



Cadena de comercialización del banano ecuatoriano. Aproximación de una propuesta de política pública de exportación

Ecuadorian banana marketing chain. Approximation of a proposal for a public export policy

Cadeia de comercialização da banana equatoriana. Aproximação de uma proposta para uma política pública de exportação

Luis Jonathan Álvarez Naranjo

lalvarezn2@unemi.edu.ec
https://orcid.org/0000-0003-3951-487X

Teresa Celeste Naranjo Pinela

tarananjop@unemi.edu.ec
https://orcid.org/0000-0002-3938-238X

Jazmín Alexandra Pérez Salazar

jperezs4@unemi.edu.ec
https://orcid.org/0000-0003-0209-8040

Ana Luisa Carvajal Salgado

acarvajals1@unemi.edu.ec
https://orcid.org/0000-0003-4639-129X

Universidad Estatal de Milagro. Milagro-Ecuador

Artículo recibido el 21 de marzo 2022 / Arbitrado el 28 de abril 2022 / Publicado el 19 de mayo de 2022

RESUMEN

Una política pública debe fundamentarse en un análisis válido y confiable de la realidad, el análisis de la cadena de comercialización del banano ecuatoriano cobra importancia ya que en Ecuador la producción del banano es el segundo rubro que permite el ingreso de recursos al país y genera empleos. Razón por la cual, el propósito de esta investigación fue analizar la cadena de comercialización del banano ecuatoriano bajo parámetros de competitividad, para generar una aproximación a una propuesta de política pública que permita obtener una mejora en el proceso de comercialización y e incrementar la exportación. Fue una investigación analítica. Se recolectaron los datos con la técnica de la entrevista y se aplicó un guion con preguntas semiestructuradas a tres productores y a dos investigadores especialistas en la producción y comercialización del banano en Ecuador. Como resultados se reportó que la política pública debe dar respuesta a la oferta del precio de banano por debajo del establecido por el MAGP para productores; la devaluación de la moneda en países importadores con respecto al dólar; regular los altos impuestos aduaneros, aranceles y elevado coste de los derechos para exportar; el precio de venta del banano poco competitivo en relación a otros países competidores; carencias de capacitación a productores; desarrollo de centros investigativo para el sector bananero.

Palabras clave: Cadena de comercialización; Banano ecuatoriano; Política pública; Producción y exportación; Cadena de valor

ABSTRACT

A public policy must be based on a valid and reliable analysis of reality. The analysis of the Ecuadorian banana marketing chain is important because banana production in Ecuador is the second largest source of income for the country and generates employment. For this reason, the purpose of this research was to analyse the Ecuadorian banana marketing chain under competitiveness parameters, in order to generate an approach to a public policy proposal that would allow for an improvement in the marketing process and increase exports. This was an analytical research. Data was collected using the interview technique and a script with semi-structured questions was applied to three producers and two researchers specialised in banana production and marketing in Ecuador. As results, it was reported that public policy should respond to the supply of banana prices below the price established by the MAGP for producers; the devaluation of the currency in importing countries with respect to the dollar; regulate the high customs taxes, tariffs and high cost of export duties; the uncompetitive banana sales price in relation to other competing countries; lack of training for producers; and the development of research centres for the banana sector.

Key words: Marketing chain; Ecuadorian banana; Public politics; Production and export; Value chain

RESUMO

Uma política pública deve basear-se numa análise válida e fiável da realidade. A análise da cadeia de comercialização da banana equatoriana é importante porque a produção de banana no Equador é a segunda maior fonte de rendimento para o país e gera emprego. Por esta razão, o objectivo desta investigação era analisar a cadeia de comercialização da banana equatoriana sob parâmetros de competitividade, a fim de gerar uma abordagem a uma proposta de política pública que permitisse uma melhoria no processo de comercialização e o aumento das exportações. Esta foi uma investigação analítica. Os dados foram recolhidos utilizando a técnica da entrevista e um guião com perguntas semiestructuradas foi aplicado a três produtores e dois investigadores especializados na produção e comercialização de bananas no Equador. Como resultado, foi relatado que a política pública deveria responder à oferta de preços de banana abaixo do preço estabelecido pelo POP para os produtores; a desvalorização da moeda nos países importadores em relação ao dólar; regular os elevados impostos aduaneros, tarifas e custos elevados dos direitos de exportação; o preço de venda não competitivo da banana em relação a outros países concorrentes; a falta de formação dos produtores; e o desenvolvimento de centros de investigação para o sector da banana.

Palavras-chave: Cadeia de marketing; Banana equatoriana; Políticas públicas; Produção e exportação; Cadeia de valor

INTRODUCCIÓN

Una política pública debe fundamentarse en un análisis válido y confiable de la realidad, convirtiéndose en un diagnóstico no solo de la situación en estudio, sino también, de todos los aspectos que están relacionados y que de alguna manera puedan afectarla, tales como: descripción del problema principal y de los problemas secundarios o concomitantes, necesidades del contexto y de los involucrados, causas, consecuencias, fortalezas, y limitaciones que constituyen la situación. Un análisis profundo y contextualizado permite identificar las metas reales para superar la situación diagnosticada, a través de la aplicación de acciones fundamentadas en las características de una realidad específica.

El diagnóstico que sirve de base a la construcción de una política pública debe ser un análisis estructurado, ya que este permite la evaluación del contexto asociado a las decisiones y acciones más idóneas para el logro de los objetivos y metas planteados. Valenti sostiene (2013) que la elaboración de políticas públicas se produce dentro de redes organizadas y relacionadas en planos múltiples. La toma de decisiones está repartida en diferentes instancias gubernamentales que tienen un papel activo en la transferencia de recursos y aprobación de acciones. Pero también es necesaria la participación de todos los actores involucrados, tanto en las comunidades como en las organizaciones implicadas en la situación que se requiere mejorar; se demandan ambientes políticos que permitan la continuidad de proyectos y la interacción activa y eficaz entre los sectores académico, gubernamental, económico y social.

Para Parsons (2013) el elemento central de la política pública es la utilización de información confiable, veraz, oportuna y actual; como sustento del análisis y decisiones en el proceso de su diseño e implementación. Por lo cual esta investigación se plantea la realización de un análisis estructurado de la cadena de comercialización del banano en Ecuador, que sirva de fundamento a la política pública y permita la optimización de su exportación. Los resultados de este trabajo tienen importancia ya que en Ecuador la producción del banano es el segundo rubro que permite el ingreso de recursos al país y genera empleos para miles de familias involucradas en su producción.

La pandemia ocasionada por el COVID-19 estuvo caracterizada por restricciones de movilidad, aislamiento y distanciamiento social. Estas medidas asumidas por los países, respondiendo a una exigencia de la Organización Mundial de la Salud, eran necesarias para proteger la salud de la población. Pero, además esto trajo como consecuencia el cierre de los lugares de trabajo, disminución de las ventas y el incremento en los costos de producción (Trilla, 2020 y Luna, 2020). Según datos del Banco Central del Ecuador (BCE, 2021), entre

enero y agosto de 2021, la exportación de banano y plátano alcanzó 2.345 millones USD, esto representa una caída del 10% comparado con el mismo periodo del año anterior, cuando se exportaron USD 2.611 millones. En cuanto a volumen, la reducción fue del 6% en los primeros ocho meses del año con respecto al mismo periodo del 2020. En el año 2021, se vendieron 4,7 millones de toneladas métricas frente a los 5 millones del año anterior. En este mismo orden de ideas el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias de Ecuador (INIAE, 2021), reporta que en la Unión Europea se comercializó en el año 2021 una caja de banano de 18,5 kilos a 11,44 € equivalente a USD 13,20, un precio menor de lo que costaba en 2019, cuando se comercializaba en 12,20 € (USD 14,15).

Según datos del Clúster Bananero del Ecuador (2021), que reúne a todos los gremios de productores y exportadores de Musáceas en Ecuador, en el curso del año 2021, la industria bananera de la región experimentó incrementos de costos por diferentes razones como: (a) Aumento de precios de insumos indispensables como fertilizantes de un 35 a 45%. (b) Subida del precio del cartón en 30% y plástico en 45%, necesarios para los empaques. (c) Pérdida de producción generada por los nuevos Límites Máximos de Residuos (LMR) de los mercados de destino. (d) La adopción de medidas de bioseguridad para prevenir el hongo *Fusarium oxysporum*. (e) Implementación de medidas de seguridad para evitar la contaminación de contenedores con sustancias ilícitas. (f) incremento generalizado del costo de fletes marítimos en hasta un 62% debido a la escasez mundial de contenedores. (g) Implementación de las medidas necesarias para salvaguardar la seguridad alimentaria global y proteger la salud de los trabajadores agrícolas durante la pandemia por el Covid-19.

Estos costos impactan directa y negativamente sobre la sostenibilidad económica y competitividad de la industria bananera, que ha sufrido incalculables pérdidas. Asimismo, el Clúster Bananero denuncia que las regulaciones que tienen la producción y comercialización del banano en Ecuador, son excesivas y no consideran la realidad actual del negocio. Las regulaciones están enfocadas en fijar un precio y a controlar y sancionar su cumplimiento, pero se dejan de lado aspectos productivos y de competitividad. Por otra parte, el mercado del banano es cada vez más volátil y dinámico, lo que exige decisiones y cambios rápidos a los cuales hay que adaptarse. Todos quienes conforman la Cadena Productiva del Banano, deben enfrentar los retos y desafíos, como por ejemplo, la amenaza del *Fusarium Oxysporum cubense sp* o Mal de Panamá, que desafortunadamente ya se encuentra en Colombia, y que amenaza con entrar a Ecuador.

Es primordial que todos los involucrados, tengan como propósito mejorar la productividad y competitividad del banano frente a otros países productores y exportadores de la mano con el Gobierno Nacional, Asamblea Nacional, productores, exportadores, proveedores de productos y servicios, terminales portuarias y navieras. Es importante resaltar que el Ecuador,

es el único país productor y exportador de banano que garantiza el pago de un salario digno, el cual se sustenta legalmente en la Constitución de la República. Adicionalmente, se tienen otros beneficios para los trabajadores de este rubro agrícola como: Jubilación Patronal, repartición de utilidades, décimo tercera y décimo cuarta remuneración, y la obligación de contratar un porcentaje de colaboradores con discapacidad, Este es un gran aspecto diferenciador y reconocido por la FAO, World Banana Forum y la OIT.

En el Clúster Bananero trabajan de manera conjunta de la Asociación de Comercialización del Banano en Ecuador (ACORBANEC), la Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador (AEBE), la Corporación Regional de Bananeros Ecuatorianos (AGROBAN) y la Cámara de Agricultura de la II Zona, para conseguir los cambios en aspectos normativos y otras, que aporten a mejorar la competitividad del sector. Según el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Pro Ecuador, 2021), el banano ecuatoriano a través de los años se ha convertido en una de las fuentes de mayor relevancia económica para el país, situándose como el principal ingreso de las exportaciones no petroleras. Con base en esta afirmación, se puede determinar que el banano se encuentra ligado al ámbito histórico y económico del Ecuador constituyéndose la producción bananera como una actividad tradicionalmente agrícola y estableciéndose como uno de los principales rubros del sector agropecuario.

En Ecuador tiene un gran potencial de crecimiento en las exportaciones de banano, para lo cual, el Gobierno Nacional juega un papel importante: En primer lugar, concretando a través del Ministerio de Comercio Exterior, la firma de nuevos Acuerdos Comerciales con la Zona Euroasiática, Japón, Corea del Sur, China entre otros con el fin de reducir y/o eliminar los aranceles para mejorar accesos y ofrecer precios competitivos. En segundo lugar, a través del Ministerio de Agricultura y Ganadería se debe lograr el crecimiento de la producción, aumentando la productividad, incrementando las hectáreas de tierras de cultivo, generando mayor mano de obra, fijando salarios de una forma técnica y reformando la normativa bananera vigente (ACORBANEC, 2021).

Para comprender la realidad de la producción y comercialización del banano se deben conocer las actividades que conforman la cadena productiva o cadena de valor. La cadena de valor es una herramienta de análisis estratégico que permite determinar la ventaja competitiva de este rubro agrícola, consiste en describir los eslabones que conforman el proceso de producción y comercialización para agregar valor al producto final. La cadena de valor del banano, según Porter (2006), está constituida por dos tipos de actividades,

primarias y de apoyo. Las actividades primarias son todas aquellas que corresponden a la producción del banano y el proceso de transferencia hacia el comprador. Las Actividades de apoyo son un soporte de las actividades primarias, incluye la participación de personal especializado.

Además de estas actividades primarias y secundarias, la producción y comercialización del banano en Ecuador está respaldada por los servicios técnicos suministrados por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGP, 2021) a través del departamento de Unidad del Banano y de las compañías exportadoras. Se suministra maquinaria y herramientas agrícolas, sustancias controladoras de plagas, fertilizantes, sistemas de riego, materiales de empaque. Entre las empresas que prestan estos servicios en Ecuador se pueden mencionar: Ecuquímica, Agripac, Fitogreen, Fulmipalma, Farmagro y Fertisa.

Conjuntamente con los servicios técnicos también se prestan servicios financieros, con los cuales los agricultores pueden hacer las compras de todos los insumos necesarios para la producción, cosecha, empaque, transporte y comercialización. Algunas de las instituciones que prestan servicios financieros son la Corporación Financiera Nacional (CFN), el Banco Nacional de Fomento (BNF), Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (BIESS). La cadena de comercialización del banano comienza con el productor, quien es el responsable de la cosecha, el empacamiento y transporte del producto de acuerdo al contrato comercial. El segundo eslabón de la cadena es el exportador y las comercializadoras, éstas controlan gran participación en el negocio del banano, por consiguiente, las comercializadoras negociarán con los importadores para la entrega del producto, tomando en consideración que algunas entidades cuentan con navieras ya disponibles para el traslado del producto, o con el presupuesto para contratarlas (Arteaga, 2013).

Una vez analizada la cadena de comercialización se procederá a promover una política pública que mejore la exportación de la fruta (Thoenig, 1997). Debido a las circunstancias en las que vive el Ecuador, es vital la implementación de una política pública para el buen desarrollo económico, en la que se priorice una explícita y efectiva política de promoción de exportaciones y una agenda de competitividad para así promover su diversificación (Legarda, 2016 y Clúster Bananero del Ecuador, 2021).

Considerando que los resultados de un análisis de la cadena comercialización contribuyen a la revisión de las políticas públicas, lo que representa un insumo para la rendición de cuentas y justificar las decisiones y acciones públicas (Legorreta 2011), esta investigación se plantea como objetivo general: Analizar la cadena de comercialización del banano ecuatoriano bajo parámetros de competitividad, para generar una aproximación a una propuesta de política pública que permita obtener una mejora en el proceso de comercialización y exportación de la fruta, para incrementar la exportación.

MÉTODO

Se empleó la investigación analítica, con un diseño mixto para la recolección de los datos de naturaleza cualitativa y cuantitativa. También se aplicó un diseño documental para lo cual se revisaron las siguientes fuentes: ACORBANEC, Clúster Bananero de Ecuador, Pro Ecuador, MAGAP, director ejecutivo de AEBE; para identificar las entidades o instituciones involucradas en cada eslabón de la cadena de comercialización como: productores, exportadores, empacadores, distribuidores, intermediarios, proveedores, mayoristas y supermercados. El análisis se realizó considerando los siguientes criterios: Evolución de las exportaciones de banano, Destino de la exportación de banano, Compañías exportadoras de banano en Ecuador, Exportación de banano de enero a diciembre de 2019 a 2020, Precio FOT, Certificaciones Internacionales, Puertos de embarque y Fundamento Legal.

Se recolectan los datos con la técnica de la entrevista y se aplicó un guión con preguntas semiestructuradas a tres productores (Palmar y Buenoro) y a dos investigadores especialistas en la producción y comercialización del banano en Ecuador. Los temas desarrollados en el guion de entrevista son: (a) Posición actual del país en el mercado internacional; (b) Falencias en producción previa comercialización; (c) Apoyo adicional del gobierno al sector bananero; (d) Desempeño colaborativo entre el sector privado y el gobierno; € Entidades complementarias u organismos que puedan potenciar al sector bananero.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Al analizar las entrevistas se obtuvieron respuestas con respecto: el precio, la producción, las plagas, las interrelaciones, la capacitación y las restricciones. El precio es un problema común que aparece en todas las entrevistas fue el precio que se establece para la venta de las cajas de banano, ya que generalmente ese precio no se hace efectivo, no se respeta. En el caso del productor le afecta mucho debido a que siempre le ofertan un precio menor al que se ha establecido por ley; por otra parte, al exportador no le conviene mucho dar el precio real debido a que, en mercados internacionales, el precio ofrecido por el importador es bajo lo cual hace que el exportador salga también perjudicado al dar el precio real al productor. Por tal consideran que no se debe establecer un precio fijo por año, más bien un precio que sea flexible de acuerdo a las tasas del mercado.

En relación a la *producción* del banano no es muy buena, debido a la falta de un mayor cuidado a la planta, este cuidado no se realiza por la dificultad de adquirir insumos como

pesticidas y fertilizantes; estos agroquímicos tienen costos elevados y no se ha logrado tener un contrato o subsidio que se financie con las fumigadoras para lograr un buen desarrollo en la producción del banano. *Las Plagas* que siempre está presente es la enfermedad en los cultivos del banano es la Sigatoka, a pesar de que se han realizado investigaciones para combatir esta plaga, actualmente no existe la posibilidad de erradicarla. El desarrollo del estudio biotecnológico en este sector no está del todo avanzado, por lo que si estuviera permitiría contrarrestar las enfermedades o plagas, como también permitiría mayores estudios desde la semilla para lograr un mejor nivel de producción.

Encuanto a las *Interrelaciones* debe existir una cooperación positiva entre los productores, el sector gubernamental y el sector privado. Se deben desarrollar relaciones positivas, caracterizadas por la ética y el respeto, para el beneficio de todos los actores involucrados en la producción y comercialización del banano. De esta forma la exportación de la fruta pueda ser favorable tanto para los autores involucrados como para el mercado internacional. Sobre la *Capacitación* es importante atender la capacitación de los productores, ya que esto beneficiaría a la calidad del producto y la optimización de la comercialización. Al tener un producto de mayor calidad será mayor su aceptación en los mercados de exportación. En atención a las *Restricciones* se deben disminuir para que la exportación del banano sea más competitiva con respecto a los otros países que son competencia en la producción.

Asimismo, se presentan los resultados de la evaluación de la cadena de comercialización del banano, se muestra para cada carencia la calificación obtenida, la cual puede ser Alta, media o baja. La prioridad de atención que debe tener el problema diagnosticado puede ser Alta, Media o Baja, como se observa en la Tabla 1.

Tabla 1. Evaluación de la cadena de comercialización.

Problema diagnosticado	Calificación		
	Alta	Media	Baja
Oferta del precio de banano por debajo del establecido por el MAGAP para productores	X		
Precios altos de insumos por parte de proveedores			X
Devaluación de la moneda en países importadores con respecto al dólar	X		
Cambios climáticos que dificultan el proceso de producción		X	
Asociaciones con gremios para la exportación del banano		X	
Altos impuestos aduaneros, aranceles y elevado coste de los derechos para exportar	X		
Precio de venta del banano poco competitivo en relación a otros países competidores	X		
Carencias de transportación naviera			X
Afectación a la producción por enfermedades y plagas como la Sigatoka		X	
Carencias de capacitación a productores	X		

Problema diagnosticado	Calificación		
	Alta	Media	Baja
Accesibilidad a créditos financieros para mejoras de infraestructuras de producción		X	
Desarrollo de centros investigativo para el sector bananero	X		
Sistema de producción			X
Limitaciones en la variedad de tipo de bananos		X	
Contratos con fumigadoras			X

Los problemas con alta prioridad para ser atendidos son: la oferta del precio de banano por debajo del establecido por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca para productores; devaluación de la moneda en países importadores con respecto al dólar; Altos impuestos aduaneros, aranceles y elevado coste de los derechos para exportar; precio de venta del banano poco competitivo en relación a otros países competidores; carencias de capacitación a productores; desarrollo de centros investigativo para el sector bananero.

Los resultados de la revisión documental están relacionados con los datos estadísticos que perfilan la situación de la cadena de exportación del banano de Ecuador de enero a diciembre de 2020 y alguna estadística complementaria del 2021.

Evolución de las exportaciones de banano

Tabla 2. Exportación de banano en Ecuador 2016 – 2020, (cajas de 18,14 Kg).

Mes	2016	2017	2018	2019	2020
Enero	29.699.827	32.648.734	32.528.428	31.769.012	37.670.960
Febrero	27.534.692	27.588.366	28.317.920	29.598.329	33.649.615
Marzo	26.943.641	28.771.243	32.492.798	33.907.855	33.019.699
Abril	29.281.484	28.251.629	33.200.024	32.358.742	35.799.490
Mayo	27.906.485	27.105.059	29.615.292	30.694.883	35.450.941
Junio	23.703.226	25.124.395	24.994.391	29.060.296	28.377.658
Julio	25.376.214	27.812.550	27.091.898	25.688.739	26.356.694
Agosto	23.861.544	24.767.805	26.844.976	27.265.904	30.321.514
Septiembre	24.780.016	25.299.584	27.151.841	27.990.986	26.338.188
Octubre	25.628.339	26.408.219	27.219.433	25.487.081	28.122.246
Noviembre	24.914.861	23.506.371	28.003.734	30.725.737	32.373.667
Diciembre	29.461.798	29.116.360	33.101.433	32.455.835	33.012.443
Total	319.092.127	326.400.315	350.562.168	357.003.399	380.493.115
Variación		7.308.188	24.161.853	6.441.231	23.489.716
%		2,29%	7,40%	1,84%	6,58%

Fuente: ACORBANEC / DATACOMEX / BANASTAT

Las exportaciones en el 2020 se ubicaron en 380,498 millones de cajas, un 6,58% mayor a lo exportado en el mismo periodo del 2019, superior al del 2018, 2017 y 2016, debido al incremento de la oferta exportable pero también al incremento de la demanda en los diferentes mercados de destinos a excepción de Estados Unidos, Asia Oriental y Oceanía.

Para complementar la información de la Tabla 2 y obtener los datos del 2021 se revisaron las estadísticas de la Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador (AEBE), esta asociación reporta que la exportación de cajas de 18,14 kg, alcanzó en 2020 el nivel de 386 millones, mientras que en 2021 llegó a 376 millones de cajas, es decir, una caída del 2,5% en los envíos de banano. A lo largo de los meses del 2021, esta tendencia se mantuvo, salvo septiembre y octubre que presentaron crecimientos positivos del 1,9% y 16,2% respectivamente, de acuerdo a cifras de la AEBE.

Destino de la exportación de banano

En el Gráfico 1 se presenta la información porcentual de los destinos a los cuales se realizó la exportación de banano del Ecuador.

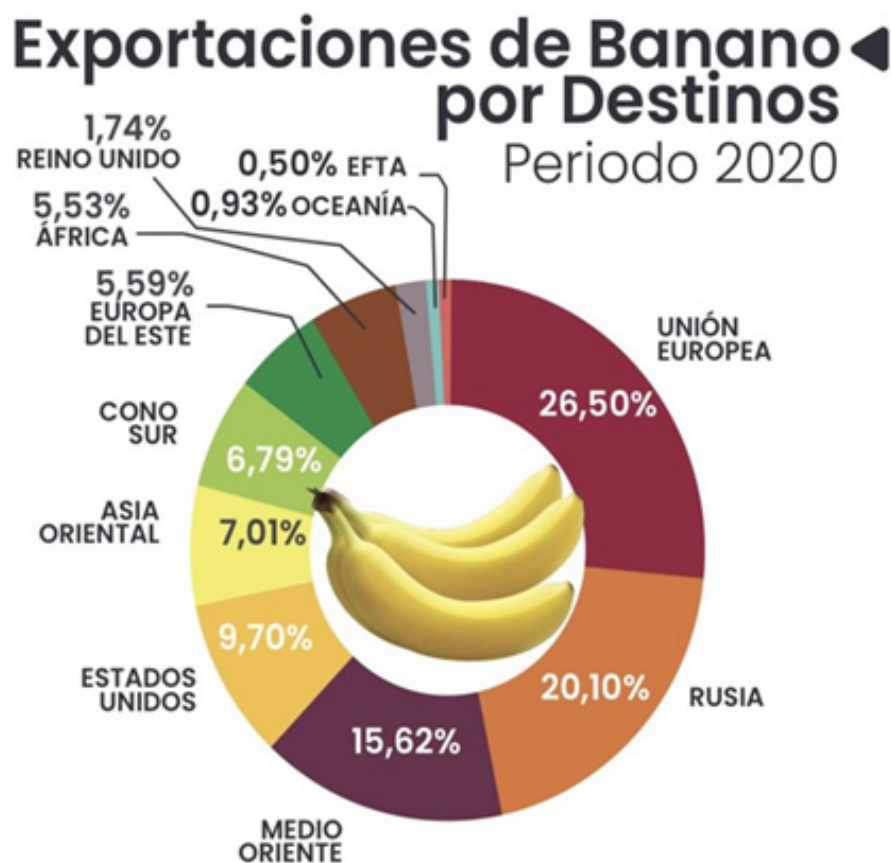


Gráfico 1. Destinos de exportación.

En el Gráfico 1 se muestra la distribución de la exportación de las 380,49 cajas durante el año 2020. Cabe destacar que hubo un decrecimiento en la exportación a Estados Unidos en un 0,54% de Enero a diciembre del 2020 con relación al mismo periodo del año anterior; En Asia Oriental también se refleja una reducción del 9,34%; y en Oceanía una reducción del 6,51%. Asimismo, hubo crecimiento de la exportación hacia Rusia con 1,22%; Medio Oriente con 12,00%; Cono Sur con 10,53%; Europa del Este con el 21,42%; África con el 24,64%; Reino Unido con el 1,48%; y, los países de la European Free Trade Area (EFTA) compuestos por Suiza, Noruega, Islandia y Liechtenstein, con el 8,49%.

Compañías exportadoras de banano en Ecuador

La Tabla 3 contiene la información acerca las 15 principales compañías de exportación en el país, el orden obedece a la proporción de carga exportada cuyo valor se expresa en cajas de 18,14 Kg.

Tabla 3. Exportación de banano de enero a diciembre de 2019 a 2020.

Ranking	Exportador	2019	%	2020	%	Variación	%
1	UBESA S.A.	41.138.971	11,52	40.435.157	10,63	-703.814	-1,71
2	REYBANPAC S.A.	23.749.352	6,65	26.673.164	7,01	2.923.812	12,31
3	FRUTADELI S.A.	18.418.153	5,16	19.473.355	5,12	1.055.202	5,73
4	COMERSUR CIA. LTDA.	14.054.484	3,94	15.384.245	4,04	1.329.761	9,46
5	AGZULASA S.A.	11.357.869	3,18	11.433.608	3,00	75.739	0,67
6	SABROSTAR S.A.	10.586.743	2,97	9.999.599	2,63	-587.144	-5,55
7	ASOAGRIBAL	10.955.883	3,07	9.873.748	2,59	-1.082.135	-9,88
8	ECUAGREENPRODEX S.A.	9.619.352	2,69	9.623.820	2,53	4.468	0,05
9	NOBOA TRADING CO	509.279	0,14	9.279.132	2,44	8.769.853	1722,01
10	TROPICAL FRUIT EXPORT S.A.	7.420.341	2,08	9.031.117	2,37	1.610.776	21,71
11	BAGATOCORP S.A.	3.954.326	1,11	7.744.783	2,04	3.790.457	95,86
12	FRUTICAL S.A.	7.042.565	1,97	6.062.869	1,59	-979.696	-13,91
13	TUCHOCK S.A.	5.113.172	1,43	5.822.459	1,53	709.287	13,87
14	CHIQUITA BANANA	907.927	0,25	5.627.635	1,48	4.719.709	519,83
15	GINAFRUIT S.A.	7.353.747	2,06	5.181.047	1,36	-2.172.700	-29,55

Fuente: ACORBANEC / DATACOMEX / BANASTAT

De las 380,49 millones de cajas de banano exportadas de enero a diciembre del 2020, se observa el principal exportador es la compañía UBESA (DOLE) con una participación del 10,63%; en segundo lugar se ubica REYBANPAC con el 7,01%; en tercer lugar aparece FRUTADELI S.A. con el 5,12% de participación; en cuarto lugar se ubica COMERSUR Cía. Ltda., con una participación del 4,04%, en quinto lugar se ubica AGZULASA S.A. con el 3,00% de participación; y en sexto lugar se ubica SABROSTAR con una participación del 2,63%.

En la columna de variación puede observarse como alguna de estas compañías disminuyeron su exportación en el año 2021, lo que se evidencia por el signo negativo en la cifra. Tales como: UBESA (DOLE), SABROSTAR S.A., ASOAGRIBAL, FRUTICAL S.A. y GINAFRUIT S.A. Asimismo las otras compañías con sus números en positivo, porque aumentaron sus cuotas de exportación.

Precio FOT

Al considerar el precio FOT, del banano en la Unión Europea, ACORBANEC alerta que en el 2020 ha sido el año que se ha pagado menos por este producto agrícola; situación que no hace sustentable la producción y comercialización del banano. Desde el mes de marzo de 2020, el precio FOT promedio en la UE fue de 12,03 €, descendiendo por debajo de los niveles del 2019 (12,27 €), y del 2015 (14,42 €). El incremento del consumo se ha realizado, una vez más, en detrimento de los precios. Y desde finales de septiembre se evidencia un estado de crisis, con una guerra de precios que se focaliza principalmente en los mercados del Este.

Al considerar el fundamento legal es importante resaltar algunos aspectos. El acuerdo 057 del Ministerio de Agricultura y Ganadería del 29 de octubre de 2021, establece los precios mínimos de los diferentes tipos de cajas de bananos y otras musáceas, para la exportación, que regirán los precios desde enero hasta diciembre del 2022 serán de 6,25 \$ por caja equivalente a 0,1506 por libra.

Este acuerdo repite el acuerdo del 29 de Octubre del 2020 mediante Acuerdo Ministerial 117 suscrito por el Ministro de Agricultura y Ganadería fijó el precio de la caja de banano en US\$ 6,25 pagadero a un solo precio al año o varios precios variables en diferentes semanas, pero su promedio final será el US\$ 6,25. La lógica prevaleció en la decisión de las autoridades dadas las condiciones del mercado, aunque el sector exportador había solicitado que se fijara el precio en US\$ 6,00.

Certificaciones Internacionales

Las certificaciones que se solicita al banano ecuatoriano dependerán de las necesidades y requerimientos que desee el comprador del país de destino. Entre las principales certificaciones internacionales que utilizan los productores y exportadores bananeros están:

Global Gap: Es una certificación referida por la Organización de las Naciones Unidas para el área de agroalimentación. Tiene lineamientos claros para el productor y para cada eslabón de la producción de la cual son inspeccionadas por un controlador. Esta certificación fue elaborada por comerciantes y supermercados europeos, donde su requerimiento se enfoca en todo el proceso agrícola y ganadero y están basadas en un reglamento de Buenas Prácticas Agrícolas.

Fairtrade International: Conocida también como el comercio justo. Se desarrolla con base en la integración entre el productor y el cliente, lo que da cabida a una mejor relación y grandes beneficios para la comercialización entre ambos agentes. Además, proporciona mejores situaciones de vida y proyecciones a futuro. Para cada producto que contenga la marca de comercio justo manifiesta que el productor está de acuerdo con las normas propuestas y estará en la obligación de establecer un equilibrio en el vínculo comercial y en el mercado.

Naturland Standards: Esta certificación fomenta el cultivo orgánico a nivel internacional en la que más de 50.000 productores agrícolas están afiliados. Sus normas se basan principalmente en el sembrado y en requerimiento de los suelos o del ambiente.

Ethical Trading Initiative: Este es un tipo de certificado creado por diversas organizaciones, asociaciones y voluntarios que enfoca mejorar el bienestar del productor con bajos recursos económicos.

USD National Organic: Está certificado, especialmente se orienta hacia los productores o exportadores que quieran comercializar sus frutas en el mercado de Estados Unidos. La cual autoriza al trabajador que sigue con las leyes internacionales en cuanto a los productos orgánicos y que además es emitido por el departamento de Agricultura de dicha nación (Pro Ecuador, 2016).

Puertos de embarque

El transporte por vía marítima es el medio como llega el producto a los mercados de consumo, los principales puertos por los cuales se embarca el banano son el puerto de Guayaquil que representa el 68,95%, en el Puerto Bolívar se transporta el 21,58% y el 9,47% en el Puerto de Posorja (ACORBANEC, 2020)

Fundamento Legal

La normativa legal en Ecuador establece la obligación del Estado de fomentar la exportación, lo que realizará mediante políticas públicas orientadas al cumplimiento de dicha finalidad, se considera un beneficio para los exportadores, así como para el país a causa del ingreso de divisas que genera un rendimiento económico.

Diversas entidades gubernamentales se conjugan para atender las situaciones que afectan a la industria bananera en Ecuador, se puede mencionar el Ministerio de Agricultura,

Ganadería y Pesca (MAGAP), el Ministerio de Comercio Exterior (COMEX), el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Pro Ecuador). Entre los programas que destaca el COMEX y MAGAP son: Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional para la ejecución del Plan de Mejora Competitiva, Programa de Desarrollo de la Productividad de Pequeños Productores Bananeros, Proyecto Agro-Seguro, Programa Nacional de Innovación Tecnológica Participativa y Productiva Agrícola, Plan de Legalización Masiva de Tierras a Productores Familiares (Plan Tierras), Programa Nacional de Almacenamiento, Reconversión Agro-productiva en la Amazonia Ecuatoriana (MAGAP, 2020).

AGROBAN y ACORBANEC y otros actores de la cadena contrataron a la Universidad de California en Davis para la realización del Estudio de Sostenibilidad de la Producción del Banano, el cual fue ya entregado y socializado al público en general a mediados del mes de octubre del 2020, cuyo estudio determina que la industria bananera ecuatoriana sigue siendo económicamente sana y socialmente sustentable (Clúster Bananero del Ecuador, 2021). Sin embargo, teniendo en cuenta los impactos de la pandemia del COVID-19, del cambio climático y de patógenos, no se debe dejar de invertir e innovar en la cadena de producción y exportación del banano. Se destaca el impacto positivo en la generación de empleo y desarrollo social por parte del banano ecuatoriano, entre otros aspectos.

Con base en los resultados se presenta la aproximación a una propuesta para respaldar la elaboración de políticas públicas: La política pública es un mecanismo o acción que toma el gobierno, para lograr objetivos de interés público, estas políticas surgen de decisiones respaldadas por un diagnóstico de la realidad y su problemática y un análisis de factibilidad, es así que se generan las acciones efectivas de los problemas públicos específicos, en donde participa la ciudadanía en la definición de las carencias y las soluciones al caso (Franco, 2014).

En la historia del Ecuador se han realizado varias versiones de políticas sectoriales, para la industria bananera, se inicia con la ley de Fomento Industrial de 1957, está a la vez fue fortalecida con la creación de la junta nacional de planificación en 1962, y también con el ingreso de Ecuador al Pacto Andino de 1966. Estas políticas alcanzaron su mayor vigor cuando el estado ecuatoriano dispuso de abundantes recursos provenientes del petróleo a partir de 1973 (Castilla, 2008).

En los casos de las políticas sectoriales de mayor relevancia para el fomento de desarrollo industrial de 1957 fue el banano. En el periodo que gobernó Galo Plaza 1948-1952, se introdujeron una serie de políticas que apoyaban al sector bananero las cuales fueron exitosas. Dentro de estas políticas se destacaron políticas crediticias, cambiarias y de promoción, esto permitió que Ecuador pasara de ser productor marginal en 1948, al ser el país mayor exportador de banano a nivel mundial para el periodo 1954 (MGAP, 2021).

Para que las políticas públicas funcionen y generen bienestar en la población deben estar acompañadas de estabilidad económica y política. Con el régimen de la dolarización, existe el consenso por realizar reformas económicas e institucionales, se debe generar mayor flujo de divisas para el país, que provean de medio circulante y la liquidez financiera para el Estado, todo esto debe ser un incentivo en impulsar las exportaciones e inversión extranjera. El problema es que existen muchas políticas que están pendientes de ser promovidas (Pardo, 2014).

El sector exportador ecuatoriano, si bien ha mostrado gran dinámica y cierto grado de industrialización en décadas pasadas aún continúa dependiendo de la exportación productos primarios y materias primas. Productos como el banano son susceptibles a las variaciones en sus precios en los mercados internacionales y también casi que no se generan valor agregado nacional (Castilla, 2008).

También es importante producir mayores variedades de la fruta, lo cual por su novedad generaría un valor agregado a la aceptación de la fruta. El banano ecuatoriano está muy bien posicionado en el mercado internacional gracias a las características de su sabor y calidad. El tener mayor diversificación de los mercados de exportación se disminuiría la altísima dependencia de los pocos mercados a los cuales se cubren grandes cantidades de demanda (Castilla, 2008).

Con base en el diagnóstico de necesidades y los datos recabados por la revisión documental, se considera que la política pública debe atender: La capacitación para los productores ecuatorianos, esto sería muy importante tanto para el aumento de productividad por hectárea, incremento en el número de cajas producidas y por ende la aceptación y mejor abastecimiento en los mercados internacionales. A mayor capacitación esto contribuiría a mejorar la calidad de la fruta por dichos cuidados y tratamientos en enfermedades como la Sigatoka Negra. Además de conocer los tipos de tratamiento como la Musacara que trata este hongo y otros temas que pueden formar parte de la capacitación a los productores, como también será de gran importancia promover la implementación de un instituto investigador en favor de la producción y diversificación de la variedad de la fruta para que los mercados internacionales tengan un amplio portafolio de varios tipos de banano.

El grafico 2, resume el análisis de la cadena causal para generar el diagnóstico de factores que están afectando negativamente a la producción y comercialización del banano. Estos factores generan pérdida en la producción, malos manejos en cuidado y tecnificación dentro de la producción generalmente que es donde se debe centrar la política pública para mejorar estos problemas y por ende incrementar beneficios de ingresos brutos al estado ecuatoriano (Arteaga, 2013 y Padilla, 2014).

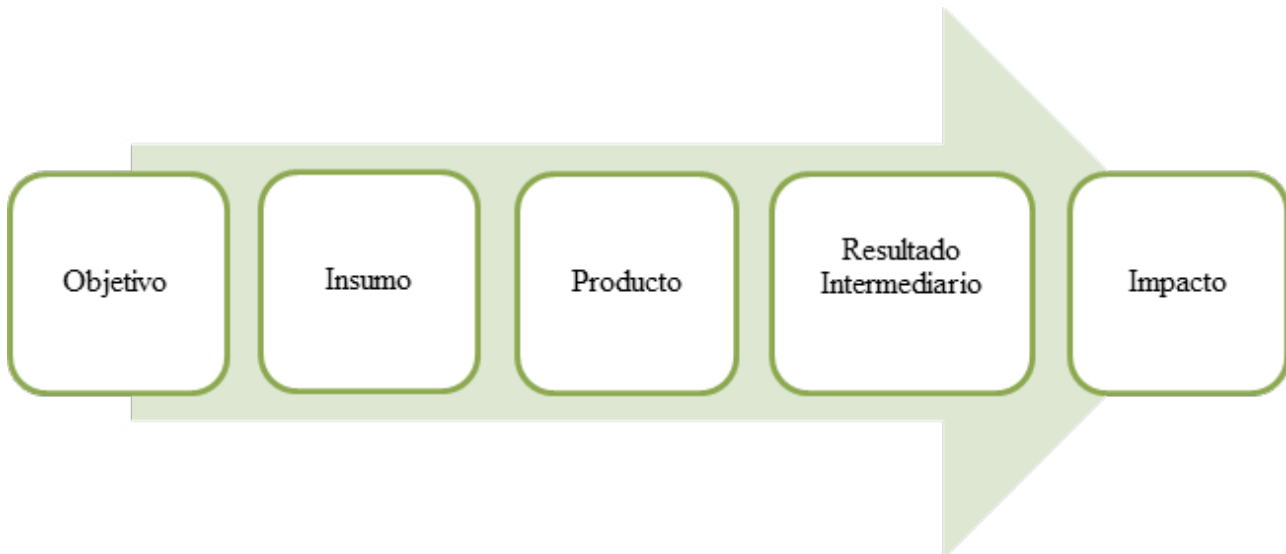


Gráfico 2. Análisis de cadena causal.

El desarrollo del análisis de la cadena causal de la comercialización se presenta en la Tabla 4.

Tabla 4. Cadena causal del proceso de comercialización del banano.

Objetivo	Optimizar el proceso de comercialización del banano a través del aumento de productividad por hectárea.
Insumo	<p>Apoyo económico subsidiado por el gobierno a través del MAGAP para que a través de la contratación de técnicos y expertos tanto nacionales e internacionales brinden las capacitaciones necesarias para los productores bananeros.</p> <p>Creación de un centro investigativo tecnológico para el desarrollo de nuevas tecnologías e innovaciones en el campo bananero en complementación de investigadores sobre el tema.</p>
Producto	Trabajadores o empleados de haciendas bananeras y el sector productivo bananero.
Resultado Intermedio	Innovaciones en el sector bananero. El productor tendrá mayores tecnicaciones al momento de producir la fruta por hectáreas resultando mayores volúmenes de producciones de gran calidad. Además, la investigación para el sector bananero aportará en la producción y diversificación de la variedad de la fruta como también el combate en plagas.
Impacto	En qué porcentaje impactó la productividad por hectárea en la economía. El impacto de la capacitación a productores se medirá en el nivel de productividad por año, como también la calidad que oferta en el momento de venta. En el caso del centro de investigación se medirá por medio de las variaciones de las exportaciones en precios FOB por caja de banano.

Es importante diversificar el mercado internacional para no solo depender de los mercados como Rusia, Alemania, Japón. Esto ayudaría a generar mayor producción nacional, plazas de trabajo, y por ende si aumenta el comercio también aumentan los ingresos del Estado. Este objetivo puede promoverse mediante la implementación de estudios donde se realicen modificaciones biológicas en las fibras de banano para dar respuesta a las exigencias del mercado demandante, previo a esto, se podría promover la incursión en ferias internacionales, donde se detallaría de la especie y calidad de las nuevas variedades.

CONCLUSIONES

El análisis de la cadena de valor proporcionó identificar las necesidades en cada uno de los eslabones de todo el proceso de comercialización del banano, desde la producción, empaque, transporte, exportación hasta que el producto llega a manos del consumidor final.

El diagnóstico de necesidades detectó que las situaciones que se deben atender de forma prioritaria son: (a) El precio del banano que debe estar cónsono con los gastos de los insumos en la cadena, la oferta del precio de banano está por debajo del establecido por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca para productores. (b) Atender la devaluación de la moneda en países importadores con relación al dólar. (c) Revisar los altos impuestos aduaneros, aranceles y elevado coste de los derechos para exportar esto se puede atender a través de acuerdos de libre comercio entre los Estados. (d) Gestionar para que el precio de venta del banano en el comercio exterior sea competitivo en relación a otros países productores y exportadores de banano. (e) Diseñar y aplicar planes de capacitación para los productores que puedan abordar aspectos técnicos, administrativos, uso de controles de plagas, Bio y químicos fertilizantes, aspectos de comercialización y emprendimiento. (f) Desarrollo y apoyo de centros de investigación para generar conocimientos que mejoren la realidad de la producción y comercialización en el contexto particular del Ecuador.

El análisis de la cadena de comercialización del banano ecuatoriano bajo parámetros de competitividad, permitió generar una aproximación a una propuesta de política pública que permita obtener una mejora en el proceso de comercialización y exportación de la fruta, para incrementar la exportación. La coordinación entre los actores en el sector productivo del banano ecuatoriano es prioridad para cubrir las necesidades de la demanda. La cadena productiva en el sector bananero, con un enfoque de cadena de valor propone mejorar la participación de dichos actores y la efectividad de la producción y comercialización de este rubro agroalimentario.

REFERENCIAS

- Asociación de Comercialización y Exportación del Banano del Ecuador- ACORBANEC (2020). Análisis de las exportaciones de banano del Ecuador: de enero a diciembre del 2020. Documento en línea. <https://n9.cl/gfhr>
- Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador (AEBE), (2021). Página web. <https://www.aebe.com.ec/?lang=en>
- Arteaga, S. (2013). Estudio de la cadena de valor agroalimentaria del banano del Ecuador. Madrid
- BANASTAT (2021) Banana Statistic of Ecuador <https://www.statista.com/statistics/1054614/exports-banana-value-ecuador-country-destination/>
- Banco Central del Ecuador (BCE) (2021). Página web. <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Apuntes/ae42.pdf>
- Castilla, G. (2008). Mercado internacional del banano ecuatoriano. Ecuador: Corporación Editora Nacional.
- Clúster Bananero del Ecuador (2021) Pagina web. <https://n9.cl/jhgow>
- DATAKOMEX (2020). Bases de datos multidimensionales de comercio exterior de mercancías por productos, países, comunidades autónomas. https://comercio.serviciosmin.gob.es/Datakomex/principal_comex_es.aspx
- Franco, J. (2014). Diseño de Políticas Públicas. México: IEXE Editorial.
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2021) (Pro Ecuador). Boletín informativo. <http://www.proecuador.gob.ec/institucional/mision/>
- Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias de Ecuador (2021) (INIAE). Boletín informativo.
- Legarda, D. (2016). Declaraciones a Noti Mundo. Notimundo.
- Legorreta, P. (2011). Academia. <https://n9.cl/0axvb>
- Luna, J. M. (2020). Determinaciones socio ambientales del COVID-19 y vulnerabilidad económica, espacial y sanitario institucional. Revista de Ciencias Sociales, 26(2), 21-26.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca del Ecuador – MAGP (2021). Acuerdo ministerial Nro. Política Pública y acción pública. 057. (2021, octubre 29). <https://www.agricultura.gob.ec/wp-content/uploads/2021/10/057-2021oct.pdf>
- Padilla, R. (2014). Fortalecimiento de las cadenas de valor como instrumento de la política industrial. Metodología y experiencia de la CEPAL en Centroamérica. Chile: CEPAL.
- Pardo, C. (2014). Proceso de control de calidad para el banano de exportación en finca bananera. Universidad Técnica de Machala.
- Parsons, W. (2013) Políticas públicas. Una introducción a la teoría y la práctica del análisis de políticas públicas. México: FLACSO
- Porter, M. E. (2006). La ventaja competitiva de las naciones. México: CECSA.
- PROECUADOR. (2016). Quienes Somos. <http://www.proecuador.gob.ec/institucional/quienes-somos/>
- Pro Ecuador (2021) Ferias internacionales y convenios. Autor <http://www.proecuador.gob.ec/institucional/quienes-somos/>.
- Thoenig, J. (1997). Francia. http://mobile.repositoriodigital.cide.edu/bitstream/handle/11651/3185/TJ_Vol.6_No.1_1sem.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Trilla, A. (2020). Un mundo, una salud: la epidemia por el nuevo coronavirus COVID-19. Medicina Clínica, 154(5), 175-177.
- Valenti, G. (2013) Presentación a la edición en castellano del libro de Parsons Wyne. México: FLACSO