficiales como el Gobierno Nacional, Ministerios y demás organismos, así como publicaciones de revistas y prensa especializada. En la siguiente tabla se resume la metodología y técnicas a utilizar en la investigación planteada.



Tabla 1: Metodología y fuentes de investigación

Objetivos	Fuente secundaria	Fuente primaria/instrumento de recolección	Muestra	Técnicas de procesamiento
Analizar los sectores – productos ecuatorianos con mayores oportunidades de acceso a la UE y sus nichos	Datos oficiales de exportaciones- importaciones de fuentes oficiales. Estudios de mercado de agencias de promoción.	Entrevista (cuestionario breve) a actores locales de Ecuador.	10 empresas exportadoras, potenciales exportadores, representantes de Gobierno y Academia	Excel
Analizar primeros resultados de la firma del Acuerdo (2017-2018)	Datos oficiales de exportaciones- importaciones de fuentes oficiales	Entrevista (cuestionario breve) a actores locales de Ecuador.	10 empresas exportadoras, potenciales exportadores, representantes de Gobierno y Academia	Excel, SPSS
Presentar los antecedentes, alcance y beneficios del Acuerdo	Estudios académicos, informes y documentos oficiales	-	-	-
Explorar las iniciativas que se deberían promover para lograr un mayor aprovechamiento y eliminación de brechas, en especial en PYMES	-	Entrevista (cuestionario breve) a actores locales de Ecuador.	10 empresas exportadoras, potenciales exportadores, representantes de Gobierno y Academia	Excel, SPSS

Fuente: Elaboración propia.

Las entrevistas fueron realizadas a 10 empresas y actores relacionados al comercio exterior del Ecuador⁷, tanto del sector privado, academia y sector público, como insumo cualitativo para identificar las oportunidades y desafíos percibidos frente a las oportunidades comerciales a partir del Acuerdo. Se utilizaron medios electrónicos (correo electrónico o Skype) con los 10 contactos identificados a través de instituciones de apoyo como PRO ECUADOR y se definieron preguntas semiestructuradas⁸.

⁷ Esta información se obtuvo con el fin de que contribuya a la correcta descripción de las oportunidades y desafíos para el sector exportador y como aporte al conocimiento del ecosistema exportador en Ecuador.

⁸ Ver Anexo 1.



Tabla 2: Listado de entrevistados

Entrevistado	Empresa-Cargo	Sector	Contactos
1. Andrea Samaniego	Gerente de Comercio Exterior - Ecuadorian Goods	MIPYME Frutas no tradicionales	info@ecuadoriangoods.com
2. Adrián Coppiano	CEO – Bite Mix Company	MIPYME Alimentos procesados (Snacks)	adriancoppiano@hotmail.com
3. Yadira Martillo	Gerente – Chifles del campo	MIPYME Alimentos procesados (chifles)	info@chiflesdelcampo.com
4. Verónica Valdiviezo	Coordinadora de Comercio Exterior – Platayuc	MIPYME Alimentos procesados y agroindustria	
5. Pamela Nath	Directora – Sustainable Shrimp Partnership Ecuador	Institución privada de apoyo al sector exportador (Camarón)	pnath@sustainableshrimp.org
6. Francisco Uribe	Coordinador Regional - Alianza para el emprendimiento e innovación	Institución privada de apoyo a emprendedores	fauribe@aei.ec
7. Edwin Gavidia	Coordinador Proyecto Internacionalizate – FEDEXPOR	Gremio privado de apoyo al sector exportador	egavidia@gavatrade.com
8. Víctor Jurado	Director Ejecutivo - Cámara Binacional Ecuatoriano Italiano	Cámara Binacional de apoyo al sector privado	vjurado@ecuadoritalia.com
9. Luis Soria	Coordinador Sectorial de Agroindustria –PRO ECUADOR / Viceministerio de Promoción de Exportaciones e Inversiones	Institución Pública Agencia de Promoción de Exportaciones	lsoriab@produccion.gob.ec
10. Tania Tenesaca	Coordinadora de Proyectos ESPAE – Escuela de Negocios de la ESPOL	Academia – Universidad	ttenesac@espol.edu.ec

Fuente: Elaboración propia



El estudio se define como un estudio Descriptivo de diseño no experimental. La metodología seleccionada se fundamenta en las siguientes razones (Fassio, 2015):

- Los estudios descriptivos miden las variables en forma independiente, nunca buscan establecer o medir relaciones entre variables. A lo sumo, identifican la variable principal y las variables secundarias.
- Los estudios transversales no pretenden medir cambios en las variables o en sus relaciones; por el contrario, recogen la información en un momento dado del tiempo.
- Los diseños no experimentales pretenden descubrir relaciones entre los componentes de un hecho, ofrecen información sobre cómo se manifiestan los procesos que desembocan en un fenómeno determinado. Sus resultados no son generalizados, pero resultan de gran utilidad para la toma de decisión.

En cuanto a las unidades de análisis, se refiere a estos como a los elementos de los cuales se refieren las observaciones que se realizan (Fassio, 2015). En ese caso, la unidad de análisis serán las empresas ecuatorianas exportadoras y/o con potencial exportador. Por otro lado, una variable es aquello que se predica sobre la unidad de análisis, es decir, es un concepto que puede asumir distintos valores (Fassio, 2015). En la investigación se indagarán dos conjuntos de variables, las cuales se exponen a continuación:

- Variable Principal: Implementación del Acuerdo comercial Ecuador-UE.
- Variables secundarias:
 - Nivel Mejoramiento de condiciones iniciales posterior a la firma del acuerdo.
 - Existencia de demanda de los productos ecuatorianos en el mercado europeo.
 - Acceso de nuevos productos al mercado europeo.



5. Acuerdo Multipartes entre la Unión Europea y Ecuador

5.1. Antecedentes

El inicio de las negociaciones entre la CAN y la Unión Europea en 2007 marcó un hito para las naciones andinas y para Europa también, que pretendía integrarse por esta vía con América Latina⁹. Colombia ostentaba la Presidencia pro-témpore del Consejo Presidencial Andino en 2008, por lo que fue el país que asumió en su fase inicial la negociación, bloque a bloque, de un Acuerdo de Asociación¹⁰ integral con Europa que se desarrollaría paralelamente en tres dimensiones: Diálogo Político, Comercio y Cooperación. El objetivo central de este Acuerdo, desde la perspectiva europea, fue promover la alianza política, incrementar la cooperación europea y construir un área de libre comercio que promoviera los flujos de inversión y la liberalización gradual y recíproca (Espinosa, 2013).

Entre 2007 y 2008, se celebraron tres rondas de negociación en Bruselas, precedidas de largas y complejas sesiones de concertación en Lima, Quito y Bogotá. El Acuerdo incluyó inicialmente un formato flexible para permitir que cada uno de los Países Miembros de la CAN pudiera participar de manera selectiva en la negociación, con diferentes temas, velocidades y plazos distintos en materia de compromisos. Sin embargo, las diferencias en los modelos económicos y regímenes políticos, principalmente de Ecuador y Bolivia, así como sus complejas posturas de negociación en temas sensibles, hicieron un conjunto de situaciones irreconciliables al interior de la CAN y por ende con la Unión Europea (European Commission, 2018). Bolivia terminó apartándose del proceso negociador como resultado de las negociaciones en propiedad intelectual y se opuso a las negociaciones en servicios. En cuanto a Ecuador, además de las diferencias de modelo económico y enfoque negociador, este país se apartó gradualmente del proceso en razón de una ausencia de una

⁹ La Unión Europea perfeccionó sus Acuerdos de Asociación Económica con México en 1999 y con Chile en el 2002. En el 2007 inició negociaciones paralelas con la CAN y con Centroamérica. El relacionamiento comercial con el Caribe se ha realizado por intermedio de acuerdos encaminados a formalizar los denominados *Economic Partnership Agreements*.

¹⁰ Los europeos plantearon inicialmente a los países andinos, negociar un Acuerdo de Asociación, mientras que el Gobierno ecuatoriano propuso profundizar en otros criterios en donde a más de los temas comerciales, la cuestión de la cooperación y asuntos migratorios sean abordados.

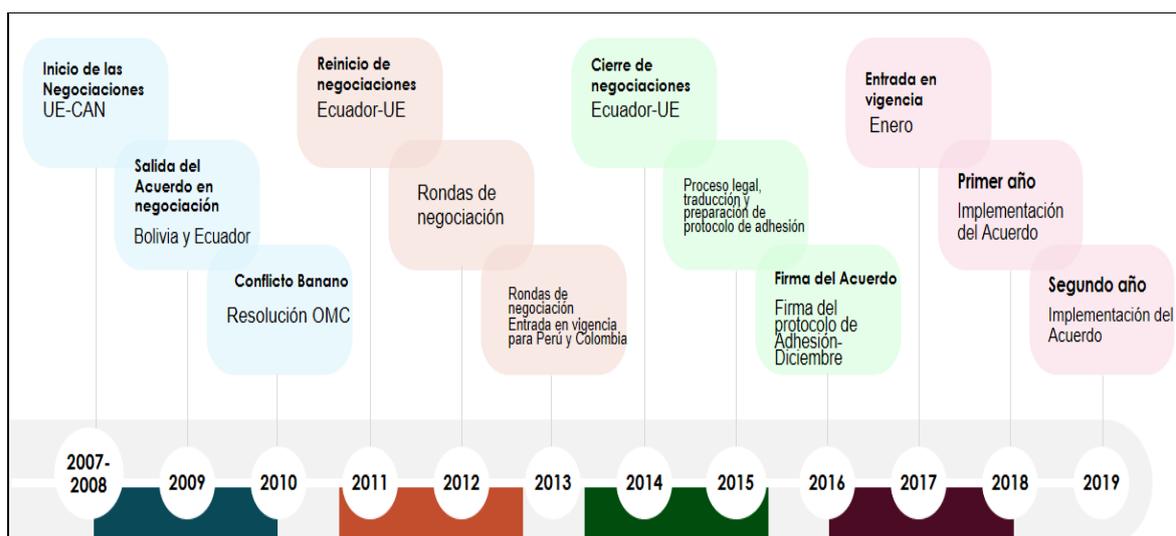


solución al contencioso de banano en el 2008¹¹, su principal producto exportador por el que se mantenía un arancel de 176 euros por cada tonelada de la fruta que ingresaba a ese mercado pese a tener fallos favorables de la OMC. Ecuador suspendió las negociaciones mientras el Bloque Europeo no cumpliera con las resoluciones de la Organización Mundial de Comercio (OMC) y reduzca los impuestos para el ingreso de banano. Ante este impasse, el Acuerdo de Asociación cambió su denominación a Acuerdo Comercial Multipartes, forma en la cual Colombia y Perú continuaron las negociaciones de forma bilateral. La agricultura fue el eje en torno del cual giraron las negociaciones con la Unión Europea, por la estructura productiva de los andinos, y por la naturaleza misma de las negociaciones con los europeos, especialmente por sus políticas de apoyo interno. Luego de varios años y complejas negociaciones, Ecuador finalmente se sumó al Acuerdo Comercial Multipartes, que ya estaba en vigencia entre 2012 y 2013 para Colombia y Perú. Antes de las negociaciones y durante las mismas, la política comercial de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) con la Unión Europea, estaba dada por el Sistema General de Preferencias (SGP), mecanismo que consiste en un régimen general para todos los países y territorios beneficiarios y dos regímenes especiales que toman en cuenta las necesidades específicas de los países en desarrollo con situaciones similares. Particularmente a Ecuador le urgía concretar su adhesión debido a que en diciembre del 2016 se terminaba el beneficio que la UE había otorgado para reducir la carga arancelaria a las importaciones ecuatorianas desde el bloque (Cornejo Almeida, 2017). Las negociaciones del Acuerdo entre la Unión Europea y el Ecuador se cerraron oficialmente el 17 de julio de 2014, este instrumento además de normar el intercambio de bienes y servicios, también contempla la participación de las partes en la contratación pública, la protección de los derechos de propiedad intelectual, la cooperación y de manera general, reconociendo las asimetrías existentes. Los productos ecuatorianos exportados al mercado europeo ingresarán libres de aranceles y obstáculos a una de las regiones de mayor poder adquisitivo del mundo. Terminadas las negociaciones del Acuerdo Comercial, se inició una etapa de revisión jurídica del instrumento, la traducción y la elaboración y aprobación del Protocolo de

¹¹ La UE puso fin a la llamada “guerra del banano” con un pacto acordado con los países de Latinoamérica en Ginebra, en la Organización Mundial del Comercio (OMC) el 15 de diciembre del 2009. Mediante este, se reducirá gradualmente el arancel de este producto de 176 a 114 euros por tonelada métrica para el 2017.

Adhesión, proceso que tardó dos años hasta entrar en vigencia, lo cual se puede observar a continuación:

Figura 1: Línea de tiempo Negociación del Acuerdo Unión Europea (UE-Ecuador)



Fuente: Delegación de la Unión Europea en Ecuador , 2017.

El Acuerdo otorga la liberalización inmediata del 99.7% de la oferta exportable ecuatoriana en lo que respecta a productos agrícolas y del 100% de los productos industriales. Hay que destacar que el Acuerdo contempla un capítulo sobre el comercio y desarrollo sostenible, donde ambas partes se comprometen en fortalecer el desarrollo económico y social de la población, con el cumplimiento de la legislación laboral y ambiental de cada una de las partes, y además adoptar los altos niveles de protección ambiental y laboral estipulados dentro de los acuerdos internacionales de la Organización Internacional de Trabajo y de medio ambiente (Delegación de la Unión Europea en Ecuador, 2017).



5.2. Preferencias arancelarias y beneficios para el acceso a mercados

El Acuerdo beneficia ampliamente a los productos agrícolas de Ecuador con un arancel del 0% a excepción del banano¹². Se eliminan los aranceles para todos los productos industriales y de pesca ecuatorianos. Los productos no agrícolas del Ecuador tales como, confección, maderas, muebles, productos de plástico o papel, accederán a la UE libres de arancel desde la entrada en vigor del Acuerdo. Con referencia a los productos de pesca del Ecuador (principalmente camarón y atún) estos lograron mejorar las condiciones de su acceso al mercado. El primero fue liberado del arancel de 3,6% a partir del 1 de enero de 2017.

Tabla 3: Acceso de productos ecuatorianos

CADENA	ACCESO INMEDIATO	PRINCIPALES PRODUCTOS	OTROS TRATAMIENTOS OTORGADOS POR UE A PRODUCTOS ESPECÍFICOS
Flores	Todo tipo de flores y rosas	Rosas, claveles, flores de verano	-
Frutas frescas	Todas las frutas de la oferta exportable ecuatoriana	Frutas deshidratadas, no tradicionales (melones, papayas, maracuyá, pitahaya, uvilla, guabas, mango, plátano, piñas, frutas congeladas.	Bananas: calendario de desgravación Cítricos, uvas, manzanas frescas, peras frescas: se desgrava arancel ad valorem, se mantiene específico
Vegetales frescos	Todos los vegetales frescos de la oferta exportable ecuatoriana	Brócoli, espárragos, mezclas de vegetales preparados o congelados, mandioca	Tomates: se desgrava arancel ad valorem, se mantiene específico Maíz dulce: contingente anual de 400 TM Ajo: contingente anual de 500 TM
Cereales	Todos los cereales y harinas de la oferta exportable ecuatoriana	Quinoa, avena, harina y polvo de banano	Maíz: Contingente anual de 37.000 TM Arroz: Contingente anual de 5.000 TM
Café y cacao	Café, cacao y chocolates	Café y cacao en grano, café cafeinado y descafeinado, pasta de cacao, manteca de cacao, cacao en polvo, extractos y esencias de café, chocolates	Chocolates con alto contenido de azúcar (> 70%): contingente de 10.000 TM
Oleaginosas (Aceites)	Oferta exportable de aceites procesados del Ecuador	Aceite de palma, margarinas, grasas vegetales, aceite de palmiste,	Remolacha: 7 años de desgravación Margarina con contenido de grasa de leche mayor a 10% y menor a 15%: 3 años de desgravación.
Confitería	Productos de confitería de la oferta exportable ecuatoriana	Chicles, chocolate blanco, caramelos	Mazapán, turrón y otros artículos de confitería preparados, cuyo contenido de azúcar sea >70%: contingente de 10.000 TM
Vegetales y frutas procesadas	Principales vegetales y frutas procesadas y congeladas	Palmito, mezclas de vegetales congelados, guisantes, frijoles, alcachofas, mermeladas, purés y pastas, jugos de mangos, papayas, tamarindos.	Productos con alto contenido de azúcar (>30% y >70% dependiendo del producto): contingente de 10.000 TM
Pesca y acuicultura	Toda la oferta exportable del Ecuador en acuicultura y pesca	Atún, camarones, langostinos, conservas de pescado y demás moluscos	-
Manufacturas	Toda la oferta exportable y potencial de productos manufacturados	Textiles, tableros de madera, manufacturas plásticas	-

Fuente: Federación Nacional de Exportadores, FEDEXPOR, 2017.

¹² El compromiso sobre la importación de banano fresco a la UE demuestra la forma en que el Acuerdo favorece a la producción agrícola del país. El arancel vigente al 31 de diciembre del 2016 era de 127 €/t; a la entrada en vigor del Acuerdo bajó a 97€/t.



A continuación, un resumen del tratamiento arancelario favorable para Ecuador (Delegación de la Unión Europea en Ecuador, 2017):

1. La oferta exportable ecuatoriana goza de 0% de arancel para el 100% de los productos industrializados y de la pesca, y para el 99.7% de los productos agrícolas¹³.
2. Entre los productos que no ingresan con 0% de arancel, se encuentra el banano, el cual tiene un acceso preferencial que actualmente es de 97 euros por TM, y a partir del 2020, éste será de 75 euros por TM.
3. Un pequeño porcentaje de productos, principalmente de los sectores de lácteos, carnes y embutidos, y aceites, se desgravarán en canastas de 3, 5, 7 y 10 años. Tan solo 156 subpartidas se encuentran en estas categorías y corresponden a productos que el Ecuador tiene un muy bajo nivel de exportación a la Unión Europea.
4. Para productos de las cadenas de arroz, azúcar, maíz, panela, fécula de yuca, que no recibían beneficios del Sistema Generalizado de Preferencias SGP+ por ser productos sensibles para la UE, se logró su acceso con 0% de arancel dentro contingentes. Dentro de esta condición se encuentran 106 subpartidas.
5. Adicionalmente, existen 36 subpartidas que tendrán desgravaciones parciales, es decir, que se desgravará solo un componente del arancel y el otro componente permanecerá fijo.
6. Entre los productos que la UE excluyó, se encuentran 205 partidas que representan cerca del 10% de universo arancelario agrícola negociado.

Por su parte, los exportadores de la UE tienen periodos de desgravación más largos y podrán ahorrar en aranceles aproximadamente 106 millones EUR, mientras que para las exportaciones ecuatorianas el ahorro será de hasta 248 millones EUR por año. A partir del 1 de enero de 2017, el 44% de las líneas tarifarias agrícolas de la UE se benefician de un ingreso al mercado ecuatoriano sin aranceles. El restante 10% de las partidas, correspondiente a 93 líneas tarifarias, entre ellas las carnes de cerdo, bovino, pavo y de

¹³ Antes de la vigencia del Acuerdo, 9236 subpartidas ya gozaban de ingreso a la UE con 0% de arancel a la UE por el sistema de preferencias generalizadas (SGP).



aves, huevos, soya, arroz, quesos frescos o maíz, quedaron excluidas del Acuerdo. Una serie de productos de exportación de la UE sigue sujeta a aranceles transitorios y/o contingentes arancelarios¹⁴, entre ellos los productos lácteos. Para la leche de la UE (condensada, en polvo) y productos lácteos (yogurt, sueros, quesos) se establecieron cuotas¹⁵ anuales libres de arancel con un sistema de aumento periódico anual. De esta manera, se aplicará un contingente de importación de 400t para la leche en polvo con un crecimiento de 20t por año. Además, para quesos de baja humedad y quesos azules de la UE se introdujo un periodo de transición de 17 años con un contingente libre de arancel de 1000t por año con un crecimiento de 50t. Al alcanzarse el nivel de 120% del contingente, Ecuador puede activar la salvaguardia como medida de protección (Fundación EU-LAC, 2008).

Por su parte, Ecuador liberó aranceles al 61% de los productos industriales de la UE mientras que el 39% restante obtendrá el acceso libre al mercado en 5 hasta 17 años. El propósito de esta desgravación más larga es para prevenir el impacto negativo que pudiera tener una liberalización precipitada en el sector productivo de Ecuador. De esta manera, los aranceles para los vehículos, producto esencial de la exportación de la UE, completados (CBU) y vehículos para ensamblaje en Ecuador (CKD), se desgravarán entre 7 y 10 años. Para los productos textiles y prendas de vestir, los aranceles se eliminarán en un periodo de 5 años; mientras que los productos de cristal y vidrio o varios tipos de piedras (mármol, granito etc.) tendrán un período de transición de entre 5 y 10 años. Del mismo modo, se resume a continuación los beneficios arancelarios para la contraparte europea (Delegación de la Unión Europea en Ecuador, 2017):

1. En cuanto a los productos agrícolas no sensibles, Ecuador otorgó acceso inmediato con 0% de arancel, y en canastas de 3, 5 y 7 años, para 593 subpartidas, entre las

¹⁴ Los contingentes arancelarios permiten importar una cantidad determinada de un producto a un tipo del derecho de importación inferiores (derechos contingentarios) al tipo de derecho normalmente aplicable a ese producto (Comisión Europea, 2022).

¹⁵ Las cuotas de importación son un instrumento de política comercial mediante la cual un país establece límites a la importación de determinados productos de acuerdo a la estrategia comercial que quiera llevar a cabo. (Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica - CELAG, 2022).



que se encuentran productos como animales vivos y productos de animales, flores, ciertos vegetales, ciertas frutas frescas, cereales, harinas, aceites, cacao, café, licores, entre otros productos. De estas 593 partidas, aproximadamente el 34% de ellas ya no pagaban arancel antes de que entre en vigencia el acuerdo.

2. En lo que respecta a productos agrícolas sensibles para el Ecuador, se otorgó acceso en canastas¹⁶ de 10, 15 y 17 años a 136 subpartidas, dentro de las que se encuentran productos como: ciertas frutas y vegetales, condimentos, chocolates, derivados de cereales, papas frescas, ciertas carnes y embutidos, y quesos de pasta azul.
3. Existen 35 subpartidas que tendrán exclusiones parciales (desgravación dentro de un contingente). Dentro de esta categoría se encuentran productos como: lácteos, maíz dulce, papas congeladas, embutidos cocidos de porcinos, alimentos para animales y balanceados, y despojos de bovino.
4. Ecuador reservó 56 subpartidas arancelarias a las que se les podrá seguir aplicando la Franja de Precios de la Comunidad Andina. Las concesiones otorgadas por el Ecuador fueron sobre el componente fijo de la franja, lo que permitirá al Ecuador seguir aplicando el componente variable de la Franja de Precios. Además, se aplicarán desgravaciones parciales para 32 subpartidas adicionales.
5. Entre los productos que Ecuador excluyó, se encuentran 93 subpartidas, que representan cerca del 10% del universo arancelario agrícola negociado. Entre los productos excluidos se encuentran: la leche y el queso fresco, mantequilla, carnes y procesados de bovino y de aves, maíz y sus derivados, arroz y sus derivados, soya, papa congelada y azúcar.

¹⁶ Compromisos de reducir y “consolidar” los derechos de aduana que aplican a las importaciones de mercancías (Organización Mundial del Comercio (OMC), 2022).

Figura 2: Desgravación de productos de la Unión Europea



Fuente: El Comercio, 2018.

5.3. Alcance del Acuerdo

Es importante mencionar que el Acuerdo Comercial no es un tratado bilateral entre Ecuador y la Unión Europea sino un convenio Multipartes conformado por Colombia y Perú y abierto a la integración futura de Bolivia. Al incluir todos los miembros de la Comunidad Andina, se transformaría en un Acuerdo Comercial entre bloques subregionales que reforzaría la integración regional. Entre los principales componentes y características del Acuerdo Multipartes se encuentran los siguientes (Cornejo Almeida, 2017):

- Acceso a mercados
- Defensa Comercial
- Servicios
- Contratación Pública
- Propiedad Intelectual
- Comercio y Desarrollo Sostenible



Adicionalmente, se negoció una asistencia técnica no reembolsable para el fortalecimiento de las capacidades comerciales, la misma que se implementará en el marco jurídico e institucional que regula las relaciones de cooperación.

5.4. Medidas fitosanitarias y sanitarias

Se estipula que las Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (MSF) pueden ser adoptadas siempre y cuando su aplicación no constituya un medio de discriminación arbitrario o injustificable entre los miembros o se convierta en una restricción encubierta del comercio internacional. Las medidas sanitarias y fitosanitarias ocupan un lugar destacado en el Acuerdo. Además de hacer referencia expresa al "Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias de la OMC", existe una serie de cláusulas destinadas a asegurar la calidad de los productos objeto de comercialización, y que coinciden en buena parte con lo señalado respecto a los obstáculos técnicos al comercio (Organización Mundial del Comercio (OMC), 2016). En Ecuador, el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca, MAGAP, la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, ARCSA, y Agrocalidad son los responsables de planificar y ejecutar acciones para proteger la producción agropecuaria de plagas y enfermedades que puedan afectar las especies animales o vegetales del país. ARCSA está encargada de la protección de la salud de la población, a través de la gestión del riesgo de los productos de uso y consumo humano, así como de los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, ARCSA, 2021). En cambio, Agrocalidad, como autoridad Fito zoosanitaria nacional, define y ejecuta las políticas de control y regulación para la protección y el mejoramiento de la sanidad animal, vegetal y la inocuidad alimentaria. En la Unión Europea, la DG SANTE de la Comisión Europea tiene por objetivo reducir y gestionar los riesgos para los consumidores. En cambio, la EFSA es la organización autónoma destinada a asesorar sobre los riesgos en la cadena alimentaria (Agrocalidad, 2021).



5.5. Defensa comercial

En el Capítulo II del Título III del Acuerdo Comercial, las Partes reafirman sus derechos y obligaciones derivados del Acuerdo Antidumping, del Acuerdo sobre Subvenciones y del Acuerdo sobre Normas de Origen de la OMC. En este sentido, las partes deben asegurar que su legislación nacional en materia de defensa comercial sea compatible con las reglas pertinentes de la OMC. En los últimos años, los principales mecanismos para alterar el objetivo de los acuerdos comerciales han sido el manejo de precios inferiores a los habituales en el mercado propio, las subvenciones públicas, y las prohibiciones temporales de importaciones. Para contrarrestar los efectos negativos que pudieran causar, existen tres instrumentos de defensa comercial: 1) Las medidas antidumping, 2) Anti-subsunción y 3) De salvaguardia tratados en el Acuerdo Comercial (Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca , 2021).

5.6. Comercio y Desarrollo Sostenible

A través del Acuerdo, las partes se comprometen no sólo a cumplir con la legislación laboral y ambiental de cada parte, sino a adoptar los altos niveles de protección ambiental y laboral estipulados dentro de los acuerdos internacionales de la OIT con la finalidad de mejorar la contribución del comercio al desarrollo sostenible. Se basa en la Declaración de Johannesburgo sobre Desarrollo Sostenible de 2002, que afirma que los países asumen la responsabilidad colectiva de promover y fortalecer el desarrollo económico, social y la protección ambiental, pilares interdependientes y sinérgicos del desarrollo sostenible (Leeg, 2018).

6. Relaciones Comerciales Ecuador – Unión Europea

Ecuador cerró el 2018 con un crecimiento del 16% en su balanza comercial, aunque son aún mayores las importaciones que las exportaciones, según un informe de la Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR). Con un PIB en torno a los USD 100 000 millones, y una economía poco tecnificada que no acaba de despertar después de la crisis entre 2015 y 2016, en el año 2018 las exportaciones petrolíferas se beneficiaron de un incremento del 30%, llegando a un monto de USD 8.9 millones. Por el contrario, las no



petroleras crecieron apenas un 5% hasta los USD 12.8 millones. Por destinos, la Unión Europea, con USD 2.9 millones, se ha posicionado como el principal destino de los productos no petrolíferos ecuatorianos, seguido de Estados Unidos, con USD 2 343 millones, Vietnam USD 1 141 millones, China, USD 906 millones y Rusia, USD 766 millones (Federación Nacional de Exportadores, FEDEXPOR , 2017).

Por lo citado anteriormente, la Unión Europea es uno de los principales socios comerciales del Ecuador desde antes de la firma del Acuerdo y representa un mercado fundamental para los exportadores ecuatorianos, especialmente PYMES, ya que se trata de un mercado diverso y de nicho¹⁷, quienes se verán beneficiados de la estabilidad y apertura gradual que general este instrumento. Para identificar y analizar oportunidades para la diversificación de sectores y productos con potencial de exportación hacia la Unión Europea, es necesario conocer cómo se ha desarrollado el intercambio comercial con Ecuador, su evolución e impacto. A continuación, se presentan las principales cifras de su flujo comercial.

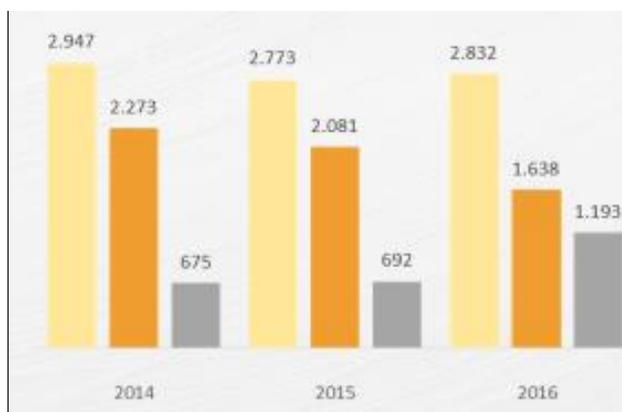
6.1. Intercambio Comercial antes del Acuerdo

Balanza Comercial

En relación a la Balanza Comercial no Petrolera, para el periodo 2014-2016, previo a la firma del Acuerdo Multipartes, Europa representó el segundo mercado de destino de las exportaciones y tercer proveedor de las importaciones. El saldo comercial no petrolero ha sido superavitario para Ecuador; en 2016 superó los USD 1.193 millones como se presenta en el siguiente gráfico.

¹⁷ Mercados de nicho son grupos de personas que comparten características similares. Al atender un mercado de nicho se especializa en una solución a la medida que difícilmente otro competidor estará resolviendo (especialmente los grandes competidores mayoristas).

Figura 3: Saldo comercial no petrolero con la UE 2014-2016



Fuente: Ministerio de Comercio Exterior , 2017.

Exportaciones

Las exportaciones totales crecieron a una tasa promedio anual de 5%, mientras que las importaciones registraron un 10% como se detalla a continuación:

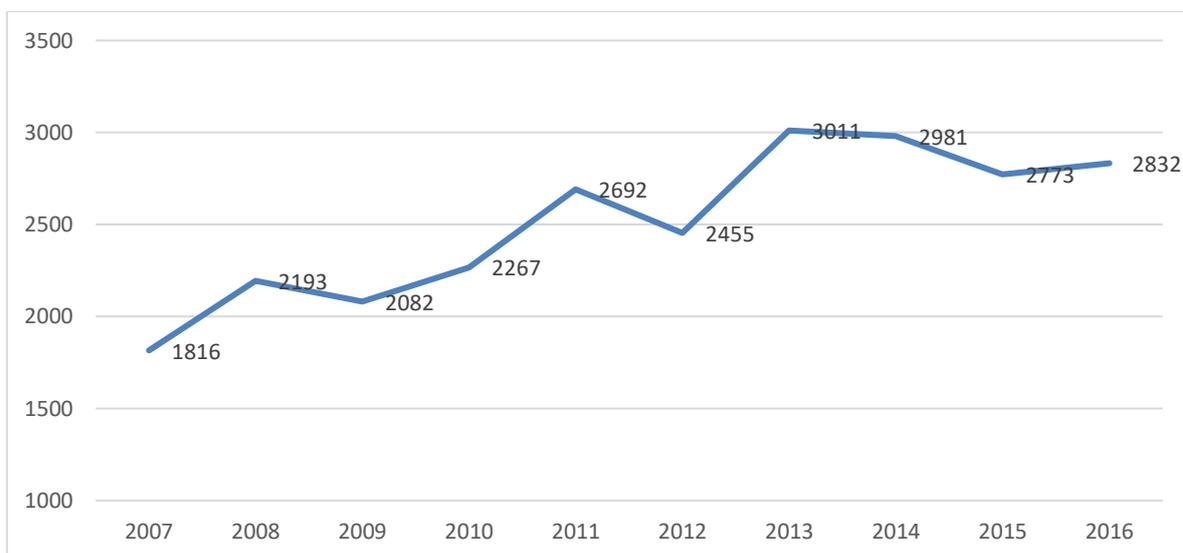
Tabla 4: Comercio Total Ecuador-UE 2007-2016

Año	X	Participación X Mundo	Variación Anual	M	Participación M Mundo	Variación Anual	Saldo
2007	1,816,300	13%		1,166,629	9%		649,671
2008	2,192,858	12%	21%	1,429,004	8%	22%	763,854
2009	2,082,390	15%	-5%	1,494,321	11%	5%	588,069
2010	2,266,754	13%	9%	1,640,847	9%	10%	625,907
2011	2,692,373	12%	19%	2,151,809	9%	31%	540,564
2012	2,454,758	10%	-9%	2,784,833	12%	29%	-330,075
2013	3,011,079	12%	23%	2,872,772	11%	3%	138,307
2014	2,981,293	12%	-1%	2,950,794	11%	3%	30,499
2015	2,772,951	15%	-7%	2,411,857	12%	-18%	361,094
2016	2,394,919	17%	-14%	1,665,384	13%	-31%	729,535
TCPA	5%			10%			

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior , 2017.

Las exportaciones (FOB) 2007-2016 a la Unión Europea, mostraron una tendencia creciente principalmente a partir del 2012 como se puede apreciar a continuación:

Figura 4: Evolución de las exportaciones ecuatorianas hacia la UE 2007-2016



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Comercio Exterior, 2019.

Los bienes “Agrícolas” y “Alimentos, bebidas y tabacos” registraron las mayores participaciones en las exportaciones totales. Esto se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 5: Exportaciones por categoría de producto a la UE 2007-2016

CATEGORÍAS DE PRODUCTOS	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	TCPA
Bienes Primarios	992,545	1,201,495	1,362,873	1,481,580	1,685,714	1,439,114	1,780,293	1,848,756	1,701,480	1,563,508	7%
Agrícolas	979,224	1,201,493	1,362,845	1,481,571	1,634,142	1,439,099	1,492,054	1,814,116	1,701,059	1,562,150	7%
Minero	163	2	28	9	15	15	19	145	421	1,358	13%
Energético	13,158				51,556		288,220	34,495	0		-85%
Bienes Industrializados	823,755	991,340	719,357	785,051	1,006,316	1,015,349	1,230,557	1,132,316	1,071,227	831,124	3%
Alimentos, bebidas y tabacos	719,442	874,367	655,877	724,511	863,597	890,537	1,120,033	1,010,462	956,583	733,567	4%
Otros tradicionales	46,486	47,458	33,153	38,428	47,494	42,079	47,079	59,527	59,673	54,188	3%
Con elevadas economías de escala	51,775	64,982	26,858	16,655	90,578	78,730	59,844	57,069	26,158	35,643	-8%
Duraderos	569	739	667	428	1,327	650	872	1,324	1,273	1,281	11%
Difusores de progreso técnico	5,482	3,794	2,802	5,029	3,321	3,353	2,730	3,934	27,540	6,446	22%
Otros Bienes	0	23	160	123	343	295	229	221	244	287	40%
TOTAL EXPORTACIONES	1,816,300	2,192,858	2,082,390	2,266,754	2,692,373	2,454,758	3,011,079	2,981,293	2,772,951	2,394,919	5%

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior, 2017.

Para el 2016, los cinco principales productos de exportación hacia la Unión Europea fueron banano, camarón, pesca, cacao y flores, sectores tradicionales de la oferta exportable ecuatoriana.

Figura 5: Principales productos exportados hacia la UE (2016)

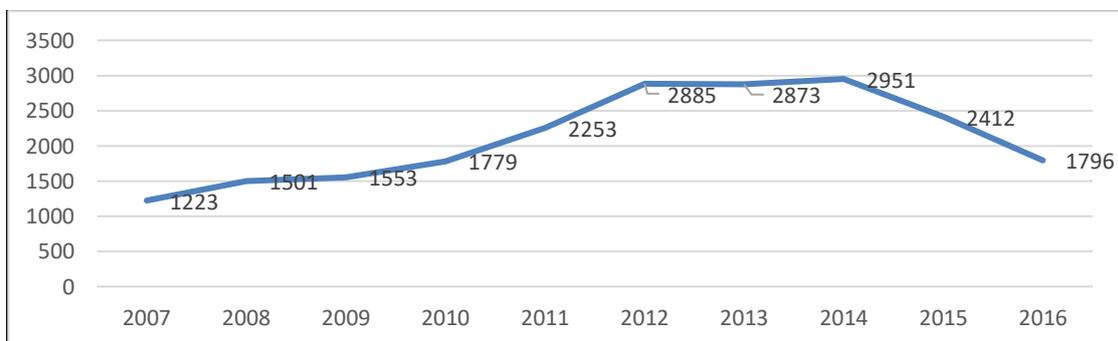
URL	Producto principal BCE - N4	Part %
	Banano	29,99%
	Camarones	24,69%
	Enlatados de Pescado	16,78%
	Cacao	6,22%
	Flores naturales	5,75%

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior , 2019.

Importaciones

Respecto a las importaciones, estas decrecieron en el periodo 2015-2016 debido a las salvaguardas aplicadas por Ecuador; alrededor de un 8% de las ventas europeas a Ecuador fue impactada por el 45% de sobretasa (bienes de consumo, alimentos, azulejos, etc.)

Figura 6 : Evolución de las importaciones 2007-2016



Fuente: Elaboración propia en base a Ministerio de Comercio Exterior , 2019.

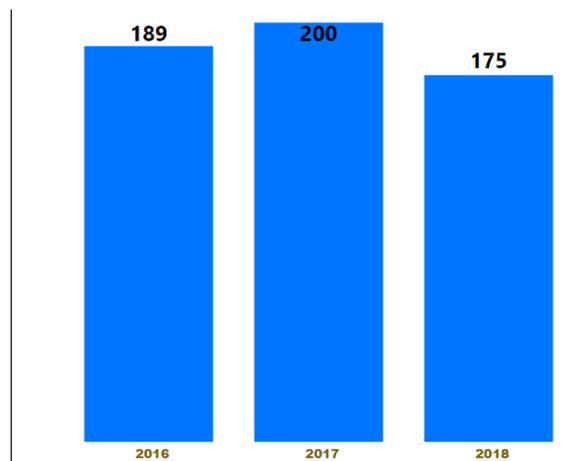


6.2. Intercambio Comercial después del Acuerdo.

Balanza comercial

El periodo de análisis del intercambio comercial post-acuerdo, se centra en el periodo 2016-2018. Respecto a la balanza comercial no petrolera esta creció aproximadamente en seis puntos partir del primer año de la implementación del Acuerdo (2017), mientras que para el 2018 se cerró con un decrecimiento aproximado de 12 puntos. Esto pese a que las exportaciones aumentaron, pero las importaciones también presentaron un crecimiento.

Figura 7: Balanza Comercial Ecuador -UE 2016-2018

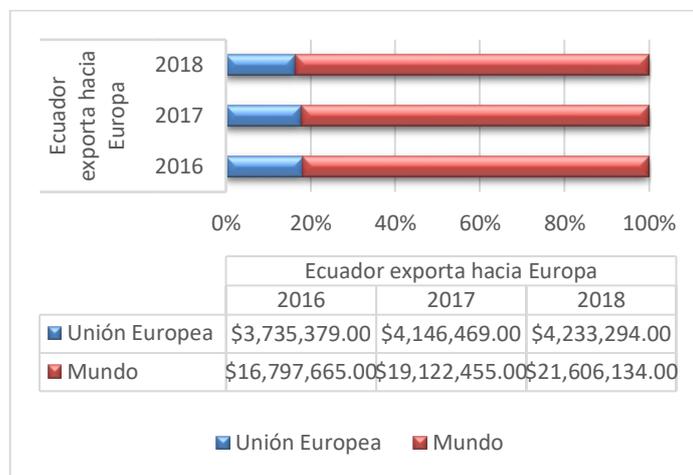


Fuente: Ministerio de Comercio Exterior, 2019.

Exportaciones a la Unión Europea: destinos y productos

Las exportaciones ecuatorianas a la Unión Europea han incrementado en comparación con el periodo 2016. Del total de las exportaciones ecuatorianas, la Unión Europea representó el 22% en 2017 y 20% en 2018 del mercado de exportación. Esto se puede observar en el siguiente gráfico (International Trade Centre, 2019):

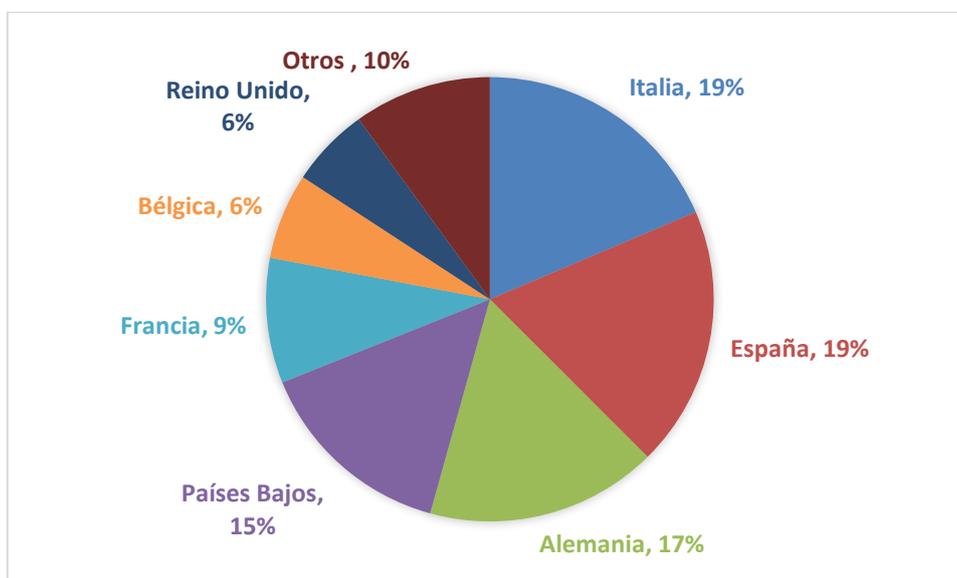
Figura 8: Exportaciones Ecuador-UE 2016 - 2018



Fuente: Elaboración propia en base a ITC, 2019.

Los principales destinos europeos a los que exporta Ecuador son Italia, España, Alemania, Países Bajos y Francia, lo que se muestra a continuación:

Figura 9: Principales destinos de las exportaciones ecuatorianas a Europa 2016-2018



Fuente: Elaboración propia en base a ITC, 2019.

Los principales productos exportados por Ecuador a la Unión Europea son Banano, enlatados de Pescado, Camarón y Cacao. Para el 2018, el camarón logró ubicarse como el

segundo producto exportado a la Unión Europea con un 24.99% de participación y el primero a todos los mercados de exportación de Ecuador, ubicándose como el segundo productor y exportador mundial de camarón.

Figura 10: Top 10 de productos ecuatorianos exportados a la UE (2017)

URL	Producto principal BCE - N4	Part %
	Banano	29,43%
	Enlatados de Pescado	22,63%
	Camarones	22,34%
	Cacao	5,86%
	Flores naturales	5,45%
	Café industrializado	1,98%
	Jugos y conservas de frut...	1,89%
	Elaborados de banano	1,40%
	Extractos y aceites vegeta...	1,13%
	Otras maderas	0,85%

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior , 2019.

De igual manera, se puede observar a continuación las principales partidas beneficiadas posteriormente a la implementación del Acuerdo, donde destacan los enlatados de pesca



(atún principalmente) que prácticamente cuadruplicaron sus exportaciones al verse beneficiados por la liberación de aranceles.

Tabla 6: Productos exportados hacia la Unión Europea (miles USD)

DESCRIPCIÓN	2016 ENE-DIC	2017 ENE-DIC	ARANCEL 2017
Las demás bananas frescas tipo Cavendish Valery	732,764	793,459	97 EUR/TON
Los demás camarones, langostinos y demás decápodos congelados ncop	493,617	510,618	0%
Los demás cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado ncop	173,884	184,175	0%
Listados en agua y sal	41,846	172,029	0%
Listados en aceite	49,098	161,948	0%

Fuente: PRO ECUADOR, 2019.

Principales productos importados

Respecto a las importaciones de productos europeos, destacan los equipos industriales y medicinales, los cuales tuvieron un incremento significativo impulsado por la liberación de aranceles, lo que se puede apreciar a continuación.

Tabla 7: Productos importados por Ecuador de la UE (Miles USD)

DESCRIPCIÓN	2016 ENE-DIC	2017 ENE-DIC	ARANCEL 2017
Los demás medicamentos para uso humano para uso terapéutico o profiláctico	85,421	86,838	4.1%
Los demás vehículos de encendido por chispa de cilindrada máxima a 3,000 cm ³	16,127	38,565	35%
Las demás vacunas para medicina humana	27,539	24,903	0%
Homos industriales para industria de cemento	492	36,040	8.3%
Los demás aparatos de medicina, cirugía, odontología o veterinaria	10,403	24,345	0%

Fuente: PRO ECUADOR, 2019.

7. Oportunidades Comerciales y desafíos para Ecuador

Las cifras presentadas en el capítulo anterior muestran una clara ventaja para Ecuador a través de sus productos tradicionales. El sector agrícola predomina las exportaciones ecuatorianas hacia el mercado europeo, mientras surgen oportunidades para los productos con valor agregado que respondan a las tendencias de consumo de un mercado de más de 513 millones de personas. Las principales cadenas productivas o sectores exportadores que gozan de acceso inmediato libre de aranceles se resumen en la siguiente figura, tomando en consideración que el 99.7% de los productos agrícolas y el 100% de los productos industrias y pesqueros ecuatorianos gozan de liberación a partir de la entrada en vigencia del Acuerdo, a excepción del banano (Delegación de la Unión Europea en Ecuador, 2017).

Figura 11: Cadenas productoras beneficiarias del Acuerdo Comercial



Fuente: Elaborado por la Autora.

El Acuerdo Comercial con la Unión Europea favorece al Ecuador y ofrece oportunidades, en diferentes etapas, las cuales deben ir acompañadas de las políticas e incentivos adecuados para promover la competitividad y el acceso a mercados, así como de información cualitativa levantada a través del contacto con empresas exportadoras o



potenciales exportadores, Academia y sector Gubernamental. A continuación, se presentan las oportunidades comerciales de Ecuador y cuáles serían los principales desafíos a superar.

7.1. Oportunidades del Acuerdo en tres etapas

La fase de implementación y seguimiento del Acuerdo Comercial resulta tan importante como la fase de negociación, ya que en esta deben considerarse una serie de acciones para que las preferencias y parámetros establecidos puedan ser aprovechados en mayor medida por los sectores involucrados, por lo que también requiere de un acompañamiento estratégico a los diferentes sectores y actores. Se podría decir que el Acuerdo Comercial brinda oportunidades para el corto, mediano y largo plazo, mostrados en el presente trabajo como distintas etapas. En el corto plazo - primera fase, se presenta una oportunidad de crecimiento y consolidación para las exportaciones de bienes primarios. Actualmente, el 70% las exportaciones a la Unión Europea son productos primarios no procesados (European Commission, 2018) o *Commodities*¹⁸. Los resultados del primer año de la implementación del Acuerdo ya muestran cifras positivas para los productos tradicionales del Ecuador como banano, camarón, atún, cacao y flores (Comisión Europea, 2017).

En el mediano plazo - segunda etapa, es importante desarrollar y ampliar la venta de productos con valor agregado derivado de los principales rubros exportadores del país. Los derivados de banano, camarón, atún, cacao y en general de la agroindustria, tienen gran potencial de desarrollo y acceso. En el largo plazo – tercera etapa, deberán introducirse con mayor fuerza productos no tradicionales (como frutas exóticas), ya que están dirigidas a mercados especializados y requieren aun de mejoras en cuanto a productividad, certificaciones y protocolos de acceso. Existen también oportunidades para productos manufacturados los cuales gozan de una preferencia arancelaria, pero en los que es necesario invertir para mejorar procesos de producción e incorporar innovaciones. También se incluye el sector de servicios el cual tiene un potencial importante de

¹⁸ Todo bien que es producido en masa o del cual existen vastas cantidades disponibles en la naturaleza, que tiene valor o utilidad, y un muy bajo nivel de diferenciación o especialización.



crecimiento para Ecuador pero que depende de aspectos competitivos de nuestro país (Rios, Ruiz, & Lecaro, 2017).

Una de las PYMES ecuatorianas que agrega valor a sus productos de la agroindustria es BIOLCOM, cuyo propietario facilitó una entrevista, exporta banano orito cubierto de chocolate, vinagre de frutas, entre otros. El representante de la empresa cita que, sin el acuerdo con la UE, sus productos hubieran gravado una tarifa del 45% y que el Acuerdo le permite ser más competitivo, sin embargo, requiere de mayores facilidades de acceso a maquinaria (financiamiento) que le permita incrementar su productividad. Más adelante se abordan las impresiones sobre las oportunidades y desafíos para las empresas ecuatorianas que se logró levantar a través de encuestas a PYMES y otros actores del comercio internacional en Ecuador.

En definitiva, los acuerdos comerciales abren oportunidades importantes para la exportación de productos, entre otras ventajas, pero por sí mismos no constituyen una solución ya que el éxito depende de la calidad de los productos exportados y la capacidad de los países para adoptar medidas de política pública y promover iniciativas empresariales. Un aspecto fundamental en este proceso es la innovación, la cual *“juega el papel central en el aprovechamiento de las oportunidades comerciales, ya que permite ofrecer nuevos productos, aumentar la productividad, mejorar la calidad, hacer uso de nuevos insumos e incrementar el valor agregado y el contenido tecnológico de las exportaciones, de esta manera las empresas pueden acceder a nuevos mercados y aumentar su participación en los mercados existentes”* (Sagasti, 2010).

7.2. Productos con potencial de acceso al mercado europeo.

En concordancia con la perspectiva planteada, de las tres etapas en las que se identifican diferentes productos ecuatorianos que pueden lograr expandirse o consolidarse en el mercado europeo, se presentarán los sectores con potencial de acceso en el marco del Acuerdo Comercial y los principales destinos europeos que lo demandan.



En una entrevista a Marianne Van Steen, Embajadora de la Unión Europea en Ecuador, comentó que pese a que el intercambio comercial con el bloque de la Unión Europea (UE) perdió ritmo en el 2018, su flujo comercial no ha caído, sino que se ha consolidado. “*El primer año de entrada en vigencia del acuerdo se registró un 20% de aumento del flujo comercial y aproximadamente un 3% en el segundo año, pese a que las economías a escala global no han crecido mucho y la economía de Ecuador tampoco está muy bien*”, señaló la Embajadora (EL COMERCIO, 2019). Como se expuso en el capítulo anterior, en el primer año de implementación del Acuerdo, el crecimiento de las ventas de la UE a Ecuador fue de 35% y el de las exportaciones de Ecuador a la UE fue del 12% (Ministerio de Comercio Exterior, 2019). Los sectores que se consolidaron y en algunos casos, crecieron, fueron: banano, pesca, camarón, flores y cacao; productos que ya se encontraban en el top 10 de los principales productos hacia la Unión Europea y en general de las exportaciones tradicionales no petroleras de Ecuador. Esto se puede observar a continuación:

Tabla 8: Productos tradicionales con potencial en la UE

Productos tradicionales -\$miles de dólares-					
Grupos de productos	# Productos (subpartidas)	Flujo Promedio M de UE(28) desde el Mundo	Flujo Promedio M de UE(28) desde Ecuador	Part. Ecuador promedio (2011-2015)	Requisitos no arancelarios
Atún	8	550.383	6.446	1,2%	Control sanitario pesquero, Control contaminantes, Normas Etiquetado, Trazabilidad
Banano	2	2.115.239	896.487	42,4%	Control fitosanitario, Control plagicidas, Trazabilidad, Normas etiquetado
Cacao	2	4.358.180	76.384	1,8%	Control fitosanitario, Control plagicidas, Trazabilidad, Normas etiquetado
Café y té	5	6.851.894	121.055	1,8%	Control fitosanitario, Control plagicidas, Trazabilidad, Normas etiquetado
Camarón	2	2.950.888	341.431	11,6%	Control sanitario acuicultura, Control contaminantes, Normas Etiquetado, Trazabilidad
Derivados de cacao	9	15.144.912	18.660	0,1%	Control fitosanitario, Control plagicidas, Trazabilidad, Normas etiquetado
Pescado (excepto atún y camarón)	52	5.154.909	13.670	0,3%	Control sanitario pesquero, Control contaminantes, Normas Etiquetado, Trazabilidad
TOTAL			1.474.133		

Fuente: FEDEXPOR, 2017.

Como se puede observar, el patrón global exportador de Ecuador no ha sufrido cambios significativos, ni en periodos de análisis, top de productos exportados ni sus destinos. La alta concentración de las exportaciones ecuatorianas de estos *commodities* expone a la



economía a las fluctuaciones características de los precios de ese tipo de bienes. No obstante, la especialización en ciertos sectores no es negativa *per se*, en la medida que se pueda expandir o diversificar su ingreso a otros mercados, crecer en volumen y también en el desarrollo de productos derivados de estos sectores.

Banano

La localización geográfica que posee Ecuador favorece las condiciones climáticas apropiadas para la producción del banano, que influyen en la calidad y sabor, así como su duración. Según el *Banana Market Review 2018* elaborado por la FAO¹⁹, las exportaciones mundiales de banano llegaron a los 19.20 millones de toneladas. De ese monto, Ecuador exportó 6.64 millones, es decir, el 34.86% de las exportaciones mundiales de esta fruta, siendo así el primer exportador mundial seguido por Filipinas con una participación del 15% y, en tercer lugar, Guatemala con el 12%. Históricamente EE.UU., la Unión Europea y Japón se han consolidado como los principales importadores de banano en el mundo (Food and Agriculture Organization of the United Nations, FAO, 2019). Con el Acuerdo Comercial, el banano ecuatoriano goza de las siguientes preferencias (Delegación de la Unión Europea en Ecuador, 2017):

- Reducción desde la entrada en vigencia del Acuerdo hasta 2020 del arancel de 104 a 75 euros por TM
- Durante ese período habrá un 1 euro por tonelada de diferencia con el arancel que paga el banano de Colombia y Centroamérica. Representa 0,01 ctv. de euro por caja.
- Mecanismo de estabilización durante 4 años desde 2016, que se activaría cuando se sobrepasen los volúmenes de envío de la fruta. Sin embargo, tales volúmenes representan un 18% más que los volúmenes históricos de exportación del Ecuador y estarán sujetos a una tasa de crecimiento anual del 5%.
- Este régimen asegura niveles de arancel iguales a los que pagan los principales competidores del Ecuador después del 2019, cuando se elimina la diferencia de un euro en el arancel europeo para el banano ecuatoriano, volviendo competitivo al sector que exporta uno un promedio de 800 millones de dólares anuales a la UE.

¹⁹ Food and Agriculture Organization of the United Nations



El principal destino de las exportaciones de banano ecuatoriano ha sido la Unión Europea con 32.6%, seguido por Rusia con el 22.2%; Medio Oriente 13.9%; Estados Unidos con el 10.4%, Cono Sur (con Argentina a la cabeza) con el 7.5%; Asia Oriental (Japón, Corea del Sur y China) con el 6%; Europa del Este con el 4.10%; África con el 2%, Oceanía (Nueva Zelanda) con el 1% y otros mercados con el 0.3% (Ministerio de Comercio Exterior, 2019). En Europa, el banano ecuatoriano tan solo llega a ocho países y por lo tanto existe el desafío de cubrir a los mercados restantes del continente. Uno de sus principales mercados es Alemania, donde se consume alrededor de 12 kilogramos de frutas exóticas por año y su consumo per cápita anual aproximado es de 16.64 kilos de banano, posicionándose como la segunda fruta más consumida después de la manzana. El banano no solo se disfruta en forma fresca, sino que también se procesan en zumos de fruta y forman, la base de muchos jugos, bebidas y alimentos procesados. El valor de importaciones de Banano en Alemania ha decrecido según la Oficina Federal de Estadística alemana para el año 2017; sin embargo, en la tendencia general analizada desde el 2008 el consumo se mantiene creciente (PRO ECUADOR, 2018).

. El banano certificado tiene un precio mayor al convencional, razón por la que resulta importante fortalecer la producción de banano certificado para su ingreso al mercado alemán y en general, europeo. A continuación, se muestra la diferencia de precios a los que el banano certificado y no, podrían ingresar.

Figura 12: Comparativo banano certificado vs. Convencional en la UE



Fuente: PRO ECUADOR, 2018.



En el mercado alemán existen tiendas especializadas que brindan servicio a un mercado específico para productos de demanda particular; productos exóticos o étnicos y tiendas orgánicas especializadas, las cuales todavía se están expandiendo y pueden ser una oportunidad para los exportadores que suministran productos diferenciados en volúmenes más pequeños. La promoción comercial y estrategias comunicacionales son muy importantes para el mercado europeo. Es necesario realizar activaciones en supermercados, campañas promocionales, entre otros, de modo que se posicione no solo las ventajas o atributos diferenciadores del producto sino su origen y calidad.

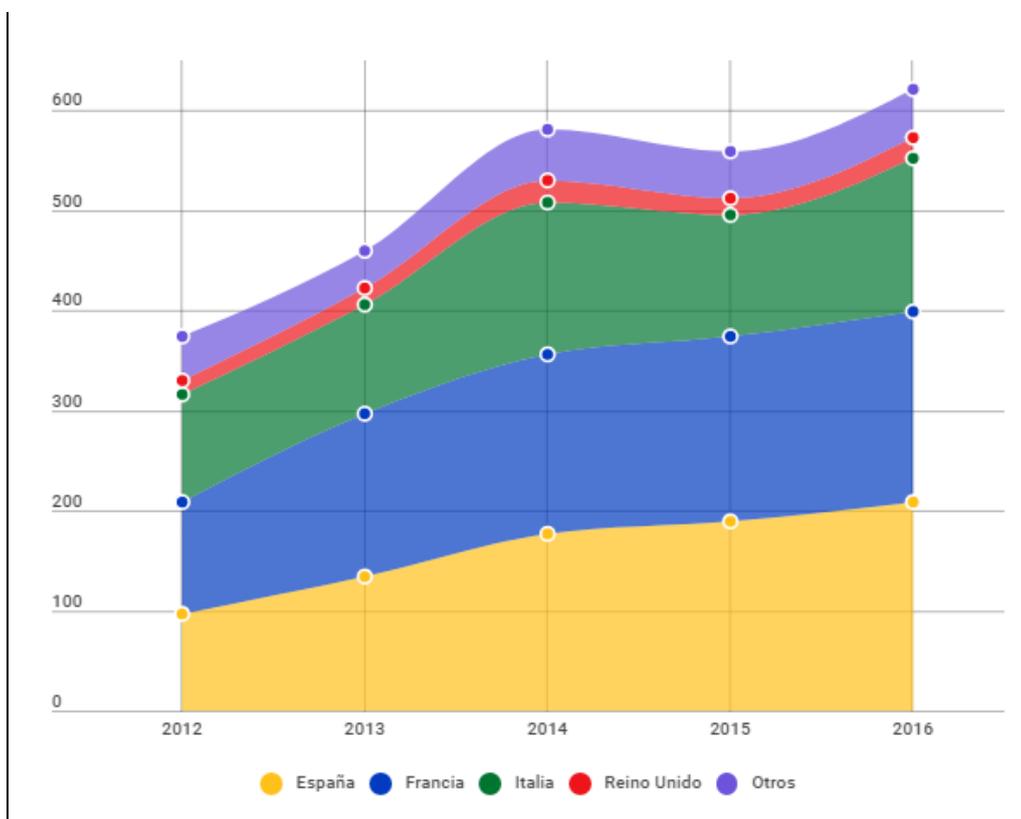
Otro destino importante para las exportaciones de banano dentro de la Unión Europea es Países Bajos. Durante el 2019, se incrementó el volumen comercializado de bananas ecuatorianas con certificación Comercio Justo hacia Países Bajos, debido a un cambio en las políticas de los principales supermercados. Esto ha sido apoyado por una campaña de marketing de *Max Havellar*, organización europea pionera del Comercio Justo, indicando que esta certificación significa mejores precios para los productores. Este proceso de concientización ha hecho que el 83% de los consumidores en los Países Bajos conozcan a esta certificación. Italia también se encuentra como uno de los principales importadores europeos de banano ecuatoriano. Hasta el año 2016 (antes de la entrada en vigencia de Acuerdo Comercial con la U.E), el banano se vendía en 104 euros por tonelada métrica. Para el 2017 el valor disminuyó a 97 euros por tonelada métrica, lo que solo diferencia es a un euro del precio que oferta Colombia, por lo tanto, los italianos quieren comer más banano ecuatoriano porque ahora es más competitivo (PRO ECUADOR, 2019). Para el periodo 2019 (enero-abril), las exportaciones de banano hacia la Unión Europea se redujeron en un 16% en relación al 2018, principalmente debido a que países centroamericanos como Guatemala, redujeron sus precios en un promedio de US\$ 0.50 centavos por caja. Además, a partir de la firma del Acuerdo existe una preocupación de los productores europeos de banano de países como España, Portugal y Francia, quienes piden a la comisión europea que se revise el trato que se da al producto importado, pues sienten que existe una competencia desleal debido al bajo arancel a la fruta importada y los parámetros fitosanitarios que tienen autorizadas las bananas de terceros países respecto a los europeos. (EFEAGRO S.A., 2019).



Camarón

Los camarones, langostinos y demás productos de pesca y acuicultura tienen un arancel de 0% con el Acuerdo Comercial, eliminando así el 3.6% y 20,000 toneladas de cuotas, produciendo una ventaja con terceros países que pagan 12% de arancel por el mismo producto (Delegación de la Unión Europea en Ecuador, 2017). La Unión Europea es el destino de casi un tercio de las exportaciones de camarón del Ecuador, hacia donde las exportaciones han crecido constantemente durante los últimos años, siendo para el 2017 y 2018 el primer producto exportado hacia ese mercado, desplazando al banano; las exportaciones de camarón en 2017 fueron \$3.037 millones frente a los \$3.034 millones del banano, según cifras del Banco Central de Ecuador. Los principales países importadores son España, Francia, Italia y Reino Unido como se puede apreciar en la siguiente figura. España lidera el consumo de camarón per cápita en Europa.

Figura 13: Consumo de banano per cápita en los principales mercados europeos



Fuente: PRO ECUADOR, 2019.



Algunos son los factores que han favorecido la exportación ecuatoriana de este producto. Se destaca su calidad y los grandes avances en sostenibilidad y tecnología que lo diferencian ampliamente. El potencial del sector se sostiene gracias a las inversiones en la tecnificación desde la maduración, laboratorios, fábricas de alimentos, fincas, empacadoras, procesadoras y exportadoras. Este sector también ha empezado a producir con valor agregado, a través de certificaciones sostenibles como ASC²⁰ y productos derivados como pre-cocidos. Estados Unidos, Europa, China y otros países asiáticos demandan cada vez más camarón certificado, por lo que los productores de camarón con certificación ASC tienen ventaja para crecer en estos mercados frente a competidores que no la tienen (Aquaculture Stewardship Council, 2021). Ecuador en general tiene muy buenas prácticas de producción de camarón gracias a su legislación y la influencia y capacidad que existe dentro del sector. En este sentido para Ecuador la certificación ASC es una forma de mostrar a los mercados mundiales que están haciendo las cosas bien. En Europa, el proceso de comercialización del camarón se realiza a través de (CBI, Centre for the Promotion of Imports from developing countries, 2018):

- Importadores o *brokers*. Quienes a su vez venden a las grandes cadenas de distribución.
- Canal HORECA (hotel, restaurante y catering).
- Los mayoristas venden a través de canales de abastos (red de mercados) y supermercados.

Entre las tendencias más importantes que se encuentran en el mercado europeo está la sensibilización de los consumidores, quienes quieren saber de dónde provienen sus alimentos, cómo se producen o capturan. La producción proveniente de Asia, ha recibido una atención negativa en Europa razón por la que destaca la producción ecuatoriana. Son embargo, es necesario invertir en transparencia (trazabilidad) y sostenibilidad para aumentar su potencial. Otra tendencia son los alimentos pre-cocidos, ya que el estilo de vida ocupado y la presión del tiempo son factores claves para el consumidor, quienes prefieren comidas más fáciles de preparar y también económicas.

²⁰ La certificación ASC (*Aquaculture Stewardship Council*) implica que los productores dan un manejo adecuado a las áreas cercanas a su actividad, como manglares; además que limitan la alimentación, mantienen la calidad de agua, manejan adecuadamente los desechos y siguen rigurosos protocolos para minimizar el brote de enfermedades.



Cacao y elaborados.

La exportación de cacao y elaborados²¹ a Europa cayó en el 2018, sin considerar subpartidas como la del chocolate; debido al aumento de la producción mundial que afectó los precios de este *commodity*. Pese a esto, las exportaciones de este producto se mantienen estables, toda vez que se debe a la volatilidad de la oferta y demanda mundial. Sin embargo, el mercado al que debe seguir apuntando Ecuador es el de cacao fino de aroma que tiene su propio segmento. A continuación, se observa la evolución de las exportaciones de cacao y elaborados de Ecuador en miles de USD en el periodo 2016-2018. El principal importador es Estados Unidos, seguido de Países Bajos (Europa); otro importante consumidor de cacao ecuatoriano es Alemania y Bélgica (PRO ECUADOR, 2019).

Tabla 9: Exportaciones de cacao y elaborados Ecuador-Mundo (2016-2018)

PAÍS	2016				2017				2018			
	FOB	TON	FOB %	TON %	FOB	TON	FOB %	TON %	FOB	TON	FOB %	TON %
TOTAL	750.030	253.018	100,00%	100,00%	688.981	307.493	100,00%	100,00%	777.832	318.713	100,00%	100,00%
ESTADOS UNIDOS	181.526	61.703	24,20%	24,39%	129.683	59.861	18,82%	19,47%	130.627	52.939	16,79%	16,61%
PAÍSES BAJOS	96.960	32.015	12,93%	12,65%	102.777	41.609	14,92%	13,53%	87.910	36.646	11,30%	11,50%
MALASIA	68.655	25.115	9,15%	9,93%	86.776	42.720	12,59%	13,89%	109.234	49.617	14,04%	15,57%
INDONESIA	46.377	16.654	6,18%	6,58%	86.296	42.993	12,53%	13,98%	126.788	58.106	16,30%	18,23%
MÉXICO	66.243	23.765	8,83%	9,39%	51.813	26.153	7,52%	8,51%	56.137	23.849	7,22%	7,48%
ALEMANIA	49.318	15.146	6,58%	5,99%	41.544	15.474	6,03%	5,03%	47.319	16.815	6,08%	5,28%
BÉLGICA	18.755	6.757	2,50%	2,67%	26.223	13.117	3,81%	4,27%	23.917	10.249	3,07%	3,22%
CANADÁ	14.387	5.122	1,92%	2,02%	21.398	9.778	3,11%	3,18%	18.533	8.731	2,38%	2,74%
JAPÓN	19.503	6.074	2,60%	2,40%	18.354	8.258	2,66%	2,69%	19.865	8.110	2,55%	2,54%
INDIA	44.113	16.661	5,88%	6,58%	17.109	9.155	2,48%	2,98%	11.069	4.962	1,42%	1,56%
ARGENTINA	10.218	1.676	1,36%	0,66%	12.297	2.448	1,78%	0,80%	15.788	2.593	2,03%	0,81%
ITALIA	20.421	6.938	2,72%	2,74%	12.244	5.638	1,78%	1,83%	10.839	4.594	1,39%	1,44%
PERÚ	17.574	3.912	2,34%	1,55%	11.795	2.847	1,71%	0,93%	13.997	3.121	1,80%	0,98%
ESTONIA	2.493	950	0,33%	0,38%	11.638	6.353	1,69%	2,07%	14.338	6.512	1,84%	2,04%

Fuente: PRO ECUADOR, 2019.

Los países latinoamericanos se caracterizan por la producción de cacao fino de aroma, el cual tiene atributos organolépticos que marcan la diferencia frente al cacao corriente.

²¹ Licor, Manteca y Polvo de Cacao; insumos exportados para la elaboración de productos del sector de confitería y repostería.



Dentro de los principales atributos del cacao fino se destaca la calidad física, la trazabilidad, el origen y la post-cosecha, así como las certificaciones que obtienen los productores (Rios, Ruiz, & Lecaro, 2017). Sin embargo, su producción es limitada y con una elevada demanda, principalmente dada por los chocolateros finos, muy populares en Europa, quienes lo utilizan para el desarrollo de productos exclusivos y en general, por el alto consumo de chocolate negro – gourmet como una nueva tendencia en el mercado mundial, en donde Latinoamérica tiene un 25% de la oferta exportable (Rios, Ruiz, & Lecaro, 2017). En Europa, la creciente demanda de cacao especial²² se presenta en países como Bélgica, Francia, Alemania, Italia, Suiza y el Reino Unido. El consumo en este segmento está asociado a mayores ingresos, pero también a la conciencia del consumidor. Se debe resaltar que el comercio justo (*Fair Trade*) en Ecuador genera nuevas oportunidades para los agricultores. El cacao es un sector conformado por asociaciones de productores en diferentes zonas del país, quienes al contar con certificaciones orgánicas o de comercio justo, generan oportunidades en mercados diferenciados.

Flores

El mercado europeo consta entre los principales importadores de flores ecuatorianas, reflejando alrededor del 19% de las exportaciones en el 2017. Este incremento en participación se debe en gran parte por el Acuerdo Comercial que entró en vigencia en ese año. Los principales destinos europeos de flores ecuatorianas son Italia, España y Países Bajos (PRO ECUADOR, 2019).

²² El cacao fino de aroma representa alrededor del 5% de la producción mundial de cacao mundial. Aunque este es un pequeño porcentaje, es el segmento de más rápido crecimiento.



Tabla 10: Exportaciones de flores ecuatorianas al mundo (2016-2018)

PAIS	2016				2017				2018			
	FOB	TON	FOB %	TON %	FOB	TON	FOB %	TON %	FOB	TON	FOB %	TON %
ESTADOS U..	382.725	64.411	47,69%	44,98%	396.886	66.127	45,03%	41,59%	371.190	64.715	43,57%	41,07%
VIETNAM	291	65	0,04%	0,05%	912	326	0,10%	0,21%	1.000	234	0,12%	0,15%
RUSIA	114.247	23.642	14,24%	16,51%	136.068	27.537	15,44%	17,32%	137.765	28.508	16,17%	18,09%
COLOMBIA	3.463	432	0,43%	0,30%	4.750	585	0,54%	0,37%	3.888	494	0,46%	0,31%
ITALIA	30.570	5.294	3,81%	3,70%	30.536	5.280	3,46%	3,32%	32.487	5.864	3,81%	3,72%
ESPAÑA	19.791	3.449	2,47%	2,41%	24.175	4.402	2,74%	2,77%	27.653	4.999	3,25%	3,17%
PAÍSES BAJ..	64.206	11.944	8,00%	8,34%	63.646	11.771	7,22%	7,40%	74.161	13.766	8,71%	8,74%
ALEMANIA	10.658	1.883	1,33%	1,32%	10.562	1.907	1,20%	1,20%	9.426	1.538	1,11%	0,98%
CHINA	7.235	770	0,90%	0,54%	10.895	1.072	1,24%	0,67%	11.685	1.453	1,37%	0,92%
FRANCIA	6.400	1.224	0,80%	0,85%	7.068	1.490	0,80%	0,94%	8.258	1.406	0,97%	0,89%

Fuente: PRO ECUADOR, 2019.

Las rosas son las flores número uno en el mercado europeo. Las importaciones de rosas frescas desde terceros países aumentaron de € 588 millones a € 718 millones entre 2011 y 2015 principales importadores en la UE son los Países Bajos²³, Alemania y el Reino Unido, que en conjunto representan alrededor del 70% de todas las importaciones de rosas. En lo que se refiere a las importaciones de rosas, Países Bajos se encuentra como primer abastecedor del mercado con el 48%. No obstante, si bien Ecuador no es el principal exportador; sí representa el principal mercado latinoamericano, registrando crecimientos del 5.3%, 1.4% y 1.2% con respecto al 2015. El aumento de la demanda del mercado, el aumento de las ventas en los supermercados y en Internet, así como la atención a la sostenibilidad y la innovación de productos ofrecen oportunidades para que los exportadores de países en desarrollo ingresen al mercado europeo (PRO ECUADOR, 2019). El segundo rubro más importante de exportación ecuatoriana del sector florícola después de rosas es la Gypsophila con el 11%, después le siguen las demás flores de verano, ya que en Europa se ingresan todas las flores de verano que no tienen partida arancelaria propia, con el 6%.

²³ Europa también produce rosas cortadas. Los Países Bajos solían ser un productor muy importante, pero el área bajo cultivo para este propósito ha ido disminuyendo gradualmente.



Pesca

En este sector exportador, destaca el subsector de Atún. Los principales exportadores mundiales de atún tuvieron desempeños diferentes: mientras Tailandia disminuyó sus exportaciones 11.7% en 2017, Ecuador y España incrementaron sus exportaciones 27.2 % y 10 % respectivamente. Este crecimiento fue impulsado en parte por sus exportaciones hacia la Unión Europea que crecieron 29 % gracias al acuerdo que mejoró el acceso preferencial. El acuerdo de libre comercio con la Unión Europea ha sido muy importante para las exportaciones pesqueras y se espera que impulse aún más el desarrollo del sector. Su firma les permite a los empresarios planificar más a largo plazo sus inversiones pues cuentan con la seguridad de tener acceso preferencial a un gran mercado. Además, se espera que la reciente firma del acuerdo de Ecuador con el bloque EFTA²⁴ aumente más las exportaciones hacia Europa (European Free Trade Association (EFTA), 2021).

Tabla 11: Exportaciones de pesca Ecuador-Mundo (2016-2019)

PAÍS	2016				2017				2018			
	FOB	TON	FOB %	TON %	FOB	TON	FOB %	TON %	FOB	TON	FOB %	TON %
ITALIA	63.108	13.157	4,76%	2,91%	97.470	17.132	6,30%	3,72%	122.763	20.526	7,47%	4,91%
ARGENTINA	59.942	16.693	4,52%	3,69%	81.282	19.363	5,26%	4,20%	76.798	17.003	4,67%	4,06%
CHINA	88.769	60.090	6,70%	13,30%	71.761	55.296	4,64%	12,01%	41.000	26.515	2,50%	6,34%
ALEMANIA	37.470	10.229	2,83%	2,26%	71.088	15.317	4,60%	3,33%	95.995	20.492	5,84%	4,90%
REINO UNIDO	30.118	9.085	2,27%	2,01%	66.279	16.394	4,29%	3,56%	73.119	15.990	4,45%	3,82%
FRANCIA	34.431	9.097	2,60%	2,01%	53.034	10.006	3,43%	2,17%	45.381	8.886	2,76%	2,12%
CHILE	33.019	10.984	2,49%	2,43%	46.005	15.807	2,97%	3,43%	41.394	11.692	2,52%	2,79%
BRASIL	37.671	13.489	2,84%	2,99%	35.749	11.176	2,31%	2,43%	29.031	8.618	1,77%	2,06%
PERÚ	24.040	9.620	1,81%	2,13%	30.451	12.649	1,97%	2,75%	37.647	16.028	2,29%	3,83%
PORTUGAL	10.867	2.307	0,82%	0,51%	27.892	5.665	1,80%	1,23%	42.119	8.883	2,56%	2,12%
VIETNAM	44.303	26.813	3,34%	5,93%	27.127	16.988	1,75%	3,69%	10.214	6.342	0,62%	1,52%
JAPÓN	25.879	20.721	1,95%	4,59%	17.360	15.176	1,12%	3,29%	17.887	13.712	1,09%	3,28%
MÉXICO	28.803	15.253	2,17%	3,38%	14.137	7.782	0,91%	1,69%	11.452	6.391	0,70%	1,53%
BÉLGICA	14.030	6.208	1,06%	1,37%	11.799	4.399	0,76%	0,96%	15.767	4.260	0,96%	1,02%
COSTA RICA	8.963	3.953	0,68%	0,87%	10.975	4.398	0,71%	0,95%	11.048	3.956	0,67%	0,95%

Fuente: PRO ECUADOR, 2019.

²⁴ *European Free Trade Association*: Bloque conformado por Austria, Dinamarca, Reino Unido, Noruega, Portugal, Suecia y Suiza.



7.3. Nuevas tendencias y oportunidades para Ecuador

El mercado europeo en la actualidad demanda cada vez más productos sostenibles, los cuales implican la adopción de buenas prácticas de producción respaldadas por certificaciones voluntarias. El nicho de productos orgánicos es creciente a nivel de Europa, siendo Alemania el país puntero en la demanda de productos certificados. Las certificaciones más valoradas para el sector importador de banano son: *Fair Trade*, *Orgánica*, *Global Gap* y *Rainforest Alliance* (Leeg, 2018). En el caso de *Fairtrade* (Comercio Justo) es una certificación privada de producto. Es un sello de garantía que funciona como distintivo positivo ofreciendo al consumidor seguridad acerca de los valores éticos del producto. Los productos que llevan el sello *Fairtrade* han sido producidos en condiciones de trabajo dignas y comprados a un precio justo que apoya el desarrollo sostenible de la organización productora (Fairtrade International, 2021). Por su parte, *Global GAP* es un conjunto de normas internacionalmente reconocidas sobre las buenas prácticas agrícolas, ganaderas y de acuicultura. *Global GAP* es un protocolo robusto que agricultores de todo el mundo pueden utilizar para demostrar el cumplimiento de sus Buenas Prácticas Agrícolas (GLOBALG.A.P., 2021). De igual manera, los productos etiquetados como “orgánicos” se refieren al proceso de producción más bien que al producto en sí mismo. La agricultura orgánica es más conocida como método agrícola en el que no se utilizan fertilizantes ni plaguicidas sintéticos. La certificación orgánica es un procedimiento por el que se verifica que el proceso de producción se ajusta a ciertas normas. por lo general establecidas por el país importador o por organismos de certificación. Una vez certificados, los productos orgánicos se comercializan, llevando por lo general una etiqueta o sello que indica que los productos están certificados como orgánicos (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, 2001). Por su parte, las fincas certificadas *Rainforest Alliance* se auditan regularmente para verificar que los productores cumplen con los requisitos integrales de la Norma. El sello significa que el producto o ingrediente certificado fue elaborado utilizando métodos que apoyan los tres pilares de la sostenibilidad: social, económico y ambiental. Los auditores externos independientes, que son fundamentales para la integridad de cualquier programa



de certificación, evalúan a los agricultores en función de los requisitos en las tres áreas antes de otorgar o renovar la certificación (Rainforest Alliance, 2021).

Por otro lado, cabe recalcar que los productos semielaborados y elaborados, es decir con valor agregado; de los principales productos primarios y agroindustriales exportados por Ecuador, ya han comenzado a ingresar en los diferentes mercados, especialmente a segmentos exigentes de consumo en el mercado europeo. No obstante, enfrentan grandes desafíos para lograr ser competitivos frente a la oferta de otros países, mejorar sus niveles productividad y certificar sus estándares de calidad. La Federación Nacional de Exportadores de Ecuador (FEDEXPOR), resalta algunos productos no tradicionales que, junto con las tendencias de consumo en Europa y las facilidades de acceso que se brinda en el marco del Acuerdo, presentan mayores oportunidades y deberían ser priorizados por el sector exportador²⁵. Si bien algunos tienen muy poca participación en las exportaciones ecuatorianas, se presenta un flujo interesante de la demanda por parte del Bloque Europeo. A continuación, se destacan algunos de los productos con potencial, agrupados por sectores, mostrando sus principales tendencias de consumo:

Alimentos elaborados a base de frutas y vegetales (saludables)

Las conservas, mermeladas, puré y jaleas de frutas naturales y orgánicas presentan potencial para el mercado gourmet europeo. Por ejemplo, en Italia, a inicios del 2019 se reportó un crecimiento del 3% en los carros de compras de supermercado de productos de frutas y derivados de vegetales las generaciones de jóvenes, así como personas que son vegetarianas o veganas han aportado a este incremento ya que mediante productos como batidos, jugos centrifugados, puré y pasta estimulan la demanda. La comunicación a partir del empaque es clave a la hora de comunicar el valor del producto. El consumidor busca en las etiquetas, información de que sean elaborados con ingredientes naturales y sin azúcares añadidos (PRO ECUADOR, 2019).

²⁵ En el Anexo 3 se detallan las subpartidas arancelarias de estos productos y sus requisitos no arancelarios.



Chocolate

Hoy en día, Ecuador es uno de los principales exportadores de chocolate a base de cacao fino de aroma, cacao orgánico y/o de comercio justo. Los principales mercados para Ecuador en Europa son Italia, España, Alemania, Francia, Reino Unido y Holanda. Chocolates *Pacari*, por ejemplo, llega a 15 países de la UE con sus barras de chocolate orgánico. *Pacari* es una marca conocida para los paladares ecuatorianos, pero también lo es para el mercado internacional, toda vez que su oferta llega a 40 países (Chocolate Pacari, 2021). Santiago Peralta, representante de esta empresa, sostiene que la calidad es vital: *"Europa es el mercado más difícil, existe muchísima competencia. Además, las negociaciones son lentas y la gente con la que se negocia quiere seriedad. Una negociación puede demorar 3 o 4 años"*. Las barras de chocolate *Pacari* se han convertido en un producto referente de los supermercados ecológicos, y con este éxito abre una puerta para los demás productos ecuatorianos en similar categoría. Para este mercado es importante la innovación en cuanto a variedad de sabores exóticos y las certificaciones que el producto posea. La promoción comercial a través de ferias especializadas²⁶ y activaciones en las cadenas de distribución o tiendas especializadas, son fundamentales para promover este tipo de productos que suelen exportarse con marca propia. Por su parte, los semielaborados de cacao como pasta, manteca y polvo, también tienen gran potencial en el Reino Unido y Holanda (PRO ECUADOR, 2019). Estos productos son de uso industrial e inclusive algunos farmacéuticos.

Quinua y snacks a base de cereales andinos

La quinua es originaria de los Andes y valorada como un superalimento que posee todos los aminoácidos esenciales de alto valor nutricional para la seguridad alimentaria del planeta, es uno de los principales productos agroindustriales con mayor crecimiento en el mercado europeo. Ecuador posee grandes extensiones de este cultivo y actualmente lo exporta en granos y productos semielaborados en Europa, principalmente Alemania, Francia, Holanda y Bélgica, siendo sus principales competidores Bolivia y Perú. Las previsiones globales hasta 2025 son que se alcanzará un consumo per cápita de 200 gramos, logro que Canadá ya lo ha alcanzado; y que incluso países tradicionalmente de

²⁶ Para más información sobre ferias especializadas, puede visitarse el sitio web: <https://www.nferias.com/chocolates/>



consumo de arroz, como Japón y Corea del Sur, abrazarán también la quinua (Universidad de Navarra, 2018) . Actualmente en esta línea hay productos de gran calidad e innovadores. Entre ellos: hojuelas, granola, pastas, snacks combinados con maíz, pasas y chocolate, compotas, *quinnotto*, entre otros.

Café

Aunque América Latina consume una cantidad considerable de café, una gran proporción de su producción está disponible para la exportación. El principal país consumidor de café en el mundo es Estados Unidos, con un 23% del mercado mientras que la Unión Europea como bloque, al tener reglas unificadas en cuanto a la importación de este tipo de productos, concentra el 44% del consumo de café mundial, convirtiéndose así en el destino principal. Más aún, se destaca el 10% del consumo acumulado por Alemania, así como de Francia e Italia, países que cubren cada uno el 6% de la demanda mundial de café. (Connect Americas - BID, 2019). A su vez, según cifras de la Organización Internacional del Café, cada ciudadano europeo consume anualmente, en promedio, un total de 4,67 kilos de café. Para satisfacer esa demanda, Europa importa cada año 46,2 millones de sacos de café verde, 0,7 millones de café tostado y 2 millones de café soluble (International Coffee Organization (ICO), 2019). Entre las tendencias de consumo se encuentran las cápsulas, que requieren de un procesamiento y tecnología especial que actualmente Ecuador no posee por su alto costo. Sin embargo, este segmento presenta un gran crecimiento. En 2019, *Nespresso* perdió una patente clave que motivó al boom del formato de café en cápsulas y la industria del café ha sabido aprovechar esta oportunidad innovando en muchos casos como el europeo, hacia un consumo de cápsulas ecológicas y biodegradables (CITIZEN SUSTAINABLE, 2020). Por ejemplo, la empresa londinense “*The hashtag company*” debuta con su *Canacoffee* -una marca que dice ofrecer la primera cápsula de café 100% biodegradable con infusión de cáñamo. Los fundadores de la empresa buscaban crear conciencia sobre la planta y a la vez fomentar la sostenibilidad, obteniendo como resultado este café de uso diario, donde se ve al cáñamo como el siguiente ingrediente “de moda”. Las cápsulas del *Cannacoffee* están hechas de material derivado de plantas de cereal, con una vida en percha de 12 meses (William Reed Business Media Ltd, 2019). Por ende, es importante para el sector cafetero conocer las tendencias e



innovación dentro de la industria, porque mercados como el europeo están orientados al consumo de productos innovadores.

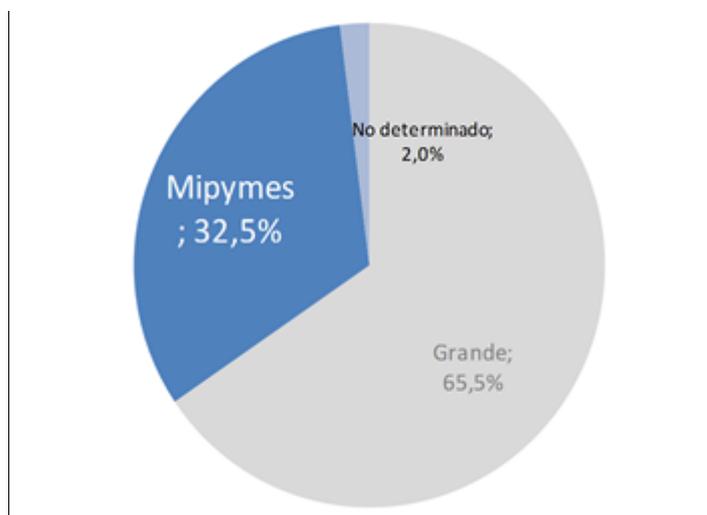
Frutas no tradicionales

La tendencia de los europeos de consumir alimentos más saludables ha hecho de las frutas y las verduras una opción para su día a día. En 2017 que el comercio de productos como aguacates y piñas aumentaron en un 30%; las fresas frescas y frutos rojos en 80% y frutas cítricas en 41%. Entre las principales frutas no tradicionales o consideradas en los mercados internacionales como exóticas, se encuentra la pitahaya o *dragon fruit*, la fruta de pasión o maracuyá, el tomate de árbol y la uvilla. De hecho, las exportaciones de pitahaya, maracuyá, aguacate, pepino dulce, granadilla y uvilla crecieron 62,3% en 2017 frente al 2016, pasaron de \$ 8,9 millones a \$ 14,5 millones (PRO ECUADOR, 2019). En el caso de la Unión Europea el requisito principal para frutas frescas es que el exportador cuente con la certificación Global GAP. Un tema importante por considerar para la exportación de frutas frescas son los residuos de pesticidas; las exigencias fitosanitarias varían de un país a otro, existiendo mercados como el europeo que son muy exigentes y otros mercados más tolerantes. Entre los criterios de compra de los consumidores están el precio, la responsabilidad social y medioambiental en el proceso de producción del producto, así como el aporte a la salud y al bienestar del comprador.

7.4. Oportunidades y desafíos para las empresas ecuatorianas.

Del total de las exportaciones no petroleras de Ecuador hacia la Unión Europea en 2016-2017, la participación de las MIPYMES es del 32.5% mientras que las grandes empresas el 65%. Alrededor de 1400 empresas están relacionadas de forma directa con las exportaciones hacia el bloque europeo; de las cuales el 65.5% corresponden a MIPYMES, cuyo monto de exportaciones en relación al total es del 32,5%. Esto implica que existe aún un universo de empresas que pueden fortalecer sus capacidades y oferta y apuntar al mercado europeo. Esto se puede observar a continuación.

Figura 14: Participación de las MIPYMES en las exportaciones hacia la UE 2016-2017



Fuente: PRO ECUADOR, 2019.

Primeros resultados: 2016-2020

Por su parte, los resultados de los diez principales productos de la oferta exportable ecuatoriana durante los primeros cinco años de implementación del Acuerdo Comercial con la Unión Europea; muestran un importante crecimiento que se concentra en las partidas y subpartidas de Banano convencional y Orgánico, Camarones y Langostinos, Cacao en Grano, Atún y otros productos de pesca enlatados y Rosas Frescas. Esto se puede observar a continuación:

Tabla 12: Principales exportaciones hacia la UE, 2016-2020.

PARTIDA	DESCRIPCION	2016	2017	2018	2019	2020
0803901190	LAS DEMÁS BANANAS FRESCAS TIPO CAVENDISH	295.468,61	796.579,04	816.565,73	671.643,42	775.518,92
0306179900	DEMÁS CAMARONES, LANGOSTINOS Y DEMÁS DECÁPODOS CONGELADOS NCOP	493.617,39	516.307,45	458.730,44	271.805,96	318.751,82
0306171900	"LOS DEMÁS LANGOSTINOS (GÉNERO DE LAS FAMILIA PENAEIDAE) CONGELADOS	115.352,70	109.125,32	156.782,05	261.239,91	266.052,02
1801001990	CACAO EN GRANO, ENTERO O PARTIDO, CRUDO O TOSTADO, NO ORGÁNICO	72.027,59	168.622,58	178.616,15	195.721,55	200.972,26
1604142013	LISTADOS EN ACEITE	47.068,19	172.166,33	182.017,68	215.877,22	154.967,39
1604142012	LISTADOS EN AGUA Y SAL	40.755,03	171.859,41	166.168,29	183.935,79	203.013,24
0803901110	BANANO FRESCO TIPO CAVENDISH ORGÁNICO CERTIFICADO	35.152,49	128.995,73	167.316,79	170.930,85	190.613,51
0603110000	ROSAS FRESCAS CORTADAS	124.725,22	121.347,60	135.920,74	136.979,34	144.969,02
1604142011	LOMOS PRECOCIDOS DE LISTADOS	44.477,56	148.691,45	107.525,50	102.819,26	113.770,45
TOTALES:		1.270.660,79	2.335.711,91	2.371.661,38	2.212.972,28	2.370.648,64

Fuente: PRO ECUADOR, 2021.



Gráficamente, se ve un crecimiento pronunciado, en especial en las exportaciones de Banano, Cacao y productos enlatados de pesca; donde el incremento llega a duplicar, triplicar y hasta quintuplicar sus resultados entre el 2016 y 2020. A continuación, se puede observar esta variación:

Figura 15: Fluctuación de las principales exportaciones hacia la UE, 2016-2020



Fuente: PRO ECUADOR, 2021.

Pronósticos en el corto plazo: 2021-2025

En base a los resultados mostrados en la anterior sección, a continuación, se muestra una proyección elaborada en base a función lineal, considerando solamente las principales partidas que componen la oferta exportable de Ecuador hacia la Unión Europea.



Tabla 13: Pronóstico - Principales exportaciones hacia la UE, 2021-2025.

Periodo:	(Enero-Diciembre) - (2016-2020)					
Partidas:	Exportaciones No Petroleras					
Unidades:	10 primeros Fob Miles USD	PRONÓSTICO				
PARTIDA	DESCRIPCION	2021	2022	2023	2024	2025
0803901190	LAS DEMÁS BANANAS FRESCAS TIPO CAVENDISH	921.704,64	1.005.221,14	1.088.737,63	1.172.254,13	1.255.770,63
0306179900	DEMÁS CAMARONES, LANGOSTINOS Y DEMÁS DECAPODOS CONGELADOS NCOP	233.572,82	318.752,82	224.866,25	318.753,82	280.328,73
0306171900	"LOS DEMÁS LANGOSTINOS (GÉNERO DE LAS FAMILIA PENAEIDAE) CONGELADOS	317.764,38	363.115,70	408.467,02	453.818,35	499.169,67
1801001990	CACAO EN GRANO, ENTERO O PARTIDO, CRUDO O TOSTADO, NO ORGÁNICO	248.688,52	277.187,35	305.686,19	334.185,02	362.683,85
1604142013	LISTADOS EN ACEITE	232.272,15	258.223,08	284.174,01	310.124,94	336.075,86
1604142012	LISTADOS EN AGUA Y SAL	254.124,19	287.783,47	321.442,75	355.102,03	388.761,31
0803901110	BANANO FRESCO TIPO CAVENDISH ORGÁNICO CERTIFICADO	244.459,02	279.744,73	315.030,45	350.316,17	385.601,88
0603110000	ROSAS FRESCAS CORTADAS	149.624,19	155.236,12	160.848,06	166.459,99	172.071,92
1604142011	LOMOS PRECOCIDOS DE LISTADOS	131.270,92	140.542,28	149.813,64	159.085,00	168.356,36
TOTALES:		2.735.501,83	3.087.828,70	3.261.089,01	3.622.123,44	3.850.845,23

Elaborado por: La autora

Si bien es cierto se consideran solo las principales partidas, estos productos por lo general sirven de “ancla” para el ingreso de otros que pueden generar interés en el mercado europeo, siempre y cuando se cumplan con los requisitos de calidad y fitosanitarios de acceso. Gráficamente, se puede confirmar la tendencia al alza de las exportaciones en el corto plazo, considerando la apertura que se genera con la eliminación de aranceles. Esto se puede observar a continuación:



Figura 16: Pronóstico- Fluctuación de las principales exportaciones hacia la UE, 2021-2025.



Elaborado por: La autora

Programas de apoyo para la exportación

Una de las principales dificultades para las empresas ecuatorianas es la logística, toda vez que el 90% de los envíos a Europa se hace vía marítima y atraviesa el canal de Panamá. El 10% restante se exporta por vía aérea, lo cual juega en contra a la hora de competir con países como Colombia, por ejemplo, que tiene puertos en el Atlántico (Federación Nacional de Exportadores, FEDEXPOR, 2017). Representantes de instituciones de apoyo y exportadores consultados coinciden que el punto crucial para llegar a Europa es la calidad del producto y ofertar productos con valor agregado. Si bien el Acuerdo Comercial



es visto de manera positiva, las personas entrevistadas citan la importancia de analizar a profundidad si la oferta exportable actual cumple con los requisitos de acceso y las tendencias de consumo. Esta situación hace que el proceso de adaptación de productos y cambios en el modelo de negocios tome tiempo. Se destaca el conocimiento de diferentes instituciones y programas de apoyo al sector exportador pero que no son suficientes sin un adecuado acceso a financiamiento. El rol de la Academia es una tarea pendiente en Ecuador, toda vez que hay esfuerzos en líneas de investigación para el desarrollo y mejora genética de productos agrícolas, pero la generación de insumos específicos para las empresas exportadoras aun es deficitaria. A partir del Acuerdo Comercial Multipartes, la Unión Europea estableció una línea de cooperación para proyectos estratégicos de apoyo al sector exportador. Estos fondos fueron negociados entre el Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones de Ecuador y la Unión Europea. La línea de cooperación es administrada por dos organizaciones privadas como FEDEXPOR y CORPEL, quienes junto al acompañamiento del Ministerio de Comercio y su entidad adscrita (ahora Viceministerio) PRO ECUADOR, impulsan su ejecución en favor de más de 200 empresas a nivel nacional. En el Anexo 2 se detallan diferentes programas, proyectos y planes gubernamentales relacionados al desarrollo exportador de PYMES hacia el mercado europeo.



Conclusiones

Ecuador cuenta con el mayor crecimiento de un año en el comercio con la Unión Europea de todos los países latinoamericanos, según un informe de la comisión económica de la UE. El comercio entre Ecuador y la UE creció alrededor de un 15% por ciento durante el año fiscal 2017. Las percepciones del sector privado y público son positivas.

La estructura de las exportaciones del Ecuador hacia la Unión Europea es intensiva en productos primarios (banano, flores, camarón, productos pesqueros, café elaborado, aceite y grasas, productos de madera y petróleo crudo) y alimentos (especialmente conservas y enlatados de pescado y frutas y vegetales).

Por otra parte, las importaciones provenientes de la Unión Europea son intensivas en productos manufactureros, sobre todo maquinarias y equipos, productos derivados del petróleo y farmacéuticos. Es decir que la estructura del comercio entre el bloque europeo y Ecuador es de carácter complementario.

La implementación del Acuerdo puede representar un desafío técnico y político de grandes proporciones, de hecho, así lo ha sido durante los primeros años de vigencia, haciéndose evidente que es importante una estrategia específica que articule de manera integrada las acciones a adoptar por los diferentes actores claves, no solo desde el punto de vista técnico de la implementación de los acuerdos establecidos sino que, junto con una estrategia comercial clara, se de impulso a los sectores estratégicos de manera sostenida.



Recomendaciones

Para lograr un mayor aprovechamiento de las oportunidades generadas por el Acuerdo Comercial Multipartes entre la Unión Europea y Ecuador, es necesario contar con una estrategia clara, flexible y medible de su implementación.

Es necesario implementar una estrategia nacional que integre a los diferentes actores en el comercio exterior del país, a través de acciones orientadas a incrementar el flujo comercial de productos elaborados y semielaborados en base a las tendencias de consumo presentadas.

Las políticas públicas deben convertirse en programas y proyectos que cuenten con recursos suficientes y proporcionen financiamiento especializado para facilitar las exportaciones.

El actual Gobierno Ecuatoriano, a través del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, cuenta con una Agenda Comercial donde establece la apertura a las negociaciones comerciales de Ecuador con el mundo. No obstante, se debería aterrizar en estrategias específicas para cada país del mercado europeo.



Bibliografía

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, ARCSA. (23 de Mayo de 2021). Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, ARCSA. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/>

Agrocalidad. (23 de Mayo de 2021). Agrocalidad. Obtenido de <https://www.agrocalidad.gob.ec/>

Alvarez, A. M. (2016). Retos de América Latina: Agenda para el Desarrollo Sostenible y Negociaciones del siglo XXI. *Problemas del Desarrollo*, 47, 9-30.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.rpd.2016.08.002>

Aquaculture Stewardship Council. (23 de Mayo de 2021). Obtenido de <https://www.asc-aqua.org/es/>

CBI, Centre for the Promotion of Imports from developing countries. (25 de Septiembre de 2018). Exporting vannamei shrimp to Europe. Obtenido de *Shrimp Products*:
<https://www.cbi.eu/market-information/fish-seafood/shrimp-products/vannamei-shrimp>

Chocolate Pacari. (1 de Junio de 2021). Nuestra Historia. Obtenido de <https://www.pacari.com/nuestra-historia/>

CITIZEN SUSTAINABLE. (16 de Agosto de 2020). Las mejores cápsulas de café ecológicas y biodegradables. Obtenido de *Living a Conscious & Eco-Friendly Life*:
<https://citizensustainable.com/es/capsulas-de-cafe/>

Cohen Orantes, I. (1981). *El concepto de integración*. Santiago: Revista CEPAL.
COMEX. (Enero de 2012). Resolución No. 39 del Comité de Comercio Exterior.



Comisión Europea. (2017). *Assessing the economic impact of the Trade Agreement between European Union and Ecuador*. doi:10.2781/089143

Connect Americas - BID. (12 de Abril de 2019). *Reglas para exportar café a la Unión Europea*. Obtenido de <https://connectamericas.com/es/content/reglas-para-exportar-cafe-la-uni-un-europea>

Cornejo Almeida, A. (2017). *Acuerdos comerciales con la Unión Europea: aporte al desarrollo económico del Ecuador*. TRABAJO DE TITULACION. Ecuador.

Da Motta Veiga, P., & Polonia Rios, S. (2009). *La importancia creciente del desarrollo sostenible en la agenda comercial Sudamericana*. Instituto Internacional para el Desarrollo Sostenible. Obtenido de https://www.iisd.org/sites/default/files/publications/tkn_trade_south_america_es.pdf

Delegación de la Unión Europea en Ecuador. (Marzo de 2017). *Cartilla Ecuador - Unión Europea*. Recuperado el 15 de 5 de 2019, de https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/cartilla_acuerdo_comercial_ue-ecuador_0.pdf

Diario El Comercio. (5 de 2019). www.elcomercio.com. Recuperado el 2 de 6 de 2019, de <https://www.elcomercio.com/actualidad/marianne-vansteen-comercio-ecuador-europa.html>

EFEAGRO S.A. (9 de Abril de 2019). *El sector del plátano y las bananas de la UE pide igualdad frente a las importaciones*. Obtenido de UE PLÁTANOS: <https://www.efeagro.com/noticia/platano-bananas-canarias-espana/>

EL COMERCIO. (7 de Junio de 2019). *Marianne Van Steen: 'El comercio se ha consolidado a pesar del proteccionismo'*. Obtenido de NEGOCIOS: <https://www.elcomercio.com/actualidad/marianne-vansteen-comercio-ecuador-europa.html>



Espinosa, A. (2013). *Análisis del Acuerdo de Asociación entre Colombia y la Unión Europea. Estudios y Perspectivas - CEPAL.*

European Commission. (2018). *Individual reports and info sheets on implementation of EU Free Trade Agreements. Obtenido de*

http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2018/october/tradoc_157473.PDF

European Free Trade Association (EFTA). (23 de Mayo de 2021). *EFTA-Ecuador Acuerdo de Libre Comercio: Anexos - Español. Obtenido de <https://www.efta.int/Free-Trade/EFTA-Ecuador-Acuerdo-de-Libre-Comercio-Anexos-Espanol-509211>*

Fairtrade International. (27 de Mayo de 2021). *Fairtrade International. Obtenido de <https://www.fairtrade.net/>*

Fassio, A. (2015). *Apuntes para desarrollar una Investigación en el campo de la Administración y el Análisis Organizacional.. Buenos Aires: EUDEBA.*

Federación Nacional de Exportadores, FEDEXPOR . (2017). *Boletín de Comercio Exterior . Quito.*

FLACSO Ecuador. (2012). *El retorno de las carabelas: Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea . Quito . Recuperado el 24 de 5 de 2019, de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/52436.pdf>*

Food and Agriculture Organization of the United Nations, FAO. (2019). *Banana Market Review: Preliminary results for 2018. Obtenido de http://www.fao.org/fileadmin/templates/est/COMM_MARKETS_MONITORING/Bananas/Documents/Banana_Review_Update_December_2018.pdf*



Fundación EU-LAC. (2008). *La adhesión de Estados a los esquemas de integración: los casos de la Unión Europea y el Mercosur. Densidades*, 2, 43-55. Obtenido de <https://eulacfoundation.org/es/system/files/La%20adhesi%C3%B3n%20de%20Estados%20a%20los%20esquemas%20de%20integraci%C3%B3n.pdf>

GLOBALG.A.P. (27 de Mayo de 2021). GLOBALG.A.P. Obtenido de <https://www.globalgap.org/es/>

International Coffee Organization (ICO). (2019). *The Coffee Development Report 2019. Obtenido de Growing for Prosperity: Economic viability as the catalyst for a sustainable coffee sector.*: <http://www.internationalcoffeecouncil.org/media/coffeeDevelopmentReport.pdf>

International Trade Centre. (2019). *Trade Map*. Obtenido de <https://www.trademap.org>
Jiménez, F., & Lahura, E. (1999). *La nueva teoría del Comercio Internacional*. Perú. Recuperado el 30 de 4 de 2019, de <http://comerint2.tripod.com/ntccio.pdf>

Krugman, P. (1985). *Increasing Returns and the Theory of International Trade*. National Bureau of Economic Research Working Paper: 1752, 53.

Leeg, T. (2018). *Negotiating sustainable trade: explaining the difference in social standards in US and EU preferential trade agreements*. *Contemporary Politics*, 24:4, 398-417. doi:10.1080/13569775.2017.1422093

Ministerio de Comercio Exterior. (2019). *Sistema de Inteligencia Comercial del Ecuador, SICOM*.

Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca. (23 de Mayo de 2021). *Protocolo de Adhesión del Ecuador al Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y sus Estados Miembros y Colombia y Perú por otras partes*. Obtenido de *Acuerdo Comercial*



Ecuador – Unión Europea: <https://www.produccion.gob.ec/acuerdo-comercial-ecuador-union-europea/>

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (2001). *Los mercados mundiales de frutas y verduras orgánicas*. Obtenido de *Oportunidades para los países en desarrollo en cuanto a la producción y exportación de productos hortícolas orgánicos*: <http://www.fao.org/3/y1669s/y1669s00.htm#Contents>

Organización Mundial del Comercio (OMC). (2016). *ACUERDOS COMERCIALES REGIONALES: INTRODUCCIÓN*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/region_s/scope_rta_s.htm

Porter, M. (2009). *Ser competitivo*. Grupo Planeta (GBS).

PRO ECUADOR. (12 de Noviembre de 2018). *Estudio de Mercado Banano en Alemania 2018*. Recuperado el 6 de 2 de 2019, de <https://www.proecuador.gob.ec/estudio-de-banano-en-alemania/>

PRO ECUADOR. (2019). *Ficha Técnica de Unión Europea*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/ficha-tecnica-de-union-europea/>

Rainforest Alliance. (27 de Mayo de 2021). *Qué significa "Rainforest Alliance Certified"?* Obtenido de <https://www.rainforest-alliance.org/lang/es/about/rainforest-alliance-certified-seal>

Ricardo, D. (1817). *Principios de economía política y tributación*. Londres.

Ricardo, D. (2003). *Principios de economía política y tributación*. España: Pirámide.

Rios, F., Ruiz, A., & Lecaro, C. (2017). *Estrategias País para la Oferta de Cacaos Especiales: Políticas e Iniciativas Privadas exitosas En El Perú, Ecuador, Colombia y República Dominicana* . Bogotá: Swisscontact. Recuperado el 4 de 6 de 2019, de



https://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/COUNTRIES/Colombia/Documents/Cadena_de_Valor_Cacao.pdf

Sagasti, F. (Junio de 2010). *Aprovechar acuerdos comerciales con innovación tecnológica*. Obtenido de <https://publications.iadb.org/es/publicacion/13157/aprovechar-acuerdos-comerciales-con-innovacion-tecnologica-una-propuesta-de>

Smith, A. (1958). *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. México: Fondo de Cultura Económica.

Universidad de Navarra. (Diciembre de 2018). *El 'boom' de la quinoa*. Recuperado el 10 de 6 de 2019, de <https://www.unav.edu/web/global-affairs/detalle/-/blogs/el-boom-de-la-quinoa>

William Reed Business Media Ltd. (2 de Abril de 2019). *The Grocer*. Obtenido de Hashtag Co unveils hemp-infused coffee in biodegradable pod: <https://www.thegrocer.co.uk/new-product-development/hashtag-co-unveils-hemp-infused-coffee-in-biodegradable-pod/591992.article>

Wong, S., & Kulmer, V. (2010). *Integración comercial con la Unión Europea e impactos en la pobreza*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Obtenido de: <https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3823/lcw357.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Zafarpour, S. (2015). *A Theoretical Framework (Modelling) for International Business Management*. En *Perspectives on Business and Management*. doi:DOI: 10.5772/60903



Anexos.

Anexo 1: Resumen de entrevistas a diferentes actores en Ecuador.

Empresa/organización	Acceso al mercado europeo (antes y después del Acuerdo)	Experiencia con el mercado europeo	Servicios y programas de apoyo	Oportunidades y Desafíos	Acciones requeridas
Ecuadorian Goods	Positivo en cuanto a incremento en el número de potenciales clientes interesados en sus productos pero aun no consolida nuevos compradores por volúmenes requeridos y términos de pago	Es necesario desarrollar nuevos productos, por ejemplo ya no solo se consumen frutas deshidratadas sino en gomitas para niños y adultos.	He recibido asesoria de PRO Ecuador y participado de la Macro Rueda de Negocios. Sin embargo se requiere más apoyo no solo en identificar potenciales compradores, sino mejorar la productividad, acceso a tecnología y maquinarias	Fortalecer a nivel de productores, uno como procesador o comercializador se enfrenta a variación de precios, poco control de calidad, exigencias de requisitos, entre otros. Para llegar al mercado europeo es necesario generar productos con valor agregado y que actualmente no contamos con esa tecnología o los recursos para implementarla.	Se requiere mayor coordinación público-privado-academia. Existen proyectos, empresas, productos y programas de apoyo pero aislados.
Bate Ma Company	Positivo en cuanto a incremento en el número de potenciales clientes, aun no ha cerrado con compradores en Francia. Antes del Acuerdo no tenía contactos de compradores europeos.	Importante escoger el canal de distribución adecuado, es difícil entrar en grandes cadenas mejor empezar por tiendas especializadas. España es una puerta importante para productos ecuatorianos.	Es parte de la Ruta PRO ECUADOR y ha realizado pequeños envíos de muestra. Su producto no ha ingresado aun no por calidad sino volumen. Es necesario mayor impulso y apoyo a la innovación	Los emprendedores debemos hacer bien la tarea desde el inicio. Nuestros productos necesitan ser bom global porque adaptar luego la propuesta de valor y el plan de negocio, es complicado y costoso. Necesitamos más apoyo para ser más competitivos en cuanto a precio, calidad ya la tenemos.	Explorar nuevos modelos de negocios "bom global"
Cafles del campo	Positivo, envíos de muestras al mercado europeo, mejor percepción de los productos ecuatorianos en Europa.	He requerido invertir para ampliar mi planta y aumentar mi volumen de producción. Es importante las certificaciones orgánicas o de comercio justo. Las negociaciones pueden demorar más de un año sino estás listos para cumplir con las exigencias del mercado	Estoy registrada en PRO ECUADOR quien me ayudo con el diseño de empaque (Aun no implementado) y asesoria. También junto al Consulado en un programa de apoyo a emprendedores de Manabí que me ha ayudado a desarrollarme más profesionalmente con mi negocio. También he ingresado al programa de Fedespor pero son programas de largo plazo y hay que ser constantes.	Facilitar el financiamiento para certificaciones internacionales, ampliación de plantas y adquisición de maquinarias.	Mayor apoyo de la academia para el desarrollo de nuevos productos. Los apoyos del Estado deben dirigirse a proporcionar financiamiento especializado para facilitar las exportaciones.



<p>Platayuc</p>	<p>Positivo, más competitivos por reducción arancelaria, mayor oportunidad de ingresar con marca propia. Mercado alemán responde favorablemente.</p>	<p>Mercado exigente pero con potencial. Mi producto tiene más de cinco certificaciones y eso abre puerta en tiendas especializadas. Cumplir con norma orgánica es fundamental aunque el producto se encarece. Diversidad de productos es necesaria, ahora estoy implementando nuevos sabores.</p>	<p>Participo en ferias y espacios de promoción comercial junto a las Oficinas Comerciales de PRO ECUADOR. Las agendas personalizadas que organizan han sido las que mayor efectividad han tenido. También fui parte de un programa con a CAF que me ayudó a establecer una estrategia de exportación hacia Alemania, país donde actualmente ya ingreso mi producto.</p>	<p>Mirar hacia otros mercados europeos poco explorados como croacia, dinamarca, finlandia y eslovenia. No se podria ingresar directamente con marca propia sino private label. Allí hay desafíos de adaptar producto y etiquetas, lo que implica un costo al producto.</p>	<p>Estos nuevos mercados europeos implican retos logísticos (los servicios logísticos son caros)</p>
<p>Sustainable Shrimp Partnership Ecuador</p>	<p>Positivo. Camarón se posiciona tras el primer año de implementación, como el principal rubro de exportación a este mercado. Europa es el principal mercado para camarón certificado del Ecuador.</p>	<p>Principal mercado para el camarón ecuatoriano certificado con ASC (Holanda principalmente). Consideran mucho el tema de trazabilidad e innovación tecnológica en los procesos. Nuestro mercado europeo va a u creciendo.</p>	<p>Una iniciativa de sostenibilidad liderada por empresas ecuatorianas con el compromiso de cultivar camarones con los más altos estándares, con cero uso de antibióticos y completamente trazable</p>	<p>En la actualidad, alrededor del 70% de los consumidores buscan seguridad alimentaria y toman su decisión de compra luego de revisar los estándares de calidad de un producto. SSP se proyecta al futuro para hacer de la acuicultura del camarón una práctica limpia, estable y exitosa para el mundo con el objetivo de producir un producto saludable, nutritivo y puro, cultivado de manera sostenible. Lograr ASC y garantizar una trazabilidad completa no será tarea fácil, pero es necesario en el actual y cambiante mercado de alimentos y esto tendrá un impacto en todo el sector de productos del mar</p>	<p>La estrategia es trabajar en colaboración con los grupos de interés para mejorar el desempeño social y ambiental. Es decir con los productores de camarón y también de la par con el mercado internacional.</p>



<p>AEI (Alianza para el emprendimiento e innovación)</p>	<p>Positivo aunque los emprendedores aun no se internacionalizan. Están accediendo empresas con cierta experiencia consolidada pero para emprendedores el proceso es más largo y complejo.</p>		<p>Uno de los pilares del ecosistema de emprendimiento es el "mercado", trabajamos en alianzas con gremios e instituciones públicas para que brinden información de acceso a mercados internacionales. Somos un agente que funciona como "ahado" o "conector", impulsamos y damos seguimiento a los espacios que generamos. También realizamos capacitaciones a modo de sensibilización sobre la importancia de la innovación</p>	<p>Sector servicios puede presentar grandes oportunidades pero requiere de mayor exploración e información del mercado.</p>	<p>Realizar una agenda público-privada actualizada referente a la estrategia de apoyo a la internacionalización de emprendimientos con mira hacia Europa.</p>
<p>FEDEXPOR</p>	<p>Incremento de las exportaciones no petroleras ala UE y balanza comercial positiva. Productos ecuatorianos se preparan para ingreso a este mercado.</p>	<p>Recientemente realizamos una misión de prospección y formación a Europa, visitamos España, Holanda, Francia. Las MIPYMES requieren de un periodo para realizar adaptaciones a sus productos y cumplir con las tendencias y requisitos de acceso. Las barreras arancelanas se han ido pero el mercado es exigente.</p>	<p>Nuestro principal servicio, que ya tiene alrededor de 2 años en ejecución es el Proyecto Internacionalizate, cofinanciado por la Unión Europea precisamente para que las empresas con potencial exportador desarrollen un proceso de adaptación y mejoras del producto. Estamos trabajando con alrededor de 100 mipymes a nivel nacional quienes reciben cofinanciamiento para esta adecuación al mercado europeo. Es un proyecto aun en ejecución (1 año más)</p>	<p>El acuerdo provee un marco para diversificar nuestra oferta exportable. Existen productos no tradicionales que requieren de un trabajo mayor para que logren cumplir con los requisitos (no arancelarios) de acceso a mercados.</p>	<p>Se requiere una política integral de impulso al sector exportador y flexibilizar las regulaciones locales para ser más competitivos.</p>



<p>PRO ECUADOR Viceministerio de Promoción de Exportaciones e Inversiones</p>	<p>Incremento de las exportaciones no petroleras a la Unión Europea. Mejores relaciones comerciales y diplomáticas con la UE. Mayores posibilidades de inversión. Nuevos programas de cooperación UE-Ecuador.</p>	<p>Existe gran potencial en el mercado europeo, cada vez más compradores europeos están interesados pero productos elaborados requieren adaptarse a las tendencias de consumo. Se ha incrementado el esfuerzo en promoción comercial a través de las OCES (Oficinas Comerciales).</p>	<p>Con la conformación del Viceministerio de Promoción de Exportaciones se trata de dar mayor impulso al trabajo de promoción comercial que se realiza a través de la oficinas comerciales (31) alrededor del mundo. La generación de servicios al exportador y promoción comercial se da a medida de la metodología de la Ruta PRO ECUADOR.</p>	<p>Las exportaciones de la UE al Ecuador han incrementado, beneficiando tanto a la UE como a la industria nacional que se provee de insumos y bienes de capital a menor costo, la balanza comercial se mantiene positiva para Ecuador, alcanzando los USD 270 millones en el periodo enero-febrero 2018. Esto demuestra que la Unión Europea es un importante socio comercial que contribuye a aliviar, a través del sector externo, las presiones económicas que enfrenta el país al ser una economía dolarizada.</p>	<p>Atraer inversión extranjera directa que impacte en industrias exportadoras y las desarrolle.</p>
<p>Cámara binacional Ecuador-Italia</p>	<p>Incremento del intercambio comercial Italia - Europa, principalmente en banano, camarón y también nuevos productos como puré de banano y otros agroindustriales.</p>	<p>Nuestra Cámara se creó precisamente para aprovechar al coyuntura del Acuerdo Comercial, siendo Italia un destino importante, no solo de productos tradicionales o nostálgicos, sino que es particular en Europa.</p>	<p>Como Cámara servimos de enlace a nivel público y privado, generando agendas para la generación de oportunidades de negocios.</p>	<p>Adicional a una agenda Ecuador-UE, el rol de las cámaras binacionales es importante para impulsar agendas bilaterales (país - país) de modo que se atemeren acuerdos y estrategias particulares para cada mercado.</p>	<p>A través de la política pública y del esfuerzo privado, debemos seguir impulsando el crecimiento de nuestra balanza comercial con la UE. Definitivamente nuestra adhesión al Acuerdo Multilateral, se ha constituido en un referente para negociaciones de tratados similares con otros bloques económicos por los resultados antes indicados.</p>
<p>ESPAE, Escuela de Negocios de la ESPO</p>	<p>Positivo en términos de flujo comercial. Mayor interés de empresas ecuatorianas de invertir o participar en programas de internacionalización.</p>	<p>Económicamente, con la vigencia del acuerdo, el país puede recuperar el margen de competitividad de sus exportaciones de banano frente a las exportaciones preferenciales con bajo arancel de los Estados África, Caribe y Pacífico.</p>	<p>La academia se vincula a través de las líneas de investigación y la formación de profesionales capaces dirigir estratégicamente empresas exportadoras.</p>	<p>El sector de la Academia no puede quedarse desvinculado a la estrategia de implementación del Acuerdo. Hay que incrementar el aporte en las líneas de investigación y desarrollo de nuevos productos, así como trabajar más de cerca en proyectos de asistencia técnica o proyectos concretos, específicos.</p>	<p>La Academia tiene un gran espacio para impulsar la innovación en los diferentes sectores. Las políticas públicas deben convertirse en programas y proyectos que cuenten con recursos suficientes para convertirse sus objetivos en realidad.</p>



Anexo 2: Principales programas de apoyo a las PYMES para su acceso a la UE.

RUTA PRO ECUADOR	<p>Es la metodología de intervención de PRO ECUADOR, que lleva de la mano a las empresas potenciales exportadoras hasta lograr su objetivo de internacionalización, ofreciéndoles según su etapa de madurez, diferentes servicios y proyectos. Actualmente PRO ECUADOR cuenta con más de 9000 usuarios registrados, en su mayoría PYMES que participan de los diferentes servicios que brinda.</p> <p>La Ruta PRO ECUADOR para la exportación utiliza una metodología de semaforización de servicios que consiste en ubicar a los usuarios en colores rojo, amarillo y verde. El semáforo rojo aplica para las empresas en nivel de emprendedor; el semáforo amarillo aplica para las empresas en nivel de potencial exportador y el semáforo verde aplica para las empresas exportadoras. Todos los niveles reciben servicios diferenciados a su capacidad y para lograr el paso de un nivel a otro es necesario cumplir ciertos criterios. Por ejemplo, para cambiar de amarillo a verde se aplica el test de potencial exportador, cuyo resultado permite definir en que debe mejorar o desarrollar la empresa. https://www.proecuador.gob.ec/ruta-del-exportador/</p>
EXPORTA FÁCIL	<p>"Exporta Fácil" tiene como objetivo mejorar la competitividad de las MIPYMES y artesanías a través del incremento de sus exportaciones y la inserción en nuevos mercados.</p> <p>El programa impulsado por varias instituciones del Estado, permite la exportación de los productos por un valor de hasta 5000 dólares (FOB) y un peso máximo de 30 kilos por cada envío del exportador, sin que existan restricciones en la cantidad de paquetes por enviar. Esta herramienta de exportación podrá ser utilizada por productores del sector de las MIPYMES y artesanías de manera individual o asociada, para lo cual el usuario deberá registrarse como exportador en la página web de Exporta Fácil y obtener un usuario y clave.</p>
PROYECTO	EXPORTA Bajo similar metodología del programa Exporta País y la Ruta PRO



<p>EUROPA</p> <ol style="list-style-type: none">1. Internacionalízate (FEDEXPOR)2. Expor Des (CORPEI)	<p>ECUADOR, este proyecto entró en vigencia a mediados del 2017 hasta el 2020, con la finalidad de beneficiar a al menos 240 MIPYMES exportadoras o con potencial de exportación para lograr el ingreso de sus productos al mercado europeo como parte de las estrategias para un mayor aprovechamiento del acuerdo comercial Multipartes.</p> <p>El proyecto es ejecutado por FEDEXPOR (Federación de Exportadores del Ecuador) y CORPEI , con el apoyo del Ministerio de Comercio Exterior Y PRO ECUADOR y financiado por la Unión Europea.</p> <p>Más información en: https://exportaeuropa.corpei.org/ www.exportaeuropa.ec</p>
<p>e-Ecuador</p>	<p>Proyecto iniciado en septiembre de 2018.</p> <p>PRO ECUADOR, con el apoyo de la empresa FromOzz, desarrolló e-Ecuador B2B, una plataforma exclusiva de comercio electrónico que facilita la conexión comercial entre los exportadores ecuatorianos y los importadores mayoristas internacionales, similar a la plataforma taiwantrade de Taiwán, solo que el nivel de preparación de las pequeñas empresas para estar listas para el mercado electrónico, aun es incipiente.</p> <p>La estrategia en implementación es promover su uso entre las empresas PYMES que ya se encuentran registradas en PRO ECUADOR y que tienen cierto nivel de potencial exportador y han recibido asistencia técnica, de modo que la plataforma sea efectiva. Aun no hay datos respecto al número de empresas registradas o transacciones procesadas; funciona básicamente como un catálogo virtual de la oferta exportable. https://ecuadorb2b.fromozz.com/home</p>

Elaborado por: La autora



Anexo 3: Productos no tradicionales (Ecuador) con acceso a la UE

Cuadrante 1 - \$miles de dólares-					
HS6	Descripción	Flujo Promedio M de UE(28) desde el Mundo	Flujo Promedio M de UE(28) desde Ecuador	Part. Ecuador promedio (2011-2015)	Requisitos no arancelarios
060311	Rosas	1.495.011	74.867	5,0%	Control fitosanitario
160521	Conservas de camarón	689.819	5.936	0,9%	Control sanitario, Control contaminantes, Normas Etiquetado, Trazabilidad
530500	Fibras de coco y abacá	73.782	4.198	5,7%	Normas etiquetado textil, Control sustancias químicas
080450	Guayabas y mangos	636.765	3.143	0,5%	Control fitosanitario, Control plagicidas, Trazabilidad, Normas etiquetado
200799	Confituras, jaleas y mermeladas	835.265	2.980	0,4%	Control sanitario, Control contaminantes, Normas Etiquetado, Trazabilidad
650400	Sombreros y demás tocados	80.963	2.224	2,7%	Normas etiquetado textil, Control sustancias químicas
110630	Harina de banano	92.812	1.585	1,7%	Control sanitario, Control contaminantes, Normas Etiquetado, Trazabilidad
382319	Ácidos grasos	1.248.607	1.452	0,1%	Control sanitario, Control contaminantes, Normas Etiquetado, Trazabilidad
100850	Quinua	47.625	1.000	2,1%	Control fitosanitario, Control plagicidas, Trazabilidad, Normas etiquetado
071029	Hortalizas congeladas o cocidas	29.939	944	3,2%	Control sanitario, Control contaminantes, Normas Etiquetado, Trazabilidad
650100	Cascos de fieltro para sombreros	8.915	616	6,9%	Normas etiquetado textil, Control sustancias químicas
090411	Pimienta	468.999	582	0,1%	Control fitosanitario, Control plagicidas, Trazabilidad, Normas etiquetado
060314	Pompones	220.782	558	0,3%	Control fitosanitario
940190	Dispositivos para asientos reclinables	7.189.976	364	0,0%	Seguridad general, Normas técnicas de calidad
051191	Huevas y lechas de pescado	185.059	249	0,1%	Control sanitario, CITES
650500	Redecillas para el cabello	524.288	218	0,0%	Normas etiquetado textil, Control sustancias químicas
330129	Aceites de anís	426.567	111	0,0%	Control sanitario, Control contaminantes, Normas Etiquetado, Trazabilidad
130219	Extractos vegetales	535.333	83	0,0%	Control sanitario, Control contaminantes, Normas Etiquetado, Trazabilidad
621430	Chales y bufandas	462.045	74	0,0%	Normas etiquetado textil, Control sustancias químicas
080550	Limonos	1.122.524	48	0,0%	Control fitosanitario, Control plagicidas, Trazabilidad, Normas etiquetado
TOTAL			101.233		



Cuadrante 4 -\$miles de dólares-					
HS6	Descripción	Flujo Promedio M de UE(28) desde el Mundo	Flujo Promedio M de UE(28) desde Ecuador	Part. Ecuador promedio (2011-2015)	Requisitos no arancelarios
240120	Tabaco negro	2.377.226	20.101	0,8%	Control sanitario, Control contaminantes, Normas Etiquetado, Trazabilidad
440722	Madera de Balsa	20.582	14.257	69,3%	Control madera, Control especificaciones tecnicas de construcción
410411	Cueros y pieles	1.058.524	4.202	0,4%	Control sanitario, Control sustancias químicas, CITES
151321	Aceite de almendra de palma	499.984	3.851	0,8%	Control sanitario, Control contaminantes, Normas Etiquetado, Trazabilidad
391990	Placas y láminas de plástico	3.202.584	2.802	0,1%	Control embalaje, Normas técnicas de calidad
650200	Sombreros de paja toquilla	5.882	2.568	43,7%	Normas etiquetado textil, Control sustancias químicas
030611	Langostas	112.852	1.264	1,1%	Control sanitario, CITES
081090	Granadilla, maracuyá	532.573	1.233	0,2%	Control fitosanitario, Control plagicidas, Trazabilidad, Normas etiquetado
320300	Colorantes vegetales	536.318	1.136	0,2%	Control sanitario, Control contaminantes, Normas Etiquetado, Trazabilidad
090111	Café	3.701.993	937	0,0%	Control sanitario, Control contaminantes, Normas Etiquetado, Trazabilidad
170114	Azúcares de caña	1.186.641	808	0,1%	Control sanitario, Control contaminantes, Normas Etiquetado, Trazabilidad
030619	Pellets de crustáceos	132.554	399	0,3%	Control sanitario, Control contaminantes, Normas Etiquetado, Trazabilidad
210390	Salsa mayonesa	2.553.997	386	0,0%	Control sanitario, Control contaminantes, Normas Etiquetado, Trazabilidad
060110	Bulbos y raíces	210.253	322	0,2%	Control fitosanitario
200981	Jugo de arándanos	109.161	256	0,2%	Control sanitario, Control contaminantes, Control peca ilegal, Trazabilidad
030622	Bogavantes	185.356	253	0,1%	Control sanitario, Control contaminantes, Normas Etiquetado, Trazabilidad
160412	Conservas de arenques	318.075	244	0,1%	Control sanitario, Control contaminantes, Normas Etiquetado, Trazabilidad
230990	Preparaciones alimenticias	4.693.734	223	0,0%	Control sanitario, Control contaminantes, Normas Etiquetado, Trazabilidad
262019	Residuos de siderurgia	114.197	135	0,1%	No existe
848180	Canillas o grifos para uso doméstico	11.278.571	119	0,0%	Control embalaje, Normas técnicas de calidad
TOTAL			55.493		

Fuente: FEDEXPOR , 2017.



Solicitud de constitución de Jurado para Defensa del TRABAJO FINAL DE MAESTRÍA		Código de la Maestría
Nombre y apellido del alumno Jennifer Lisett Rodríguez Murillo		Tipo y N° de documento de identidad. 95.583.387
Año de ingreso a la Maestría – Ciclo. 2016	Fecha de aprobación de la última asignatura rendida. 01.2019	
Título del Trabajo Final Oportunidades Comerciales para el Ecuador en el marco del Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea		
Solicitud del Director de Trabajo Final Comunico a la Dirección de la Maestría que el Trabajo Final bajo mi dirección se encuentra satisfactoriamente concluido. Por lo tanto, solicito se proceda constituir el correspondiente Jurado para su evaluación y calificación final. Firma del Director de Trabajo Final Aclaración..... Lugar y fecha.....		
Datos de contacto del Director		
Correo electrónico. nmoranm@gmail.com		Teléfonos: +54 9 11 3775-4665
Se adjunta a este formulario: <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo Final de Maestría impreso (indicar cantidad de copias presentadas) • CD con archivo del Trabajo Final en formato digital (versión Word y PDF) • Certificado analítico 		
Fecha	Firma del alumno	