

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ECONOMÍA

Disertación previa a la obtención del título de Economista

**ANÁLISIS INSTITUCIONAL DE LA CADENA DE
COMERCIALIZACIÓN DEL BANANO ECUATORIANO**

Sheyla Lissbeth Cedeño Sisalima
cedenosisalimasheyla@gmail.com

Director: Pablo Esteban Samaniego Ponce
psamaniego038@puce.edu.ec

Quito, febrero del 2021

Resumen

La presente investigación expone la manera en que las regulaciones sobre el precio mínimo de sustentación, los contratos para la exportación y las variaciones en el precio spot influyen en las decisiones de los actores de la cadena de comercialización del banano ecuatoriano. El análisis, realizado desde la perspectiva del neo institucionalismo económico, encontró que el precio mínimo de sustentación actúa como un seguro y protege al productor bananero de las fluctuaciones del mercado, y el contrato brinda estabilidad al productor y exportador. Además, los actores de la cadena de comercialización del banano (productor, intermediario y exportador) realizan el intercambio económico mediante la coexistencia de normas formales (Ley del Banano) e informales con el propósito de actuar cuando el precio de mercado (precio spot) se aleja del precio oficial. Tanto productores como exportadores, a los que se suman los intermediarios que no está presentes en todas las transacciones, tratan mediante diversos mecanismos informales de intercambio de aprovechar esa diferencia de precios, pero cada uno con estrategias completamente distintas, pues su situación en el mercado del banano es diferente. Es decir, cuando el precio mínimo de sustentación está sobre el precio de mercado, los productores defienden este mecanismo creado por las normas formales, mientras que los exportadores tratan por diferentes medios de hacer sus compras con el precio de mercado, y utilizan distintas estrategias que son detalladas en esta investigación y que se han convertido con el tiempo en reglas informales.

Palabras clave:

Banano ecuatoriano, Precio mínimo de sustentación, Contratos de exportación, Precio spot

Abstract

The present investigation proposes how the regulations on the minimum support price, the contracts for export and the variations in the spot price influence the decisions of the actors in the Ecuadorian banana marketing chain. The analysis, carried out from the perspective of economic neo-institutionalism, found that the minimum support price acts as an insurance and protects the banana producer from market fluctuations, and the contract provides stability to the producer and exporter. In addition, the actors in the banana marketing chain (producer, intermediary and exporter) carry out economic exchange through the coexistence of formal regulations (Banana Law) and informal ones, with the purpose to act when the market price (spot price) deviates from the official price. Both producers and exporters, additionally intermediaries who are not present in all transactions, try through various informal exchange mechanisms to take advantage of this difference in prices, but each with different strategies, since their situation in the banana market is different. So, when the minimum support price is above the market price, producers defend this mechanism created by formal regulations while exporters try by different means to make their purchases with the market price, for which they use different strategies that detailed in this research and that have become informal rules over time.

Keywords:

Ecuadorian bananas, Minimum support price, Export contracts, Spot price.

Agradezco a las personas que me brindaron generosamente su tiempo y accedieron a compartir su conocimiento sobre el sector bananero, pues sin su ayuda este trabajo no fuera posible.

A mis padres por haberme motivado a continuar en la carrera y brindarme el apoyo más importante, el emocional.

A mi abuelita Rosa, mis hermanos, familiares y amigos por ayudarme y ser soporte en mi vida cotidiana.

A la Santa Narcisa de Jesús y Santa Marta por el apoyo espiritual.

A mi tutor Pablo por tenerme mucha paciencia e impulsarme a mejorar siempre mediante su dirección, conocimiento y tiempo dedicado a esta investigación.

ANÁLISIS INSTITUCIONAL DE LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DEL BANANO ECUATORIANO	4
INDICE DE TABLAS	5
INDICE DE GRÁFICOS	5
INDICE DE CUADROS	6
Introducción	7
<i>Planteamiento del Problema</i>	7
Preguntas de investigación	9
Objetivos de investigación	9
Justificación.....	10
Metodología	11
<i>Estrategia de investigación</i>	11
<i>Procedimiento metodológico</i>	11
<i>Fuentes de información</i>	13
Capítulo I: Fundamentación Teórica.....	19
<i>Teoría del precio</i>	19
<i>Institucionalismo</i>	20
<i>Neo-Institucionalismo</i>	23
<i>Estrategias Empresariales</i>	25
Capítulo II: Situación del mercado bananero ecuatoriano	32
<i>Producción de banano ecuatoriano en el periodo 2002 - 2019</i>	32
<i>Exportaciones de banano ecuatoriano en el periodo 2000 – 2019</i>	38
<i>Precios del banano ecuatoriano en el periodo 2000 – 2019</i>	49
Capítulo III: Interacciones dentro de la cadena de comercialización convencional del banano ecuatoriano	56
<i>Estructura de la cadena de comercialización de exportación del banano ecuatoriano</i>	56
<i>Relación entre los actores de la cadena de comercialización del banano ecuatoriano</i>	58
Capítulo IV: Implicaciones del precio mínimo de sustentación, contratos de exportación y el precio spot	65

<i>Precio mínimo de sustentación</i>	65
<i>Contratos con los exportadores</i>	68
<i>Precio spot</i>	71
<i>Origen</i>	71
<i>Opiniones de cómo se da la venta de banano a precio spot</i>	72
<i>Acciones que toman los exportadores para aprovechar el precio spot</i>	73
<i>División de producción para la venta: 70 – 80% precio oficial y 30 – 20% precio spot</i>	75
<i>Acciones que toman los intermediarios para aprovechar el precio spot</i>	77
<i>Extinción de pequeños productores y la siembra ilegal</i>	78
Conclusiones	81
Recomendaciones.....	83
Referencias Bibliográficas	84
Anexos.....	92
<i>Anexo 1: Estimado de los costos de producción</i>	92
<i>Anexo 2: Estimado de los gastos de exportación</i>	93

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Distribución de entrevistas - Parte Cuantitativa	14
Tabla 2: Localización de entrevistados– Parte Cualitativa.....	14
Tabla 3: Variables de investigación - Parte cuantitativa.	16
Tabla 4: Variables de investigación – Parte cualitativa.....	¡Error! Marcador no definido. 7

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Evolución de la producción de banano en Ecuador en el periodo 2002 – 2019 (En toneladas métricas).....	32
Gráfico 2: Distribución de la producción de banano en Ecuador período 2002 – 2019.....	34
Gráfico 3: Variación anual de la producción de banano en Ecuador en el periodo 2002 – 2019 (En porcentajes)	3738

Gráfico 4: Evolución de la distribución de la producción de banano en Ecuador en el periodo 2002 – 2019 (En porcentajes:.....	340
Gráfico 5: Evolución de las exportaciones de banano en Ecuador por destinos principales en el período 2000 – 2019 (En Toneladas métricas).....	393
Gráfico 6: Evolución de la exportaciones de banano en Ecuador en el periodo 2000 – 2019 (En toneladas métricas y millones de dólares).....	393
Gráfico 7: Tasa de variación del volumen de las exportaciones de banano de Ecuador en el período 2000 – 2019 (En porcentajes).....	4044
Gráfico 8: Evolución del total de volumen de cajas de banano producidas y exportadas vs la diferencia porcentual entre el volumen exportado y producido en el período 2002 – 2019 (En toneladas métricas y porcentajes)	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 9: Evolución del PMS vs. precio spot en el periodo 2000 – 2019 (en dólares y por caja de banano).....	¡Error! Marcador no definido.8
Gráfico 10. Tasa de variación del PMS vs. precio spot en el periodo 2000 – 2019 (en porcentaje)	¡Error! Marcador no definido.59
Gráfica 11. Evolución del PMS vs. FOB en el periodo 2000 – 2019 (en dólares y por caja de banano)	60
Gráfica 12. Tasa de variación del PMS vs. FOB en el periodo 2000 – 2019 (en porcentajes)	60
Gráfico 13. Esquema de la cadena de comercialización del banano ecuatoriano.....	63

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Exportaciones de banano en Ecuador por destinos principales en el periodo 2000 – 2019 (En Toneladas métricas).....	3242
Cuadro 2: Exportaciones de banano en Ecuador por nuevos destinos principales en el periodo 2000 – 2019 (En Toneladas métricas).....	3447
Cuadro 3: Exportaciones de banano en Ecuador por nuevos destinos en el periodo 2000 – 2019 (En Toneladas métricas)37	¡Error! Marcador no definido.52

Introducción

Planteamiento del Problema

Ecuador es uno de los principales productores y exportadores de banano de alta calidad en el mundo, el mismo que ha cumplido con estándares de mercados exigentes como los de la Unión Europea y los Estados Unidos (Ministerio Relaciones Exteriores, 2017, pág. 18). Desde este punto de vista, es importante recalcar que según el área de estadística de la Dirección de Posicionamiento Estratégico de Musáceas (2019), el precio promedio anual del mercado, también conocido como precio spot, fue para el año 2016 de \$6,20 la caja de banano y para el año 2018 de \$6,30. Para Ecuador el precio mínimo de sustentación o precio oficial para el año 2016 fue de \$6,16, y para el 2018 de \$6,20 (DPEM, 2019). Es por ello, que la Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador, cree que la fruta ha perdido competitividad en el mercado exterior, motivo por el cual el sector bananero podría confrontar problemas, dado que es el tercer producto dentro las exportaciones, además, el sector bananero es un importante generador de empleo, porque aproximadamente 1,5 millones de personas se encuentran empleadas dentro del sector bananero (AEBE, 2019).

Lo señalado anteriormente, se suma a otras situaciones de conflicto y problemas estructurales detectadas por el gremio de los Exportadores de Banano del Ecuador (2019), como la poca flexibilidad de la Ley para estimular y controlar la producción y comercialización del banano, plátano (barraganete) y otras musáceas afines, más conocida como la Ley del Banano, pues destacan que, a pesar de contar con un mercado regulado por dicha ley existe informalidad en el mercado nacional debido a una institucionalidad pública con poca capacidad de regular y controlar aspectos que inciden en la producción y exportación de la fruta del sector bananero, afectando la competitividad. Como ejemplos se pueden citar algunas leyes.

La Ley para estimular y controlar la producción y comercialización del banano, plátano (barraganete) y otras musáceas afines destinadas a la exportación que se encuentra en el Registro Oficial No. 124 en la Comisión de Legislación y Codificación de la República de Ecuador, Pichincha, Ecuador, 6 de agosto de 1997, con un total de doce artículos. En el artículo 1 se declara la existencia de un precio mínimo de sustentación obligatorio, determinado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería, que se fijará en dólares para las distintas cajas de banano en el 100% y las 52 semanas del año, es decir, deja comprometido el precio de la venta de la producción. Lo conflictivo de esta norma es que los productores y exportadores perciben el efecto de esta ley ante la presencia del nombrado mercado spot, en el que las negociaciones funcionan sin contrato y en un periodo corto. Por tanto, hay casos en que el precio de las cajas de banano en el mercado spot, duplica el precio de la caja de banano por contrato (Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador, 2019).

Por otra parte, en el Código de la Producción, Comercio e Inversiones que se encuentra registrado con el ISBN 978-9978-86-973-4 publicado por la Corporación de Estudios y Publicaciones en el año 2011 en la ciudad de Quito, en Ecuador, explica que, a los productores se les exige tener contratos firmados

por un periodo de 52 semanas para vender su producción en el mercado nacional o internacional, pero con la libertad de que las cláusulas sean independientes y voluntarias entre las partes. No obstante, hay problemas entre productores y exportadores. En cuanto, a los productores el problema se origina cuando otros países productores de esta fruta tienen problemas externos o internos, referidos al cambio climático, daños ambientales, plagas, enfermedades en la fruta, crisis política, social o económica y demás. Entonces cuando se dan estos problemas externos los exportadores internacionales demandan la producción nacional ofertando a los productores nacionales un pago por el banano a un precio spot que resulta más alto al precio oficial. En consecuencia, el productor nacional prefiere vender su producto a los exportadores nacionales o internacionales que ofrecen un precio más alto cancelando así los contratos de venta de banano con precio oficial con la finalidad de obtener un mejor beneficio.

Por lo tanto, si el productor nacional cancela los contratos que tiene con los exportadores nacionales o internacionales, estos últimos se afectan directamente, porque tienen una falta de fruta y se ven obligados a pagar el banano a precios por encima del precio oficial, lo que conlleva a la exigencia por parte de estos a que la venta del banano se realice bajo el precio spot formalizado, de tal manera que si los productores no suscriben un contrato de compra-venta anual no puedan comercializar el banano para exportar, solo en el caso de un exceso de oferta podrían vender la fruta a exportadoras localmente.

Por otra parte, se da la posibilidad de que el productor nacional tenga un acuerdo de compraventa con el exportador nacional o internacional en el cual fije hasta un 30% la venta de la producción a precio spot para evitar las irregularidades que este precio forma en el mercado nacional. Si el productor decidiera no respetar el precio oficial por aprovechar el precio spot se quedará con una producción sin vender y sin generar ingresos, porque teniendo en cuenta que los otros países productores se recuperan de sus problemas externos e internos el mercado se volverá a regular y el productor nacional otra vez tendrá que adaptarse al mercado nacional y vender su fruta al precio oficial.

Cabe destacar que otro de los problemas que se generan con la venta de banano por contrato, se observa cuando los pequeños productores son afectados directamente por las fuerzas de mercado, y no logran concretar la venta a una empresa exportadora nacional o internacional, debido a que por su ubicación geográfica es la única que está y solo puede acaparar una limitada producción de los pequeños productores de la zona dejando por fuera a aquellos que no suscribe un contrato con ella. Cuando esto sucede, los productores sin contrato se quedan con un exceso de oferta que origina afectaciones a los precios y, por tanto, a la demanda porque la empresa puede llegar a incumplir las normas legales aprovechándose de la situación porque las alternativas de venta de estos productores son limitadas, pues otra opción que tienen los pequeños productores es comercializar su producción con intermediarios, los que generalmente se llevarán parte de su ganancia. Por tales problemas el objetivo ya no es maximizar sus ganancias sino vender el exceso de oferta, pues buscan un ingreso que les permita cubrir sus costos.

En síntesis, la producción y la exportación de banano en Ecuador en los últimos años, independientemente de la incidencia de factores externos y climatológicos, están caracterizadas por la variabilidad de precios, afectados por políticas y normativas vigentes, y por los acuerdos entre vendedores y compradores, lo que puede influir directamente la competitividad del precio del producto en el exterior y hace más compleja la situación. Por lo tanto, como el sector bananero es importante en la economía nacional, el gobierno se encuentra obligado a intervenir aplicando medidas como la Ley

del Banano y otros instrumentos que administren el mercado nacional de banano, pues, cuando estas medidas e instrumentos no incluyen a todos los actores del sector bananero terminan causando caos en el mercado nacional de banano.

Preguntas de investigación

Pregunta General:

¿Cómo las regulaciones sobre el precio mínimo, los contratos de exportación y las variaciones en el precio spot influyen en las decisiones de los actores de la cadena de comercialización del banano?

Preguntas específicas

¿Cuál es la situación del mercado bananero ecuatoriano en el año 2000-2019?

¿Cómo son las interacciones de la cadena de comercialización convencional de banano ecuatoriano con un precio oficial y contratos de exportación?

¿Qué implicaciones tiene la existencia de un precio mínimo y los contratos de exportación en la cadena de comercialización para los distintos actores?

¿Qué decisiones toman los actores de la cadena de comercialización del banano para aprovechar de los precios spot?

Objetivos de investigación

Objetivo general

Analizar la manera en que las regulaciones sobre el precio mínimo, los contratos de exportación y las variaciones en el precio spot influyen en las decisiones de los actores de la cadena de comercialización del banano.

Objetivos específicos

Analizar la situación del mercado bananero ecuatoriano en el año 2000-2019.

Establecer las interacciones de la cadena de comercialización convencional de banano ecuatoriano con un precio oficial y contratos de exportación.

Establecer las implicaciones que tiene la existencia de un precio mínimo y los contratos de exportación en las decisiones de los actores de la cadena de comercialización.

Identificar las decisiones que toman los actores de la cadena de comercialización del banano para aprovechar de los precios spot.

Justificación

De acuerdo con la Dirección de Posicionamiento Estratégico de Musáceas en el año 2018 se exportó un total de 87,8 millones de cajas de banano, que representa un total de \$813 millones de ingresos FOB (AEBE, 2019). Sin embargo, hay cuestiones que preocupan al sector bananero, por ejemplo, Jovanny Coronel, representante de la Asociación de Pequeños Productores Bananeros de El Guabo indicó que el aumento de costos, la fijación tardía del precio oficial más las tarifas impuestas, le han hecho perder a los socios de dicha asociación 600 mil cajas de banano que antes vendían a Holanda (Publicador, 2019).

Partiendo de lo anteriormente señalado, el interés por desarrollar esta investigación se enfoca en su primera parte hacia el análisis de cómo las regulaciones sobre el precio mínimo de sustentación, los contratos de exportación y las decisiones de los actores de la cadena de comercialización del banano se ve afectada por los precios spot, tomando como referencia la influencia negativa que este último pudiera estar ejerciendo en el precio oficial motivado a la diferencia que existe entre ambos y que a su vez contribuye a causar un desbalance en los ingresos tanto para productores, como para exportadores. Por otra parte, se señalan el conjunto de estrategias que emplean los actores de la cadena de comercialización que hacen del mercado una competencia feroz porque sus decisiones a veces incluyen modificaciones de acuerdos lo que conlleva a una informalidad que puede llegar a perjudicar la competitividad del banano ecuatoriano.

Además, se podría argumentar que existe un contraste entre mercado nacional y el mercado internacional por los problemas productivos del banano. Lo cual se puede evidenciar cuando se comparan países como Guatemala, Costa Rica, Colombia y República Dominicana, que tienen flexibilidad en sus precios, demostrado esto, en el año 2016 cuando sumaron un aumento de 6,4 puntos porcentuales de participación en el mercado mundial de banano, mientras que Ecuador en el mismo año presentó una reducción del 3% en sus exportaciones (CEPAL, FAO, & IICA, 2017). Por estas razones, para el desarrollo de la investigación se optará por un periodo más amplio al año 2016, donde se tomará información del periodo comprendido desde el 2000 hasta el 2019 para realizar el análisis de la situación del sector bananero durante este tiempo. Obtener el conocimiento previo al contraste entre el mercado nacional e internacional, y considerar la estructura económica del sector bananero desde la aplicación de la Ley del Banano.

Asimismo, para la otra parte de la investigación se tomará como referencia la situación actual del sector desde el punto de vista que señalan los entrevistados, pues el estudio se realizará en base a sus opiniones como los involucrados de manera directa en el mercado, a fin de que expliquen cuáles son los mecanismos que emplean para aprovechar los precios oficiales o spot. Por último, se pretende evidenciar cuáles son los principales problemas institucionales y económicos que aquejan al sector, referidos a las regulaciones que se le imponen a los productores y exportadores de banano para saber si se ajustan a la situación del mercado actual, de tal manera que se puedan generar argumentos que sirvan de guía para conocer las limitaciones que tiene la cadena de comercialización para aprovechar del precio spot y, a la vez, entender si dicho precio puede ser conveniente para el sector bananero ecuatoriano. Asimismo, los resultados obtenidos permitirán establecer estrategias que ayuden al crecimiento y fortalecimiento del sector bananero para que se expanda en el mercado internacional con su reconocido producto de calidad.

Metodología

Estrategia de investigación

La presente investigación es mixta porque empleara estrategias de los método cuantitativo y cualitativo, pues el objetivo de este estudio está orientado a comprobar de manera empírica la forma en que las regulaciones sobre el precio mínimo de sustentación, los contratos de exportación y las variaciones en el precio spot influyen en las decisiones de los actores de la cadena de comercialización del banano.

Procedimiento metodológico

El desarrollo de la investigación se llevó a cabo en dos fases: la primera se realizó el objetivo uno, y en la segunda el objetivo dos, tres y cuatro. Con relación a la primera parte se aplicó una estrategia cuantitativa mediante un enfoque descriptivo que permitió explicar la situación de la estructura económica del sector bananero ecuatoriano en el periodo 2000- 2019, que dio como resultado la comprensión sobre la importancia de la participación de este estrato en la economía del país. Este análisis abarco el comportamiento de la producción y exportación del banano en el periodo 2000-2019, y se llevó a cabo mediante un estudio de la distribución de la producción bananera en el Ecuador, la evolución de las exportaciones por destino, volumen y valores FOB, y una comparación entre el volumen exportado y su precio durante el periodo 2000-2019. Asimismo, se consideró la evolución del precio oficial y se comparó con el precio spot para entender la peculiaridad del mercado bananero ecuatoriano.

La segunda parte, se desarrolló empleando una estrategia cualitativa y un estudio descriptivo mediante entrevista en profundidad con el fin de que estas sean dirigidas al aprendizaje sobre las actividades que no se pueden observar directamente (Taylor & Bogdan, 1987). En atención a esto, se aplicó la técnica de entrevistas semiestructuradas, para conocer con más detalles si las estrategias que toman comúnmente las empresas se adaptan al sector bananero, o si existen otras tácticas no especificadas. Para ello, se optó por un muestreo por conveniencia, es decir, por disponibilidad de los informantes se seleccionó cuatro productores, un exportador, dos productores y exportadores, un intermediario y un productor de banano orgánico pertenecientes al sector bananero ecuatoriano. Esta población de interés se encuentra ubicada en cuatro provincias del Ecuador (Los Ríos, Guayas, Manabí, El Oro y Pichincha) y cuentan con empresas productoras y exportadoras de banano a escala de empresas pequeñas, medianas y grandes. Es importante mencionar que esta selección se realizó en función de tener precaución de incluir diversidad de participantes y a la vez perspectivas diferentes sobre el sector de banano en Ecuador.

Para una mejor comprensión de quienes fueron los entrevistados, se presenta unas tablas con la distribución y localización de las entrevistas que se realizaron:

Tabla 1: Distribución de entrevistas

TIPO DE EMPRESA	ESCALA		
PRODUCTORA	1 PEQUEÑA	3 MEDIANAS	
PRODUCTORA ORGANICA	1 PEQUEÑA		
PRODUCTORA Y EXPORTADORA		1 MEDIANO	1 GRANDE
EXPORTADORA		1 MEDIANO	
INTERMEDIARIO			

Elaboración propia.

Tabla 2: Localización de entrevistados*

PROVINCIA	CANTÓN	ESCALA DE EMPRESA	ACTORES
LOS RIOS	QUEVEDO	MEDIANO	PRODUCTOR Y EXPORTADOR
		MEDIANO	EXPORTADOR
PICHINCHA	QUITO	GRANDE	PRODUCTOR Y EXPORTADOR
GUAYAS	EL EMPALME	MEDIANO	2 PRODUCTORES
	EL TRIUNFO	MEDIANO	PRODUCTOR
EL ORO	MACHALA	PEQUEÑO	PRODUCTOR
		PEQUEÑO	PRODUCTOR ORGÁNICO
			INTERMEDIARIO

Elaboración propia.

*El productor orgánico prefirió el anonimato. El intermediario no tiene un asentamiento geográfico por ser una persona que solo se dedica a la compra y venta de banano y no produce.

Cabe destacar que los entrevistados tuvieron un papel importante dentro de la estructura de la empresa porque pertenecen al área administrativa, de logística, producción, mercadeo y calidad. Por lo cual, se consideró que la información obtenida permitió describir lo que sucede y como ellos perciben las regulaciones sobre el precio mínimo, los contratos de exportación y las variaciones en el precio spot; con base en sus propias experiencias, opiniones y pareceres sobre las relaciones e interacciones que tienen todos dentro de la cadena de comercialización.

De esta manera, las entrevistas permitieron el desarrollo de los objetivos dos, tres y cuatro. Para el objetivo dos, se consideraron las interacciones de la cadena de comercialización para la exportación de

banano ecuatoriano con un precio oficial y contratos de exportación, según las condiciones imperantes en el hoy, con el propósito de conocer el funcionamiento de esta en la producción de banano mediante el análisis de su estructura. Con respecto al objetivo tres, se detallaron las implicaciones que tiene la existencia de un precio mínimo de sustentación y los contratos de exportación en las decisiones de los actores de la cadena de comercialización, para conocer las limitaciones o libertades que tienen los actores de dicha cadena al momento de competir en el mercado bananero. Por último, en el objetivo cuatro se identificaron las decisiones que toman los actores de la cadena de comercialización de banano para aprovechar los precios spot y las reacciones que tienen frente las circunstancias que el mercado nacional les da.

Para lograr lo anteriormente descrito, se utilizó el método analítico sintético empleado en el enfoque cuantitativo y, el método de inducción analítica en el cualitativo, sobre los cuales se detalla que:

El método analítico-sintético: Permite analizar y clasificar las fuentes de información para extraer los elementos más relevantes del objeto del estudio y estudiar el comportamiento de cada relación y característica (Rodríguez & Pérez, 2017).

En otras palabras, este método hace posible la búsqueda de información para consolidar todos los datos recolectados. En el presente estudio, este método permitió clasificar las fuentes de información además del análisis para la comprensión del funcionamiento, las implicaciones que conlleva tener un precio mínimo de sustentación y la existencia de contratos de exportación dentro de la cadena de comercialización de banano.

El método de inducción analítica: Es un procedimiento de tratamiento de la información recopilada que considera la importancia de la experiencia analizada por los actores pues hay que considerar los hechos sociales desde su propia perspectiva (Schettini & Cotazzo, 2015).

Dicho de otra manera, este método permite categorizar y relacionar las estrategias que brinda la fundamentación teórica, para luego analizar si estas pueden ser o no modificadas, en esta investigación, este aspecto fundamental se basó en las respuestas obtenidas en las entrevistas.

Fuentes de información

La investigación tuvo como fuente primaria las bases de datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) el cual cuenta con un Sistema de Información Pública Agropecuaria (SIPA). Además, de contar con las bases de datos autorizadas por la Dirección de Posicionamiento Estratégico de Musáceas (DPEM), y del Banco Central del Ecuador (BCE). Las fuentes secundarias provinieron del sector público y privado, nacional e internacional, mediante entrevistas, periódicos, trabajos de estudios, publicaciones y boletines estadísticos, información técnica, obtenidas del internet, y demás.

Tabla 3: Variables de investigación - Parte cuantitativa

Variables	Indicadores	Fuentes
El comportamiento de la producción y exportación del banano en el periodo 2004-2019	Distribución de la producción bananera.	SICA- MAG. BCE-Comercio Exterior DPEM
	Evolución de las exportaciones por destino, volumen, y valores FOB.	
	Comparación entre el volumen exportado y su precio.	
	Evolución del precio oficial del banano ecuatoriano	
	Comparación del precio oficial respecto al precio spot	

Elaboración propia.

Tabla 4: Variables de investigación – Parte cualitativa

Variable	Descripción de la variable	Índice	Indicador	Ítems	Técnica	Fuente
Estrategias Empresariales	Tienen como fin actuar como medios para lograr los objetivos de una empresa, pues estas deben servir de guía y ser claras para que su aplicación respete los valores, principios y cultura de una empresa.	Corporativas	Integración vertical	Hacia atrás	Entrevista Semi-Estructurada	Actores que pertenecen a la cadena de comercialización del banano ecuatoriano
				Hacia delante		
			Integración horizontal	Relación entre los negocios		
				No relación entre los negocios		
			Ubicación geográfica	Estrategia Multinacional		
				Estrategia Transnacional		
				Estrategia Global		
		Estrategia Multi doméstica				
		Genéricas	Empresa líder	Expansión de demanda		
			Empresa retadora	Atacar al líder del mercado o competidores		
			Empresa seguidora	Copia del producto de la competencia		
		Mercado	Entrada de mercado	Mercado objetivo único, múltiple, combinado, nichos de mercados		
			Análisis FODA.	Estrategias: defensivas, adaptativas, reactivas u ofensivas.		
			Segmentos del mercado	Concentrarse solo en un solo producto, especializarse en un producto y con el atender a diversos segmentos		
				Tener varios productos de la misma línea dirigido solo a un segmento		
			Diferenciar la oferta de productos y satisfacer las necesidades de múltiples segmentos del mercado.			

		Matriz atractiva del mercado-competitividad	Esfuerzo en inversión y crecimiento			
			Inversión y crecimiento selectivo			
			Selección oportunista a productos			
			Selectividad del mercado			
			Desinvertir controladamente en el producto			
			Si el mercado está en declive se opta por una selección protectora			
			Desinvertir y considerar la sálida del mercado			
			Deshacerse del negocio no rentable			
		Matriz del ciclo de vida de la industria- posición competitiva	Se consolida, mantiene, selecciona, liquida o combina estas opciones			
		Competitivas	Liderazgo en costos			Estructura de costos bajos, inversiones continuas, competencia técnica elevada
						Producto único
			Diferenciación			Única línea de producto o mercado geográfico
		Segmentación	Forma continua un producto estrella			
		Crecimiento o Inversión	Matriz de crecimiento en productos y mercados			Productos actuales en los mercados actuales
						Productos actuales en los mercados nuevos
Productos nuevos en mercados actuales						
Productos nuevos en mercados nuevos						
	Producto con demanda alta y participación en el mercado alta - reinversión					

			Matriz de crecimiento-cuota de mercado	Producto con crecimiento bajo y participación en el mercado alto – inversión en investigación y desarrollo.			
				Producto con crecimiento alto y participación en el mercado bajo - inversión en recursos			
				Producto con crecimiento bajo y participación en el mercado bajo - segmentación de mercado, minimización de costos			
			Crecimiento intensivo	Productos innovadores			
				Ampliación de áreas geográficas por tipos de consumidores o nuevos segmentos			
				Exclusividad			
				Diversificación			
			Integración	Hacia arriba			
				Hacia abajo			
				Horizontal			
			Diversificación	Inversiones hacia productos o mercados cercanos o actuales			
				Aplicación de tecnologías en productos y mercados nuevos			
				Productos y mercados diferentes			
				Inversiones directas o indirectas en otros países			
			Operativas del marketing mix	Productos			Nuevas características
							Optimización de la oferta
							Experiencia única para el consumidor
							Investigación del mercado
				Precios			Nuevo producto con un precio bajo
							Nuevo producto con un precio alto

				Reducción del precio por debajo de la competencia		
			Distribución	Uso de internet, llamadas telefónicas, envíos de correos, visitas a domicilio		
				Uso de intermediarios		
				Distribución intensiva		
				Distribución selectiva		
				Distribución exclusiva		
			Promoción o comunicación	Anuncios		
				Publicidad		

Elaboración propia.

Capítulo I: Fundamentación Teórica

Teoría del precio

Para el siglo XIX, Alfred Marshall en su obra “Principios de economía” describió un instrumento matemático y gráfico para explicar que la interacción de las curvas de oferta y demanda determina los precios, y explica como esa interacción sirve para demostrar los cambios y desplazamientos que ocurre en el tiempo (Lozano, 2011). De esa forma se iniciaron las teorías y definiciones microeconómicas sobre el precio, el cual está vinculado con el mercado.

En un mercado competitivo en el que se encuentran vendedores y compradores, los productores son quienes deciden que producir y que ofertar, pero el comprador es quien decide si compra o no el producto ofertado pues su inclinación es adquirir un producto que satisfaga su necesidad y este acorde al precio que puede pagar, lo que permite observar que para este existen dos precios, demostrando la relación del precio con el costo de oportunidad. Entonces para el comprador hay dos precios, los precios monetarios¹ y los precios relativos² (Parkin & Loría, 2015).

Por otra parte, se señala, que en el mercado es donde interactúan los consumidores, quienes compran X cantidad de bienes, esa cantidad se determina según el precio, entonces, según la Ley de la demanda, si los demás factores no cambian, cuanto más alto es el precio de un bien, menor es la cantidad demandada del mismo y, a menor precio de un bien, mayor es la cantidad demandada. En el caso de los productores la cantidad de bienes y servicios que quieren vender se refleja en la curva de la oferta, y según la Ley de la oferta, si todos los demás factores no cambian, cuanto más alto es el precio de un bien, mayor es la cantidad ofrecida del mismo; y a menor precio de un bien, menor es la cantidad ofrecida del bien (Parkin & Loría, 2015).

En ese sentido, el equilibrio en el mercado se da cuando las curvas de los consumidores y las curvas de los productores se intersecan originando un punto de equilibrio, que a su vez es el punto en el que se observa el precio de equilibrio, este precio regula las cantidades demandadas y ofertadas. Sin embargo, se pueden dar casos en el que el precio es más alto que al precio de equilibrio lo que origina un exceso de oferta, y para que los individuos compren esas existencias el productor debe bajar el precio. En el caso de que el precio sea más bajo que el precio de equilibrio, se da un exceso de demanda, y como los individuos necesitan más productos ofrecen más dinero haciendo que suba su precio. Las interacciones se dan hasta que el mercado vuelva a estar en equilibrio.

Existen ocasiones en la que el gobierno controla los precios como medida de regulación para los mercados, provocando un desequilibrio. Puede tomar dos acciones: Primero, imponer un precio máximo o un precio mínimo. Con el precio máximo el gobierno busca mantener el precio de un bien por debajo

¹ El precio monetario es el número de cualquier moneda que se deba entregar para obtener un bien o servicio.

² El precio relativo es la proporción del precio de un producto en relación a otro, es decir, es un costo de oportunidad.

de un nivel determinado, con el fin de que ningún oferente pueda cobrar por encima del límite (Mochón & Carreón, 2011). El caso del precio mínimo se da más en los mercados agrícolas porque el gobierno busca que el precio de un producto no descienda por debajo de un cierto nivel, con el fin de evitar una reducción en los ingresos de los productores y exportadores (Mochón & Carreón, 2011).

En conclusión, el precio mínimo de sustentación permite que productores menos eficientes mantengan una producción y un ingreso estable y, a la vez, limita que la producción y el exceso de oferta sea demandado (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2005). Porque este es pensado como una medida contra los inestables precios del mercado internacional y cuando los productores nacionales no tienen la capacidad de almacenar su exceso de producto, también cuando tienen una falta de poder de mercado de intermediarios y comercializadores, y cuando los precios nacionales caen significativamente (Egas, Shik, Inurritegui, & De Salvo, 2018).

Institucionalismo

El institucionalismo tuvo origen en un encuentro anual de Asociación Económica Americana en 1917, en el que Walton H. Hamilton presentó “El enfoque institucional de la teoría económica” siendo esto la legitimación del institucionalismo en la sociedad, es un enfoque destacado tanto en universidades como en política, debido a la relevancia que tuvo en la depresión económica y el inicio de la segunda guerra mundial, el cierre de la etapa del movimiento institucional se dio en 1939 cuando John Commons publicó su último trabajo, pero este movimiento sobrevivió por autores como Wesley Miychell, y Clarence E. Ayres, quienes actuaron como articuladores generacionales (Masera, Palma, & Calcagno, 2017).

Los principales pensadores del institucionalismo son Thorstein Veblen, John Commons, John M. Clark, Wesley Miychell, y Clarence E. Ayres. Todos ellos definen a las instituciones según sus perspectivas, razón por la cual la definición de institucionalismo es difusa. Sin embargo, cada uno realizó aportes que destacaban la insatisfacción hacia el estado y la interpretación del comportamiento de los agentes económicos pues ellos consideraban la importancia de las instituciones para el comportamiento económico y las limitaciones de la actividad económica, mediante estudios empíricos que destacan toda la realidad económica en conjunto con su compleja diversidad.

Por lo tanto, la primera definición del pensamiento económico institucional fue dada por el fundador, Thorstein Veblen, quien decía que las instituciones son "en esencia, hábitos de pensamiento prevalentes con respecto a relaciones y funciones particulares del individuo y de la comunidad" (Veblen, 1899, pág. 89). Por otra parte, el autor señala que el comportamiento económico debe ser analizado para poder entender la historia y los cambios de las sociedades en el tiempo. Además, que los individuos buscan sobresalir para impresionar a otros individuos y ganar su estima o envidia. Por otra parte, abarca el término de consumo conspicuo, el cual es una categoría de acciones intencionales cuyo objetivo es lograr una mejora en las opiniones de los demás sobre ellos mismo (Veblen, 1899). Por último, Veblen destaca que las formas de pensar y hacer se vuelven tendencia y las instituciones se hacen un hábito

común arraigado al pensamiento de la sociedad, y dichos pensamientos son duraderos, pero a la vez adaptables al actuar de la sociedad, la cual actúa según un razonamiento abstracto.

Históricamente, un seguidor de Veblen, John Commons definió a las instituciones como acciones colectivas para restringir, librar o difundir las acciones individuales (Díaz Casero , 2003). También agregó en la teoría de la economía institucional al Estado porque este debe actuar para elevar el bienestar general a través del cambio institucional. En sus trabajos demostró interés por la clase obrera, agrícola e industrial, pues consideraba las condiciones de vida de los inmigrantes y los sindicatos, y creía que la competencia es un proceso construido socialmente y está regulado por normas institucionales que cambian entre épocas y sociedades (Masera, Palma, & Calcagno, 2017).

Además, consideraba a la economía como una serie de transacciones que son posibles gracias a los apoyos institucionales, que garantizan la libertad y propiedad antes de que puedan ocurrir transacciones negociadas. Asimismo, las instituciones producen orden generando expectativas hacia las cuales los individuos pueden orientar su comportamiento económico (Barkanov, 2016). Por otro lado, "...se fundamenta en la idea del control colectivo de la conducta individual mediante la acción de las reglas operantes en la sociedad: a) que actúan en la formación de las instituciones; b) que emanan como elaboración de las cortes; c) como leyes del Congreso; y d) las decisiones de la Corte Suprema" (2017, pág. 522). Por estas razones, Commons destaca como un autor que incluyó la evolución de las instituciones en la vinculación del análisis económico, y el primero en considerar el análisis de los costos de transacción y la legislación del trabajo.

Por otro lado, John M. Clark, consideraba el hábito, los costos en la toma de decisión, la racionalidad limitada, y enfatizó que, el comportamiento de la fijación de precios en una empresa con altos gastos generales le conllevaría a enfrentar dificultades si el costo no cubría dichos gastos (Rutherford, 2003). En cambio, su admirador Wesley Mijchell aportó una metodología que consideraba el análisis de los ciclos económicos, los cuales eran efectos de la interacción de una economía monetaria donde sus fases pasadas sirven de como guía para el comportamiento de las fases futuras, (Masera, Palma, & Calcagno, 2017). Tiempo después Clarence E. Ayres hace el papel de vínculo con la generación posterior y menciona que la economía tiene diferentes fuerzas que modifican los patrones de comportamiento y que para la toma de decisiones se debe saber el tipo de problema que tiene la economía para lograr entenderla, siguiendo así su análisis al enfoque cultural de Veblen (Díaz Casero , 2003). Además, Clarence consideró a la tecnología como un factor que conlleva al cambio institucional (Rutherford, 2003).

Todos los autores mencionados anteriormente introdujeron el institucionalismo a pesar de que cada autor aportó de manera diferente al desarrollo de la teoría institucional, todos compartieron el interés por el análisis de las instituciones, su evolución, el cambio institucional y la preocupación por el estudio de los problemas sociales y económicos. Además, el trabajo realizado en la regulación de los servicios públicos y las relaciones industriales los llevo a pensar que debía existir una regulación más activa hacia el estado y a la vez una planificación en la economía (Rutherford, 2003).

Desde el punto de vista de Geoffrey M. Hodgson (2001), en su informe sobre los fundamentos metodológicos y meta-teóricos de la propuesta institucionalista concluye que las cuestiones

metodológicas han tenido varios debates en la década de los ochenta y noventa. Los institucionalistas han contribuido con literatura importante que han permitido el desarrollo de enfoques de análisis económico. Además, destaca a las instituciones como ideas subjetivas pertenecientes al agente y con una estructura objetiva, y se conectan en un círculo donde interactúan con una interdependencia recíproca, donde tienen como sostén al hábito el cual es adquirido al momento de encajar en las instituciones (ibidem). Por otra parte, Vargas (2008) afirma que la teoría institucional sugiere que “la creación de nuevas instituciones es capaz de eliminar los costos que surgen si una parte toma ventaja de la vulnerabilidad de la otra, es una estrategia viable para poder cosechar relaciones de confianza entre partes en conflicto” (pág. 47). En pocas palabras, las instituciones son relevantes y necesarias para generar confianza en las transacciones de la sociedad.

Por ende, los institucionalistas estudian el problema, del poder y la política en la evolución institucional y existe una brecha entre las clases públicas y privadas, del mismo modo que entre lo administrativo y lo político (Vargas Hernández, 2008). Por estas razones se puede considerar que el institucionalismo refuta los conceptos de la corriente neoclásica porque esta corriente hace descripciones precisas con medidas cuantitativas y no tiene un enfoque multidisciplinar que abarque la compleja realidad económica mediante estudios empíricos que consideran al agente económico como un individuo no racional, sino como un producto cultural debido al entorno holístico, evolucionista y dinámico en el que el institucionalista lo sitúa. De tal manera, las instituciones son el recurso de los agentes y actores para obtener el logro de sus objetivos, pues las instituciones actúan como mecanismos para la cooperación y proveen tareas de monitoreo e información, que entregan ganancias distribucionales, es decir, son reglas de funcionamiento de la sociedad (Díaz Casero , 2003).

En efecto, de todas las orientaciones o enfoques que cada autor ha argumentado se llega a evidenciar que, en el institucionalismo se puede identificar al menos tres pilares diferentes que son: la elección racional (enfatisa el enfoque calculador de los actores políticos), los sociológicos (centrado en el enfoque cultural) y los enfoques históricos (está en algún lugar entre los dos primeros) (Stanley, 2012). Sin embargo, este último se centra en la continuidad de las reformas institucionales en un período de tiempo, añadiendo valor al estudio de las instituciones y asegurando que la acción pública no es producto del fulgor de los intereses y prioridades de los actores, sino de las reformas institucionales del pasado (Vargas Hernández, 2008). Aunque los tres hilos del institucionalismo no siempre hacen proposiciones similares, hay espacio para un intercambio más amplio entre estos, y los eventos de la vida real requieren la aplicación de todos estos enfoques diferentes. Además, las instituciones influyen en los resultados y el comportamiento del actor y en los resultados institucionales (Stanley, 2012).

En resumen, las instituciones involucran historia que implica los hábitos, reglas y evolución que son parte del ser humano, que da origen, modifica, o cambia a las instituciones para influir en el sistema socioeconómico, por ello se dice que las instituciones moldean al ser humano y viceversa. En cuanto al institucionalismo no hay un núcleo teórico sistemático, es decir, no hay una teoría general que lo represente, pero sobresale por la metodología y su marco de análisis evidencian que las instituciones logran definir el comportamiento de una economía. Además, de recalcar la idea de que el ser humano en el análisis económico no tiene por sentado sus preferencias ya que estas son según las condiciones socioeconómicas, siendo el hábito el eje central.

Neo-Institucionalismo

El neo-institucionalismo a diferencia del institucionalismo tradicional elaboran modelos con deducción lógica introduciendo nuevas variables de estudio como las diferentes estructuras de los derechos de propiedad y los costes de transacción, para encontrar los incentivos que provocan y afectan a los comportamientos individuales (Díaz Casero , 2003).

De igual manera para Malcolm Rutherford (2003), el neo-institucionalismo se diferencia del institucionalismo tradicional por la metodología, pero él también considera que es posible que las instituciones que generan beneficios sociales no surjan y las ineficientes perduren, pero eso no les quita el crédito de ser importantes para explicar fallas de mercados, y la necesidad de que "... los economistas necesitan pensar intensamente sobre las maneras en las cuales las instituciones moldean el comportamiento y los resultados económicos, y son ellos mismos moldeados por factores económicos, políticos e ideológicos" (Rutherford, 2003, pág. 34).

Por otra parte, los defensores del neo institucionalismo, Cárdenas & Ojeda (2002) definen a las instituciones como un conductor que dirige los comportamientos individuales para lograr objetivos específicos por medio de incentivos, en efecto ello reduce la incertidumbre y facilita los intercambios políticos, económicos y demás. En cambio, para Douglas North, uno de los principales neo-institucionalistas, las instituciones "...son las reglas del juego en una sociedad o, más formalmente, son las limitaciones ideadas por el hombre que dan forma a la interacción humana" (pág. 13). Además, que estas afectan el desempeño de la economía porque generan un efecto sobre la producción, específicamente porque las instituciones determinan los costos de transacción y transformación (ibidem).

De tal manera, las instituciones son importantes porque ayudan a reducir la incertidumbre y permiten a la sociedad estructurar su vida, sirviendo como una guía para interactuar en las actividades diarias en las que se enfrentan los individuos con el fin de garantizar un buen desempeño económico. Al igual que las instituciones, los organismos proporcionan una estructura a la interacción humana, incluyen cuerpo político (partidos políticos, agencia reguladora, cabildo), cuerpos económicos (empresas, sindicatos, ranchos familiares y cooperativas), cuerpos sociales (iglesias, clubes, asociaciones deportivas), y órganos educativos (escuelas, universidades), es decir, a manera general los organismos son grupos de individuos enlazados por alguna actividad en común hacia ciertos objetivos que pueden evolucionar y cobrar vida fundamentándose en el marco institucional y a su vez influyen en la forma en que evoluciona el marco institucional (North, 1990). Es importante mencionar que las instituciones son una creación humana evolucionan y son alteradas por humanos y afectan el desempeño de la economía debido a su efecto sobre los costos del cambio de la producción (ibidem).

North menciona que las instituciones constituyen estructuras formales. Consideradas como una regla que se refiere a todo el cuerpo normativo, en el ámbito jurídico, político, económico, de usos y costumbres, etc., tanto en el terreno de lo público como en el privado. En cambio, las estructuras

informales se refieren a los códigos de conducta, sistemas de valores, convencionalismos, hábitos, etc., que gobiernan nuestro comportamiento en las relaciones sociales diarias con otras personas, en la familia, con los amigos, en las actividades profesionales, y demás. En relación con las limitaciones informales, North (1990) describe una de sus facetas señalando que las mismas evolucionaron a partir de las reglas formales para enfrentar problemas específicos de interacción y quedaron establecidas como limitaciones institucionales reconocidas a pesar de que nunca formaron parte de las reglas formales (pág. 59).

Por otra parte, este autor señala que las mismas influyen en el comportamiento, y se encuentran a disposición de cambios por las limitaciones que las propias reglas pueden presentar (Ibidem). Por consiguiente, el cambio institucional en el caso de las reglas formales se puede dar repentinamente por motivos de decisiones políticas, en cambio las reglas informales como involucran costumbres, tradiciones y códigos de conducta es difícil que con intervención política cambien. Cabe destacar, que el desempeño de las limitaciones formales no se puede analizar por sí solo pues las limitaciones informales no cambian momentáneamente ante los cambios de las formales, por ende, se necesita un análisis de ambas para conocer sobre los cambios en la economía.

Al respecto, la eficiencia de las instituciones, Cárdenas & Ojeda (2002), la eficiencia no necesariamente es social, a pesar de que las instituciones son tienen el fin de generar confianza y reducir los costos de transacción, estas a veces pueden ser usadas para satisfacer intereses privados de ciertos individuos que buscan maximizar sus beneficios mediante el uso del poder de negociación logrando manipular el orden institucional. En el caso de los costos de transacción³ que son dados por diversos problemas (información, productos, derechos de propiedad y reglas), la solución es aplicar contratos que garanticen el buen comportamiento de los individuos y, cuando se incumplen el contrato, se pueda estipular sanciones.

A propósito de los derechos de propiedad North (1990) destaca que son los derechos que tienen los actores sobre el uso de sus bienes y las formas de organizaciones políticas y económicas permiten reducir los costos de transacción al momento de limitar la conducta de los agentes participantes en los intercambios, mediante un conjunto de procedimientos como castigos y recompensas que instan a cumplir con los reglamentos contractuales pactados, incluso la conducta moral y ética se consideran para promover el pensamiento colectivo para un cumplimiento del reglamento.

En cuanto a la teoría neoclásica North, la crítica señalando que su análisis carece de coordinación y cooperación, pues ignora la importancia de las instituciones al momento de negociar a pesar de que estas son parte de la actividad económica y, por ende, si las instituciones no son adecuadas, pueden resultar costosas las negociaciones. Para él, la cooperación y la coordinación es importante para una sociedad guiada por las reglas pues les permiten entender el cambio económico dado en la historia.

³ Costo de transacción es un costo por realizar transacciones en el mercado.

En cambio, para Díaz Casero (2003), discrepa de la economía neoclásica porque el neo-institucionalismo considera a priori que se desconoce el precio y los diversos productos formando costos de transacción debido a la incertidumbre y por las numerosas relaciones que se dan en la actividad económica, mientras la economía neoclásica da por hecho que el consumidor conoce los diversos productos que constan de un precio fijo revelado y conocido.

Por otro lado, North hace una crítica a la teoría de juegos porque considera que sus juegos omiten circunstancias, en el que no puede haber un juego repetitivo si no hay cooperación, o hay muchos jugadores, y falta de información. Asimismo, recalca que la cooperación es difícil de conseguir, debido a los comportamientos de los individuos es compleja y no es estática. Además, seguir en un juego trae consigo un hilo de costos dados por la negociación que a la vez se pueden volver altos por las estructuras instituciones diferentes, o cuando hay partes que tienen el poder de negociación volviendo más complejo el comportamiento de los individuos.

North reduce la teoría de las instituciones en una combinación de la conducta humana y la teoría de los costos de transacción pues esto determina el funcionamiento de las sociedades y cuando se considera la teoría de la producción se puede conocer la influencia de las instituciones sobre el desempeño de la economía. Además, considera como costos de transacción a los atributos valiosos como dimensiones físicas del bien intercambiado y los costos de proteger y hacer cumplir los acuerdos del intercambio, que vendrían ser términos legales para el intercambio, y dicho costo está dentro de los costos de producción que también incluye a los costos de transformación (North, 1990).

En definitiva, la teoría del neo institucionalismo incluye variables como los derechos de propiedad, los costos de transacción, junto a una interpretación histórica para encontrar los incentivos que provocan y afectan a los comportamientos individuales, pues se preocupa por la operación de los mercados que incluyen costos debidos a la negociación, como los incurridos al preparar contratos, porque se debe buscar información, se debe monitorear y vigilar el cumplimiento de las obligaciones contractuales, así como la medición y protección de los derechos a ser intercambiados. Además, busca incluir en la economía el comportamiento económico y condicionarlo para minimizar la incertidumbre mediante las reglas formales e informales, y considera los derechos de propiedad para estudiar las fallas del mercado cuando la intervención estatal no es adecuada, para luego optar por soluciones institucionales. Asimismo, dentro de esta teoría se puede agregar la teoría general de los contratos para lograr un mejor entendimiento de los costos de transacción porque esta teoría deja explícito que hay un conjunto de principios, reglas e instituciones que presiden y regulan la formación de los contratos y el campo de aplicación de la autonomía de la voluntad, y establece los requisitos, clases y modalidades de contratos y determina sus efectos, formas de disolución y extinción de los mismos (Colex, 2012).

Estrategias Empresariales

José Ángel Maldonado (2018) en su libro “La estrategia empresarial. Formulación, planeación e implantación” recolecta las múltiples definiciones para el término estrategia empresarial y llega a la conclusión que “es la búsqueda deliberada de un plan de acción que desarrolle la ventaja competitiva de una empresa y la acentúe, de forma que ésta logre crecer y expandir su mercado reduciendo la competencia” (pág. 42). Además, las estrategias se limitan por la situación del entorno el cual se ve influenciado por las características del sector al cual la empresa pertenece y otros factores externos y de igual manera se deciden según el entorno de la organización, el mercado y los competidores, y a la vez la estrategia debe ser acorde a sus objetivos.

Con la intención de entender la naturaleza de las estrategias Maldonado (2018) clasifica sus orígenes en cuatro:

- *Formuladas*: Las estrategias se dan por el nivel más alto de la administración, quien las formula con el propósito de guiar las operaciones de los subalternos.
- *Consultadas*: En la práctica la mayor parte de las estrategias se dan por consultas de casos específicos y especiales, que para su absolución suben por la escala jerárquica.
- *Implícitas*: El origen de las estrategias se da en la práctica usual dentro de la misma, es decir, el personal de la empresa considerará los hechos comunes dentro de esta como una política de la empresa.
- *Impuestas externamente*: Las estrategias tienen origen por disposición del gobierno, sindicatos, y asociaciones comerciales.

Por otra parte, Luis Miguel Manene (2014) define a las estrategias empresariales, al enunciar que son el conjunto de acciones que conducen a la consecución de una ventaja competitiva sostenible en el tiempo y factible de ser defendida ante la competencia, por medio de la armonización entre los recursos y capacidades existentes en la empresa y su entorno, con el fin de satisfacer los objetivos y necesidades de los diversos grupos participantes en la organización empresarial (pág. 1). Por lo tanto, las estrategias tienen como fin actuar como medios para lograr los objetivos de una empresa, pues ellas deben servir de guía y ser claras para respetar los valores, principios y cultura de la empresa.

A continuación, Maldonado (2018) señala que para aplicación de una estrategia se debe elegir el mercado preferente y posicionarse, para esto se debe considerar la selección del cliente, la proposición del valor que se dará, y las capacidades crearán valor para los clientes y accionistas. Siendo así, las estrategias exponen la dirección y el empleo de los recursos y esfuerzos de la empresa. Además, Maldonado (2018) agrega que las estrategias cuentan con cinco instrumentos básicos:

- *Plan*: Son cursos de acción para alcanzar los objetivos de una situación específica, y estas se hacen antes de las acciones en las que se designaran de forma sensata y con un propósito fijo.
- *Pauta de acción*: Son maniobras que se realizan según las señales del mercado.
- *Patrón*: Es consistencia en el comportamiento, es un modelo en un flujo de acciones.

- *Posición:* Actúa como la fuerza mediadora entre la empresa y el entorno competitivo donde se concentran los recursos.
- *Perspectiva:* Es un concepto, es lo que representa y define a la empresa.

Por otro lado, Manene (2014) y Maldonado (2018) coinciden con la clasificación de las estrategias empresariales. Por consiguiente, la clasificación es:

Estrategias Corporativas: Consiste en la toma de decisiones de largo alcance y depende de si la empresa busca expandir las actividades hacia las fuentes de abastecimientos o en dirección al consumidor final mediante fases productivas sucesivas dentro de la empresa, también puede darse el caso de que la empresa prefiera adquirir control sobre los competidores, o si la empresa prefiere presencia espacial de las actividades de la empresa para buscar nuevos mercados o aumentar el número de clientes. Por estas razones, las alternativas dentro de esta estrategia son:

Si la empresa tiene una *integración vertical: hacia atrás*, la empresa debe gestionar sus fuentes de materia primas. Si es hacia adelante debe disponer red propia de distribución de productos.

Si la empresa tiene una *integración horizontal:* debe elegir si tendrá una relación entre los negocios, o no.

Si es por la ubicación geográfica la empresa puede optar por una estrategia multinacional la cual consiste en ofrecer bienes y servicios a mercados nuevos en el exterior. Una estrategia transnacional donde el flujo de habilidades y de ofertas parten de una subsidiaria en el exterior. Una estrategia global en la que la empresa debe tener una reducción de costos con productos estandarizados a nivel mundial, alta coordinación y centralización de decisiones desde la sede central. Y una estrategia multi doméstica que consiste en tener actividades de creación de valor (Maldonado, 2018).

Estrategias genéricas: Consiste en emprender acciones ofensivas o defensivas a largo plazo en un sector con competencia. En estrategias ofensiva la empresa opta por aprovechar la situación de desventaja del competidor con acciones agresivas, ataques a los puntos fuertes o débiles de los competidores, o un ataque simultaneo en muchos frentes, enfocándose en la innovación del producto, avances tecnológicos, y entrar antes a los mercados geográficamente menos competitivos. Otra manera es con ofensivas tipo guerrillas que son recomendadas para empresas que no tienen muchos recursos para atacar a la competencia, consiste en dar golpes de apropiación. En estrategias defensivas la empresa prefiere disminuir el riesgo de ataque o debilitar su impacto, mediante el fortalecimiento (Maldonado, 2018; Manene, 2014).

Por lo expuesto anteriormente, si es una empresa líder se puede enfocar en la expansión de la demanda total, de su participación, o de la defensa de su actual cuota de mercado. Si es una empresa retadora puede optar por atacar al líder del mercado, competidores del mismo tamaño, competidores más pequeños. Lo puede hacer con productos comparables a precio inferior, productos de calidad media a precio inferior, productos de alta calidad a precio superior al líder, ampliando la elección de la oferta, innovando el producto, nuevos o mejores servicios al cliente, nuevo canal de distribución, menor personal o equipos productivos más modernos, e incrementando las promociones o publicidad. En el

caso de ser una empresa seguidora, puede copiar el producto del líder, imita manteniendo diferencias en el empaque, precios y demás, también puede adaptar o mejorar el producto del líder, o duplica el producto y lo vende en el mercado negro (Maldonado, 2018; Manene, 2014).

Estrategias de mercado: Reside en concretar la política comercial de la empresa para entrar a un mercado. Se clasifica en:

- Por entrada de mercado, la empresa puede elegir entre un mercado objetivo único, múltiple, combinado, y nichos de mercados.
- El análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas (FODA) determinará si las estrategias deben ser defensivas, adaptativas, reactivas u ofensivas.
- Los segmentos del mercado dependerán de los objetivos de la empresa, las opciones dependerán si busca concentrarse solo en un solo producto, o especializarse en un producto y con el atender a diversos segmentos. También, tiene la opción de tener varios productos de la misma línea dirigido solo a un segmento. Asimismo, puede optar por diferenciar la oferta de productos y satisfacer las necesidades de múltiples segmentos del mercado.
- La matriz atractiva del mercado-competitividad es para conocer si el negocio tiene un atractivo del mercado y posición competitiva. La empresa puede optar por varias alternativas como: esfuerzo en inversión y crecimiento para mantener al producto en posición de liderazgo, inversión y crecimiento selectivo para superar la posición media del producto, selección oportunista a productos que pueden llegar a ser líderes, selectividad del mercado para especializarse en mercados estables, desinvertir controladamente en el producto, manteniéndolo en niveles mínimos de costos con la esperanza de obtener mayor rentabilidad a corto plazo. Si el mercado está en declive se opta por una selección protectora, desinvertir y considerar la salida del mercado, o deshacerse del negocio no rentable.
- La matriz del ciclo de vida de la industria-posición competitiva se consolida, mantiene, selecciona, liquida o combina estas opciones, todo dependerá de las fases de la evolución del mercado.

Estrategias competitivas: Radica en determinar cómo crear y reforzar la competitividad del negocio a largo plazo creando más valor que la competencia para obtener una mejor posición que los competidores en el mercado. Para esto la empresa debe fijarse si prefiere, ser un líder general en costos si este es el caso debe ofrecer un precio menor, estructura de la empresa bajo control de costos, inversiones continuas, competencia técnica elevada. Pero, si la empresa prefiere optar por una diferenciación de hacer único al producto ya sea por el diseño o imagen de la marca, materiales de alta calidad que mejoren la apariencia exterior, incrementar servicio posventa. Por último, puede elegir tener una alta segmentación, y debe enfocarse en una sola línea de producto o en un mercado geográfico, o debe crear de forma continua un producto estrella (Maldonado, 2018; Manene, 2014).

Estrategias de crecimiento o Inversión: Consiste en generar participación en el mercado al desarrollar una ventaja competitiva estable y exclusiva que capte clientela, y esta estrategia se plantea cuando ya no hay oportunidades ofrecidas por los productos que dispone y los mercados que cubre. Esta estrategia según Manene (2014) y Maldonado (2018) se clasifica en:

- Por la matriz de crecimiento en productos y mercados: La empresa busca crecer con los productos actuales y en los mercados actuales aumentando el volumen de venta ya sea con sus actuales o nuevos clientes, crecer en los mercados nuevos con productos actuales, crecer con productos nuevos en mercados actuales, o crecer con productos nuevos en mercados nuevos.
- Por la matriz de crecimiento-cuota de mercado: Esta estrategia dependerá del producto de la empresa, si la empresa tiene un producto con crecimiento en la demanda alto y participación en el mercado alta, esta debe optar por reinvertir para reducir los precios y mejorar la calidad del producto. Si el producto es de crecimiento bajo y tienen participación en el mercado alto, se debe optar por invertir en investigación y desarrollo. Si el producto es de crecimiento alto y tienen participación en el mercado bajo, se debe invertir en recursos para ampliar la participación del mercado, si no es factible se debe abandonar el negocio. En cambio, si el producto es de crecimiento bajo y tienen participación en el mercado bajo, se debe enfocar en un solo segmento de mercado, minimizar costos, y si no mejora la situación se debe abandonar el negocio.

Para un crecimiento intensivo, la empresa tiene varias alternativas como desarrollar productos innovadores, o desarrollar mercados ampliando las áreas geográficas por tipos de consumidores o segmentos no asumidos antes. Otras opciones son penetrar en el mercado ofreciendo exclusividad, reforzando la red de distribución, utilizando promociones de ventas, comprando empresas competidoras o crenado una empresa conjunta, mejorando el producto, bajando el precio, concentrándose en segmentos más rentables, reduciendo un número de clientes eliminando los menos rentables. Finalmente, la empresa puede elegir diversificarse ya sea dentro el negocio, mercado o en actividades.

- Por integración: Dependerá del tipo de integración, si es hacia arriba la empresa debe fusionar, adquirir y absorciones de empresas para aumentar las economías de escala. En cambio, si es hacia abajo debe optar por un sistema de franquicia y contratos de exclusividad. Pero, si la integración es horizontal la empresa debe neutralizar o absorber algunos competidores.
- Por diversificación o amplitud de productos: La empresa puede añadir nuevos productos, que se relacionan con el producto principal, o que no se relacionan con el producto principal, también puede añadir nuevos productos no relacionados pero destinados para el cliente actual. Esto lo puede hacer aprovechando la experiencia de la empresa para orientar las inversiones hacia productos o mercados cercanos o actuales, también implementando nueva tecnología para que el producto nuevo llegue a nuevos mercados, por último, puede hacer inversiones directas o indirectas para el desarrollo de la actividad económica en otros países.

Estrategias operativas del marketing mix: De igual manera, Manene (2014) y Maldonado (2018) señalan que la estrategia consiste en analizar el público objetivo para satisfacer sus necesidades, conocer la capacidad, inversión, y conocer a la competencia para trabajar en función de esta, ya sea considerando sus debilidades, o estrategias que a ellos les está funcionando, interfiriendo en los factores de comercialización por tal también se le conoce como estrategia de comercialización. Para Manene (2014) la estrategia la puede aplicar por:

- **Productos:** al producto se le puede añadir nuevas características, atributos, o crear una nueva línea de producto, nueva marca, nueva marca para otro tipo de mercado, nuevos servicios adicionales. Proponer valor a través de optimizar la oferta, seleccionando y jerarquizando los elementos específicos de un producto haciéndolos asequibles según las capacidades de la empresa. Crear una experiencia única para el consumidor. También investigando el mercado.
- **Precios:** Cuando el objetivo de la empresa es una rápida penetración en el mercado, una opción es lanzar al mercado un nuevo producto con un precio bajo. Otra opción es reducir el precio de un producto por debajo de la competencia con el fin de ganar mercado, o lanzar al mercado un nuevo producto con un precio alto para aprovechar la conducta de los individuos ante un nuevo producto novedoso o para crear una sensación de calidad.
- **Distribución:** Aquí lo primordial es acercarse al cliente, la empresa debe buscar puntos de venta donde venderá el producto, pero pensando en el traslado, por tal la empresa tiene que buscar varias alternativas, como ofrecer los productos por internet, llamadas telefónicas, envíos de correos, visitas a domicilio, hacer usos de intermediarios, o buscar maneras de distribución, en este caso puede hacer distribución intensiva ubicando los productos en todos los puntos de venta, distribución selectiva ubicando los puntos de ventas convenientes para todos los productos, distribución exclusiva ubicando los productos en un punto de venta exclusivo.
- **Promoción o comunicación:** La empresa debe definir los tipos de anuncios y si van a ser anuncios publicitarios en vehículos de la empresa o de transporte público, crear boletines tradicionales o electrónicos, y publicar anuncios en diarios, revistas o internet. Otra manera es mediante publicidad, debe elegir si va a ser por letreros, paneles, carteles, afiches, folletos, catálogos, volantes o tarjetas de presentación, crear nuevas ofertas, ofrecer cupones o vales de descuentos, obsequiar regalos por compras, organizar sorteos o concursos, participar en ferias, poner puestos de degustación, organizar eventos o actividades, auspiciar a alguien.

Maldonado (2018) especifica otras estrategias como:

- *Estrategia financiera:* Es importante aplicarla para mantener la liquidez, rentabilidad y una estructura financiera con el fin de mantener en equilibrio el riesgo y el rendimiento de las inversiones.
- *Estrategia de recursos humanos:* Consiste en manejar el recurso humano para tener una ventaja competitiva.
- *Estrategias de tecnologías de información:* Aquí se usa tecnología para el manejo y procesamiento de información, mediante el uso de computadoras.

La clasificación de estrategias empresariales antes mencionadas se adapta al tema de investigación porque los autores consideran todas las estrategias empresariales que pueden ser utilizadas según el interés del empresario. Asimismo, las opciones que brinda esta clasificación permiten cubrir cualquier entorno en el que se encuentren las empresas involucradas en la presente investigación. Por lo tanto, en

el desarrollo de la investigación se esperaría concluir que algunas empresas del sector bananero se acogen a una o algunas estrategias mencionadas anteriormente, aunque hay que tener presente que las estrategias dependen de la situación del mercado nacional e internacional y de los objetivos y recursos de cada empresa.

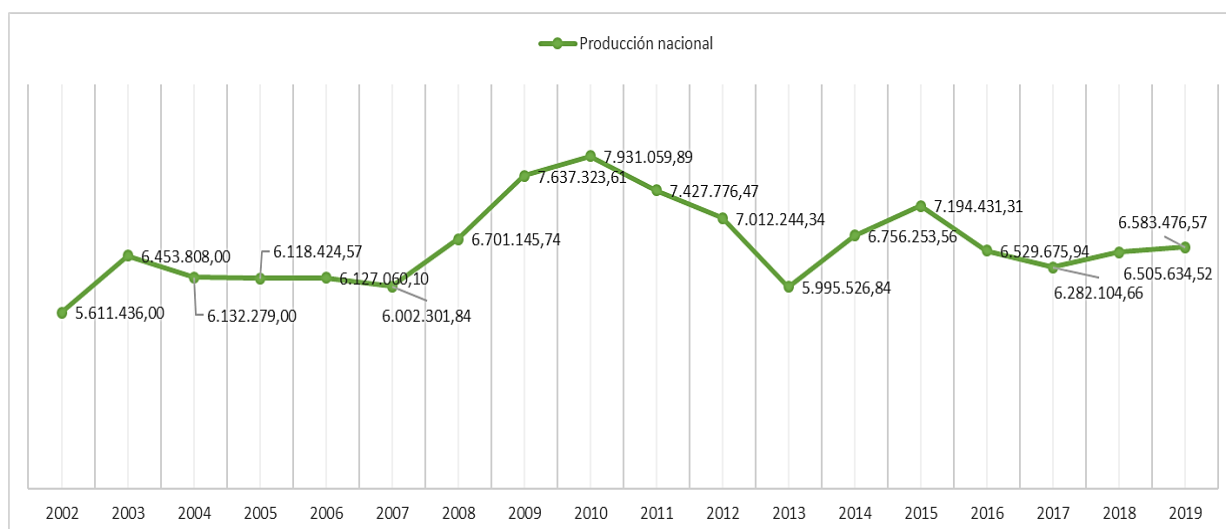
Capítulo II: Situación del mercado bananero ecuatoriano

A fin de entender la situación del mercado bananero en Ecuador en el periodo 2000 – 2019, se analiza la estructura económica del mismo y su aporte a la economía nacional. En este sentido, se realizará la descripción de la distribución de la producción⁴ de banano, principales destinos de exportación, descripción de los precios mínimos de sustentación, precio mínimo referencial y el precio spot. En la actualidad no existe información estadística sobre la producción de banano antes del año 2002 y después del año 2019, se espera que, a corto o mediano plazo, el Ministerio de Agricultura y Ganadería pueda ingresar datos actualizados al sistema de información pública agropecuaria.

Producción de banano ecuatoriano en el periodo 2002 - 2019

La producción de banano⁵ nacional en el periodo 2002 - 2019 fue de 119.001.963 Tm., en promedio se produjeron 6.611.220 Tm. al año. Como podemos observar en el gráfico 1, el punto más alto de la producción se realizó en el 2010 y en los otros años hubo alzas y bajas, por diferentes condiciones climáticas, regulaciones impuestas, fortalecimiento de infraestructura y ayuda estatal para mantener estabilidad en la producción.

Gráfico 1: Evolución de la producción de banano en Ecuador en el periodo 2002 – 2019 (En toneladas métricas)



Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería – SIPA (2020). Elaboración propia.

⁴ La producción agrícola considerada es banano fruta fresca, la cual es una producción con uso de insumos químicos aplicados especialmente en la protección del cultivo de las plagas y demás enfermedades que atacan a la planta de banano.

⁵ Los datos de la producción fueron obtenidos en la página del Ministerio de Agricultura y Ganadería el día 6 de abril del 2020.

El primer incremento es en 2003 con 842.372,00 toneladas métricas respecto al año 2002, debido al aumento del precio mínimo de sustentación que de \$2,93 pasó a \$3,14, precio mayor que el precio spot⁶, y fue un incentivo para que los productores inviertan más en los cultivos, a pesar de que había la amenaza del hongo Sigatoka Negra. En la misma gráfica se observa que, entre 2004 y 2007, la producción de banano nacional se mantuvo constante con variaciones mínimas, debido a los escenarios climáticos que afectaron con inundaciones, dañando las plantaciones y perjudicando principalmente a los pequeños productores de la provincia de El Oro y de Los Ríos.

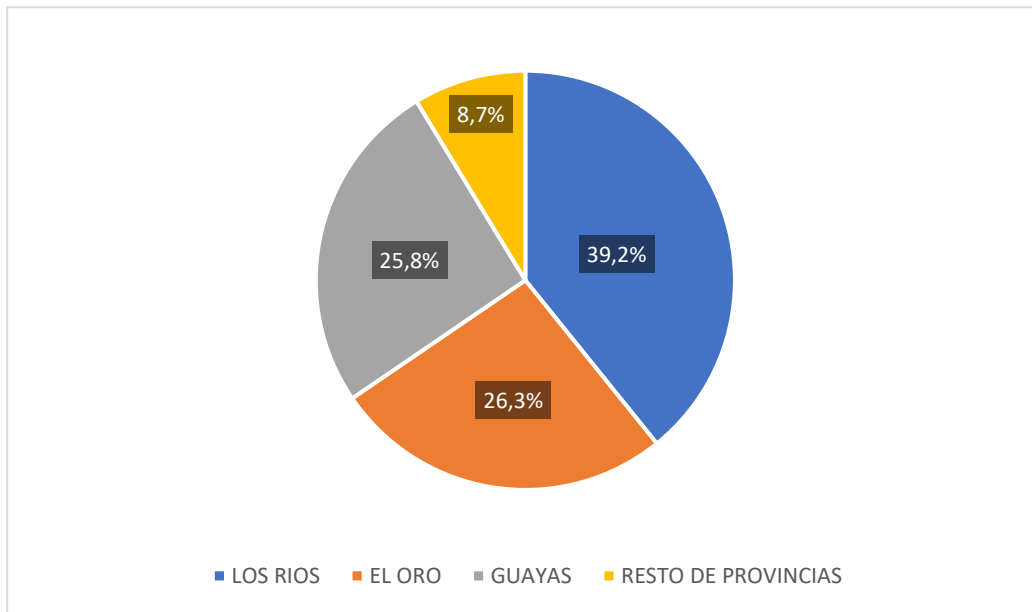
Entre el 2008 y 2019 hubo mayor fluctuación en la producción de banano, alcanzando dos puntos altos, el primero a mediados del 2010 y el otro en el 2015, siendo el 2013 el año que más descendió. Es importante considerar la expansión de producción nacional de banano que desde el año 2002 ha ido incrementando hacia diferentes provincias del Ecuador, evidencia de esto es que, de las 24 provincias que tiene Ecuador, sólo 15 contaban con cultivos de banano y de acuerdo a los últimos registros del Ministerio de Agricultura y Ganadería presentados en el Sistema de Información Pública Agropecuaria (SIPA) en el año 2019, son 18 provincias que están distribuidas entre la Región Sierra, Costa y Amazonía.

Las principales provincias productoras de banano son Los Ríos, Guayas y El Oro, desde el año 2002 y hasta 2019 produjeron 108.652.728 toneladas, es decir, el 91,3% de la producción nacional. Como se observa en el gráfico 2 la provincia de los Ríos durante este periodo ha producido el 39,2% de la producción nacional, le sigue El Oro con 26,3%, Guayas con el 25,8% y el resto de las provincias representan solo el 8,7%.

Entre Guayas y El Oro, la producción está casi a la par, ya que la diferencia porcentual entre los años 2002 al 2019 fue de 0,4 puntos porcentuales, sin embargo, podemos evidenciar que provincias de la Sierra como Cañar y Cotopaxi tienen cultivos de banano debido a que cuentan con cantones con un clima y suelo privilegiado, que hace que tengan participación en el sector bananero.

⁶ El precio spot es el precio del banano en el mercado interno.

Gráfico 2: Distribución de la producción de banano en Ecuador período 2002 – 2019



Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería – SIPA (2020). Elaboración propia.

Gráfico 3: Variación anual de la producción de banano en Ecuador en el periodo 2002 – 2019 (En porcentajes):



Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería – SIPA (2020). Elaboración propia.

En el Gráfico 3 se pudo evidenciar que en el 2008 la producción nacional se incrementó el 11,6%, debido al aumento del precio mínimo de sustentación en \$0,95 centavos, incentivando a los productores, a pesar de que las condiciones climáticas no fueron favorables. Por otra parte, como se demuestra en el gráfico 4, la provincia de los Ríos es la mayor productora de banano en el país, y alcanzó su punto máximo en los años 2009-2010 pues en ambos la producción representó el 49 % de toda la producción nacional, y

en el 2014 el 52%. Además, el aumento de la demanda del banano tuvo efectos en la subida del precio mínimo de sustentación pues este aumentó \$0,50 centavos respecto al año 2009.

En el periodo 2014 y 2015, los incrementos de producción bananera nacional observados en el gráfico 3, fueron de 12,7%, para el año 2014, y 6,5% en el 2015. Las causas de ese cambio en el 2014 fueron las buenas condiciones climáticas, la consolidación de empresas productoras y exportadoras formales, la reducción de los costos de producción que se dio porque la Unidad Nacional de Almacenamiento EP ofrecía productos con precios más bajos permitiendo a los productores invertir en las plantaciones. También las plagas y condiciones climáticas que afectaron los cultivos de los países competidores (Colombia y Costa Rica), beneficiaron la demanda de banano ecuatoriano. En el 2015 incidió la subida del precio spot, lo cual permitió generar ingresos para que los productores pudieran financiar infraestructura, fertilización y el control del hongo Sigatoka Negra (El Universo, 2014; Tapia, 2014; El Productor, 2017).

En la gráfica 3, se observa que los últimos incrementos de la producción de banano nacional se dieron en el año 2018, con un aumento de 3,6%, y en el 2019 con un 1,2% más respecto al año anterior. El crecimiento en el año 2019 fue menor al del año 2018 por causas climáticas ya que el invierno afectó a las provincias productoras de banano con excepción de la provincia El Oro y Guayas que lograron sobrellevar las bajas temperaturas. En el 2018 las temperaturas fueron de hasta 19 grados centígrados impidiendo el desarrollo de la fruta y por ende disminuyó la producción. Mientras que, en el 2019, al menos en la provincia El Oro, la temperatura osciló entre 23 y 24 grados centígrados (Crespo, 2019).

La producción nacional de banano decreció en los años 2011, 2012, 2013, 2016 y 2017 (Gráfica 3). En el año 2011 la contracción fue del 6,3% respecto al año anterior y en el 2012 de 5,6%. Las causas de la reducción de la producción que afectaron a todas las provincias productoras de banano, pero en mayor proporción a la provincia de Los Ríos en el año 2011 como se demuestra en el gráfico 4, fueron los desacuerdos en la fijación del precio oficial de la caja de banano, el clima frío que afectó la siembra y el hongo Sigatoka Negra que atacó a los cultivos, dando lugar a "... que las superficies dañadas o no cosechadas se incrementen en un 49,23%" (Aguilar Ramón, 2015, pág. 31).

Sin embargo, en el 2012 la producción se redujo en casi todas las provincias productoras de banano, exceptuando a Los Ríos. A pesar de que la disminución de la producción se focalizó en una zona diferente respecto al año anterior las causas fueron similares y se debió al aumento de los costos de producción, ya que los productores invirtieron más en insumos para el mantenimiento de la plantación, por las bajas temperaturas y la aparición del hongo Sigatoka Negra, factores que afectan el crecimiento de la fruta. Además, no contaban con capital suficiente para realizar estas inversiones, ya que el precio mínimo de sustentación se mantuvo igual al año anterior (El Universo, 2012; Tapia, 2014; Aguilar Ramón, 2015).

Posteriormente, en el año 2013 se implementó por primera vez el Programa de Desarrollo de la Productividad de los Pequeños Productores Bananeros, el cual favoreció a los productores nacionales mediante asistencia técnica (capacitación de productores, reconversión de cultivos, certificaciones, manejo del cultivo), acceso a créditos por parte del Banco Nacional de Fomento actualmente

BanEcuador, investigación, fortalecimiento asociativo y empresarial por medio de ferias, casas abiertas, entregas de insumos (Ministerio de Agricultura y Ganadería, s.f.). Este programa fue impulsado por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca actualmente Ministerio de Agricultura y Pesca, siendo una de las razones más importantes en la mejora de la capacidad de producción. En consecuencia, los productores socios de la Zona Sur de Ecuador han presentado incrementos en la producción, comercio, control de enfermedades y comercialización. Evidencia de esto es que, en el 2013 la producción de cajas fue de 1.056 por hectárea, hasta junio del 2016 ascendió a 1.676. (Guamán, 2016).

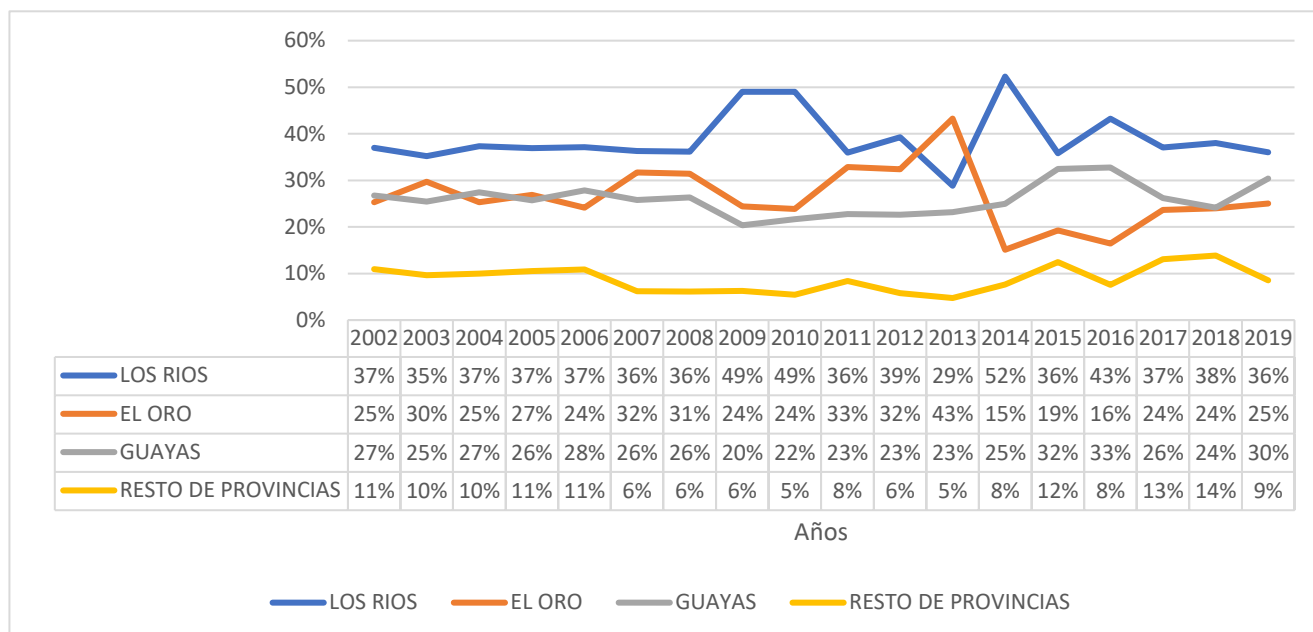
El Oro, provincia que acoge a gran cantidad de pequeños productores, tuvo resultados positivos en el año 2013, ya que lograron controlar la propagación del hongo Sigatoka Negra. Las provincias de Los Ríos y Guayas presentaron decrecimientos en su producción (Gráfica 4) pues a nivel nacional la producción se contrajo un 14,5%, debido a que tuvo menor financiamiento por el Estado, poca rentabilidad, menos demanda, informalidad en los contratos comerciales, poca inversión por parte de los productores, encarecimiento de la mano de obra y la propagación del hongo Sigatoka Negra (Aguilar Ramón, 2015).

En cambio, los decrecimientos de producción nacional en los años 2016 y 2017 como nos indica el gráfico 3, fueron respectivamente del 9,2% y 3,8%. Esas reducciones se dieron en todas las provincias productoras de banano, a causa de la reducción del precio mínimo de sustentación y, además, por las intensas lluvias que se presentaron a nivel nacional, lo cual afectó a un total de 8.905 hectáreas (Ha) de cultivos, de los cuales a la provincia de Los Ríos le pertenecen 2357 Ha. y Guayas 2918 Ha.; por motivo de desplazamientos de tierras la provincia de El Oro tuvo 27 Ha. de plantaciones afectadas. Por este motivo, los costos de producción el banano aumentó, ya que invirtieron más en mantenimiento y recuperación de los cultivos. (El Universo, 2017).

En el año 2017 la provincia de Los Ríos implementó la agricultura de precisión, específicamente en los cultivos de banano de la Empresa Industrial y Agrícola Cañas. Los resultados obtenidos de este sistema fue que duplicaron el promedio nacional de producción⁷ y obtuvieron 4.700 cajas por hectárea. El gerente de la empresa señaló que el sistema involucra un drenaje eficiente, análisis de suelos y hojas para realizar fertilización y nutrición de la plantación (PROCOMER, 2018).

⁷ El promedio nacional de producción de Ecuador es de 2000 cajas de 185 kilos por hectárea.

Gráfico 4: Evolución de la distribución de la producción de banano en Ecuador en el periodo 2002 – 2019 (En porcentajes):



Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería – SIPA (2020). Elaboración propia.

A manera de conclusión se puede señalar que la producción de banano es vulnerable a diversos factores, entre los que se mencionan: las condiciones climáticas, las enfermedades y plagas; lo que indica que los productores no cuentan con los recursos suficientes para aminorar el efecto de estos elementos sobre sus plantaciones. De lo que se deduce las posibles debilidades en cuanto al conocimiento técnico que les permita innovar sus métodos tradicionales para mejorar sus cosechas.

Exportaciones de banano ecuatoriano en el periodo 2000 – 2019

En el cuadro 1 constan los volúmenes de las exportaciones⁸ hacia los destinos más importantes para el sector bananero ecuatoriano y en el gráfico 5 se observa la evolución por cada destino principal que, de acuerdo a las estadísticas históricas del Banco Central del Ecuador, los países principales consumidores de banano ecuatoriano son la Unión Europea (excepto por Eslovaquia y Luxemburgo), Rusia, Estados Unidos, Asia Oriental, el Cono Sur (excepto por Paraguay, país al que exportó una vez en el año 2001) y demás países. También, se puede observar que la mayor participación recae en la Unión Europea, Rusia y Estados Unidos, liderando la lista de los principales países que consumen banano ecuatoriano, evidencia de esto es que en el periodo 2000 – 2019, el 74,2% se dirigió a estos tres destinos y el 25,8% son al resto del mundo.

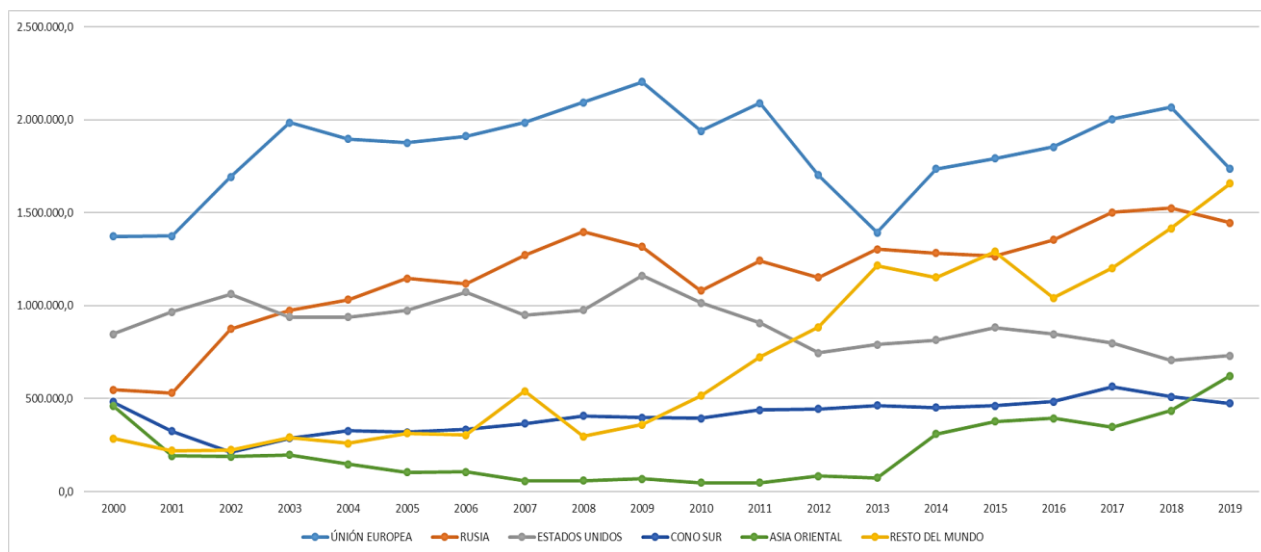
Cuadro 1: Exportaciones de banano en Ecuador por destinos principales en el periodo 2000 – 2019 (En porcentajes).

País Destino	ÚNIÓN EUROPEA	RUSIA	ESTADOS UNIDOS	RESTO DEL MUNDO	CONO SUR	ASIA ORIENTAL
2000	34,4%	13,7%	21,2%	7,1%	12,1%	11,5%
2001	38,1%	14,7%	26,8%	6,1%	9,0%	5,3%
2002	39,8%	20,6%	25,0%	5,3%	4,9%	4,4%
2003	42,5%	20,9%	20,1%	6,2%	6,1%	4,2%
2004	41,2%	22,5%	20,4%	5,6%	7,1%	3,2%
2005	39,6%	24,2%	20,6%	6,6%	6,8%	2,2%
2006	39,4%	23,1%	22,2%	6,3%	6,9%	2,2%
2007	38,4%	24,6%	18,4%	10,4%	7,1%	1,1%
2008	40,0%	26,7%	18,7%	5,7%	7,8%	1,1%
2009	40,0%	23,9%	21,1%	6,5%	7,2%	1,2%
2010	38,8%	21,6%	20,3%	10,3%	7,9%	1,0%
2011	38,3%	22,8%	16,7%	13,3%	8,1%	0,9%
2012	34,0%	23,0%	14,9%	17,6%	8,9%	1,6%
2013	26,6%	24,9%	15,1%	23,2%	8,8%	1,4%
2014	30,2%	22,3%	14,2%	20,1%	7,9%	5,4%
2015	29,5%	20,8%	14,5%	21,3%	7,6%	6,2%
2016	31,0%	22,7%	14,2%	17,4%	8,1%	6,6%
2017	31,2%	23,4%	12,4%	18,7%	8,8%	5,4%
2018	31,0%	22,9%	10,6%	21,3%	7,7%	6,5%
2019	26,0%	21,7%	11,0%	24,9%	7,1%	9,3%

Fuente: Banco Central del Ecuador – Comercio Exterior (2020). Elaboración propia.

⁸ En la presente investigación se eligió como producto al banano con subpartida 110201 según el registro de estadísticas de comercio exterior expuestas en la página del Banco Central del Ecuador hasta el mes de junio del 2020.

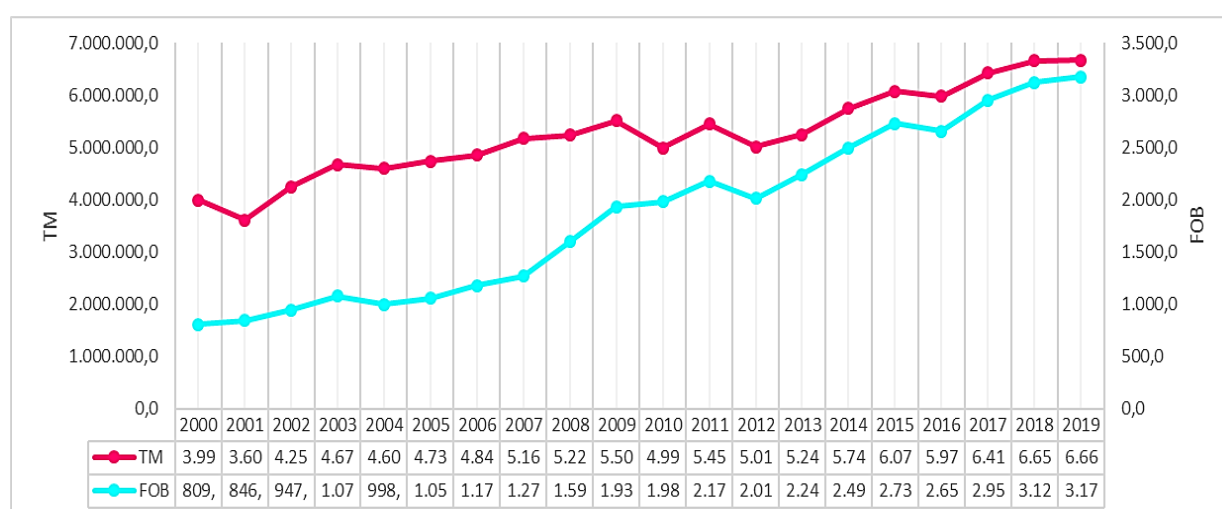
Gráfico 3: Evolución de las exportaciones de banano en Ecuador por destinos principales en el período 2000 – 2019 (En Toneladas métricas)



Fuente: Banco Central del Ecuador – Comercio Exterior (2020). Elaboración propia.

En lo que respecta a la evolución del volumen de las exportaciones de banano durante el periodo 2000 – 2019, como se observa en el gráfico 6, ha aumentado constantemente, pues en el año 2000 se exportó 3.994.184,3 toneladas de banano y en el 2019 6.663.689,3, es decir, el volumen de las exportaciones ha aumentado un 66,8%.

Gráfico 4: Evolución de la exportación de banano en Ecuador en el periodo 2000 – 2019 (En toneladas métricas y millones de dólares)



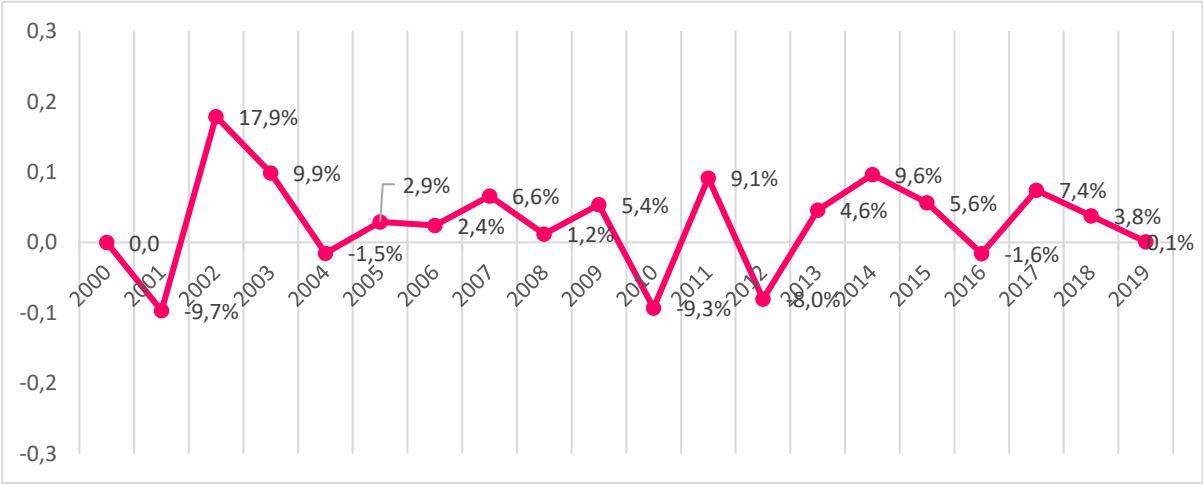
Fuente: Banco Central del Ecuador – Comercio Exterior (2020). Elaboración propia.

En el año 2000 la comercialización era liderada por un grupo pequeño de exportadoras transnacionales y de empresas nacionales. Para el año 2001, el volumen de las exportaciones decreció un 9,7% en comparación al año anterior, porque los exportadores de banano ecuatoriano tuvieron problemas de comercialización, debido a la implementación de un acuerdo comercial que consistía en la aplicación de un sistema de licencias directas por parte de la Unión Europea y Estados Unidos para los comercializadores de banano. El sistema consistía en “...la entrega de 83% de los permisos de importación de banano de América Latina a las grandes empresas exportadoras” (Lucas, 2001).

Por lo cual, los exportadores nacionales que comercializaban su fruta directamente se vieron amenazados, limitados y afectados por las transnacionales y operadores estadounidenses y europeos motivado a que estos podían decidir el país que ellos preferirían para importar banano. Esto afectó al país, porque la producción de banano en Ecuador era realizada por empresas y pequeños productores locales y no dependía de compañías norteamericanas, como era el caso de países como Colombia, Costa Rica y Panamá (El País, 2001).

En los periodos 2002 y 2003, los problemas de las exportaciones se resumen en la baja oferta de banano, por problemas con los productores y dificultades con las plantaciones; Costa Rica y Filipinas también se vieron afectados en sus cultivos (El Universo, 2002). Sin embargo, Ecuador pudo recuperarse y aprovechar la situación, tanto así, que los volúmenes de las exportaciones aumentaron, como se observa en el gráfico 7, para el año 2002 las exportaciones subieron un 17,9%, y en el 2003 un 9,9%. El crecimiento en el año 2003 fue menor respecto al año 2002 por la recuperación de los productores internacionales ya que las transnacionales estadounidenses prefirieron comprar la producción de sus haciendas ubicadas en Centroamérica (El Universo, 2003).

Gráfico 5: Tasa de variación del volumen de las exportaciones de banano de Ecuador en el período 2000 – 2019 (En porcentajes)



Fuente: Banco Central del Ecuador – Comercio Exterior (2020). Elaboración propia.

En cambio, desde 2004 hasta 2009, se presentaron pequeñas variaciones que elevaron el volumen de las exportaciones bananeras, debido al incremento de la demanda por parte de la Unión Europea, Rusia y el Cono Sur. En cuanto a los valores que Ecuador ha generado por la venta de banano en el período 2004

– 2009 han llegado a ser de \$8.031,5 millones de dólares, es decir, que el promedio anual de venta de banano fue de \$1.338,6 millones de dólares.

En los años 2010, 2012 y 2016, hubo decrecimientos en las exportaciones tal como se aprecia en la gráfica 6. En el caso del año 2010, en la gráfica 7 se observa que respecto al año 2009 hubo un decrecimiento de 9,3%, debido a la baja demanda recibida específicamente por parte de la Unión Europea, Rusia y Estados Unidos, Cono Sur y Asia Oriental. Esta disminución en las exportaciones fue motivado a la caída de ceniza del volcán de Tungurahua que afectó el desarrollo de la fruta y, por ende, la oferta de esta disminuyó (El Universo, 2010). Por otra parte, en el año 2012 el decrecimiento en el volumen de las exportaciones⁹ fue del 8% por la implementación de un arancel emitido por la Unión Europea de 148 euros por cada tonelada de banano ecuatoriano, reduciendo los ingresos en 7,5%, que equivale a \$163 mil dólares menos respecto al año anterior, y la devaluación del euro respecto al dólar (Aguilar Ramón, 2015).

En el 2016, el decrecimiento del volumen en la exportación del banano fue de 1,6% respecto al año anterior. Según la Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador la reducción en las exportaciones se originó a raíz de los problemas ocasionados por los factores climáticos, el aumento en los costos de producción específicamente al costo del aceite agrícola y el diésel; también incidieron la falta de incentivos y la demora en los trámites que provocaron retrasos en los embarques (Paspuel, 2016).

Por otra parte, en los años 2013, 2014 y 2015 el total de las exportaciones tuvieron una tendencia creciente, pero los destinos de las exportaciones variaron un poco, tal es el caso de la Unión Europea que en el año 2013 disminuyó su demanda un 18,2%, la razón fue un elevado precio del banano ecuatoriano en comparación a países como Colombia, Perú y Centroamérica, quienes según Eduardo Ledesma (ex director del gremio AEBE), tenían en esos años mejores acuerdos comerciales que incluían aranceles preferenciales con la Unión Europea (Fresh Plaza, 2014). En el año 2015 el volumen de las exportaciones también incrementó en 5,6%, siendo un buen año para los exportadores nacionales.

En el 2017 Ecuador firmó el acuerdo comercial con la Unión Europea, lo que implicó que anualmente el arancel impuesto al banano ecuatoriano en el año 2011 disminuyera cada año, y desde este año 2020 el arancel es de 75 euros, es decir, 73 euros menos, diferencia muy significativa pues ahora Ecuador iguala en condiciones de aranceles a Colombia, Perú y Costa Rica (El Universo, 2010; El Comercio, 2012; El Universo, 2020). Sin embargo, existen problemas en la comercialización de la fruta por la alta tasa portuaria que encarece la caja de banano desmotivando a los exportadores.

El problema de la tasa portuaria en el Puerto Bolívar tuvo origen desde agosto del 2016 pues el Grupo Yildirim se adjudicó una concesión por 50 años por la Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar, mediante una asociación público – privada con el fin de crear una expansión y modernización del puerto. En marzo del 2017 el Grupo Yildirim mediante su filial, la empresa Yilport inició sus operaciones y propuso una tarifa de \$0.28 centavos por cada caja de banano, cifra que los exportadores ecuatorianos

⁹ Según los datos obtenidos del Banco Central, la reducción del total de las exportaciones en el año 2012 fue de \$163,7 mil dólares, es decir, disminuyó un 7,5%. Pero, respecto a la disminución de los ingresos por parte de la Unión Europea fue de \$151,4 mil dólares, que sería un 17,7% menos respecto a lo generado el año anterior.

consideraron excesiva (Puerto Bolívar, 2017). No obstante, el gerente Rafael Sapiña recalcó que el malestar de los exportadores era que antes de la concesión no había tarifas y ahora el costo dejó ser responsabilidad de los ecuatorianos pues “(...) lo que no había era una cobertura de los costos que absorbía el Estado a través de la Autoridad Portuaria” (El Universo, 2017). Pero, a inicios del 2018 luego de que el Estado ecuatoriano hiciera una petición a la empresa Yilport se logró reducir la tarifa a \$0,15 centavos por caja de banano hasta el año 2021, cubriendo el traslado desde el camión hasta la bodega del buque (MundoMarítimo, 2018).

A pesar de que Ecuador tiene un acuerdo comercial con la Unión Europea, en 2018 las exportaciones solo incrementaron un 3,2% respecto al año 2017 y en el año 2019 se redujeron un 16%, porque los mercados europeos prefieren una fruta más barata y el banano ecuatoriano sigue siendo caro en comparación con los demás países exportadores del mismo. Especialmente el proveniente de Guatemala, país que ante la firma del acuerdo comercial entre Ecuador y la Unión Europea ha sembrado más hectáreas de banano y su precio es \$0,50 centavos menor que el precio del producto ecuatoriano (López C. K., 2019).

Los países como Rusia y la Unión Europea disminuyeron la demanda porque el precio de la caja de banano ecuatoriano era mayor en comparación al precio del producto costarricense, colombiano, guatemalteco y de otros países competidores. Sin embargo, Ecuador ha presentado una tendencia creciente en los volúmenes de exportaciones y en los ingresos, son pocas las veces en que ha presentado disminuciones y cuando ha sido este el caso, las exportaciones se han recuperado rápidamente. Como se observa en el cuadro 2, países como China, Japón, Uruguay y Turquía, durante los primeros años del periodo de análisis demandaban considerablemente banano ecuatoriano, después disminuyeron individualmente, sin embargo, como podemos observar dichos países han vuelto a demandar banano ecuatoriano volviéndose destinos importantes.

En el caso de China en el 2001 disminuyó un 88,7% y se debió a que su producción nacional de banano mejoró, tenían un precio más competitivo, compraban banano a Filipinas por ser un ofertante geográficamente más cercano que Ecuador. Adicionalmente, China tiene un acuerdo comercial con Filipinas con una tarifa arancelaria del 0% a la importación de banano, mientras que Ecuador tenía una tarifa del 10% (Villarreal, 2014; Suárez, 2018).

En el cuadro 2 se observa que, durante trece años Ecuador exportó banano ecuatoriano a China cuando Filipinas tuvo problemas en su producción convirtiendo a Ecuador en un suplente. Sin embargo, en el año 2014 China aumenta notoriamente la demanda de banano ecuatoriano en 691,6%, porque el precio de su fruta aumentó por problemas en las plantaciones, causando que el banano importado resulte favorable para los consumidores. Además, uno de sus principales proveedores de banano, Filipinas, tuvo problemas en las plantaciones y conflictos con China por la disputa territorial del Mar del Sur (CMA CGM, 2014).

Cuadro 2: Exportaciones de banano en Ecuador por nuevos destinos principales en el periodo 2000 – 2019 (En Toneladas métricas).

País Destino	CHINA	JAPÓN	URUGUAY	UCRANIA	TURQUÍA	TOTAL
2000	235.904,7	223.315,1	18.342,4	14.755,0	28.353,6	520.670,8
2001	26.713,1	165.504,6	15.305,3	4.595,0	40.182,5	252.300,4
2002	16.825,0	170.613,0	2.484,1	6.862,7	45.197,9	241.982,7
2003	42.487,7	154.904,4	165,7	-	2.084,0	199.641,9
2004	10.783,8	136.314,7	263,9	1.337,2	10.098,1	158.797,8
2005	3.851,2	100.390,0	1.757,7	15.409,6	64.059,3	185.467,9
2006	39,2	105.829,6	1.988,7	14.767,5	98.734,1	221.359,0
2007	391,8	56.979,2	3.759,4	6.888,8	105.850,6	173.869,8
2008	4.511,3	53.640,4	5.293,0	507,6	73.294,4	137.246,6
2009	1.017,7	66.649,7	4.218,1	11.850,4	23.253,6	106.989,6
2010	2.299,7	44.859,3	4.716,9	6.638,9	45.025,8	103.540,6
2011	10.518,2	35.704,7	7.712,5	35.425,3	191.502,9	280.863,7
2012	45.897,3	35.692,0	8.571,0	128.682,9	249.480,4	468.323,6
2013	32.824,2	41.105,5	9.446,2	156.756,7	523.839,7	763.972,2
2014	259.833,9	49.060,6	13.236,8	174.325,6	429.656,4	926.113,2
2015	261.234,4	104.583,1	11.811,7	107.162,9	482.158,7	966.950,8
2016	191.512,1	161.260,2	21.614,4	129.438,0	242.381,5	746.206,2
2017	145.230,6	146.037,0	19.052,5	120.380,7	237.015,1	667.715,9
2018	269.671,0	111.027,2	16.418,6	109.181,6	358.872,3	865.170,7
2019	458.384,0	120.038,0	17.240,4	123.095,3	506.268,0	1.225.025,7

Fuente: Banco Central del Ecuador – Comercio Exterior (2020). Elaboración propia.

Sin embargo, desde el 2014 en adelante las exportaciones hacia China no han caído drásticamente como sucedió en el año 2001, esta vez las circunstancias fueron diferentes. Según Zuxiang Xia, exdirector adjunto de la oficina de Chiquita en China, la mayoría de los importadores de banano en China son privados y los acuerdos que tienen con Filipinas son a corto plazo lo que causa un mayor riesgo por el almacenamiento de la fruta, en tanto que el banano solo debe ser almacenado durante máximo un mes; por esto el precio en el que se cotiza la fruta es semanal y fluctúa en el mercado (Fresh Plaza, 2014). En cambio, el banano ecuatoriano, a pesar de su arribo después de 30 a 40 días, tiene precios y calidad mejores (ibidem).

Por estas razones, el banano ecuatoriano incursionó en el mercado chino y para el 2019 se exportó más de 458 millones de toneladas métricas, es decir, el volumen de toneladas aumentó un 70% respecto al año anterior. Este incremento se le atribuye a la popularidad del banano en China por ser una fruta saludable que es incluida en dietas que mejoran la salud y, por otra parte, la producción de banano en China está siendo limitada por plagas y enfermedades (Portal Frutícola, 2019).

Un caso similar es el de Japón, pues desde el año 2007 disminuyó la demanda de banano ecuatoriano debido a su incremento de \$0,02 por kilo, otro factor fueron los problemas en la economía japonesa y su inestabilidad política, y a esto se le agrega que en el mismo año hubo un terremoto de 6,8 grados en escala de Richter (Hermida, 2013; El Universo, 2007; González, 2010). En los siguientes años la demanda de banano sigue siendo baja, pero en el 2012 fue la menor cantidad exportada dentro del

periodo de análisis, debido a que Japón importa más banano filipino por tener un precio menor al banano ecuatoriano (Fresh Plaza, 2012). No obstante, para el 2015 la demanda de banano ecuatoriano aumentó en 113,2%, porque Filipinas tuvo problemas de sequías y redujo el volumen de sus exportaciones al 50%, Ecuador una vez más se benefició de la demanda de Japón (FAO, 2017).

La ingeniera Julia Suárez (2018) en su estudio “*Análisis de competitividad sobre las dinámicas de exportaciones de banano entre Ecuador y Filipinas, de cara al mercado asiático*” destaca que, “la corporación japonesa Itochu tiene un plan de inversión de USD 57,7 millones para mejorar la productividad en un 60% en sus plantaciones que maneja a través de Dole Filipinas” (pág. 8). Por ende, Ecuador debe aprovechar las malas circunstancias de Filipinas para incorporarse al mercado japonés, para esto los exportadores ecuatorianos deben reducir los costos de transporte, el cual está directamente ligado con el precio del petróleo. Además, la tarifa arancelaria a la importación del banano ecuatoriano a Japón depende de la temporada, entre abril y septiembre la tarifa es del 10%, y para octubre - marzo es del 20%, a diferencia de Filipinas que tiene una tarifa del 1% en todo el año (Suárez, 2018). En consecuencia, Ecuador obtiene beneficio de Japón cuando uno de sus mayores proveedores tiene problemas con las plantaciones como el caso de Filipinas, pues es difícil para el bananero ecuatoriano ganar el mercado japonés por el alto precio de la caja de banano.

Por último, Uruguay al igual que China en el 2001 redujo la demanda de banano ecuatoriano, pero más notablemente en el 2002, Ecuador redujo un 83,8% el volumen de exportación a este destino. El motivo, fue la crisis financiera que tuvo un efecto de decrecimiento en la economía uruguaya de 11% (López & Villamar, 2002). En cambio, desde el 2014 Uruguay incrementó el volumen de banano ecuatoriano importado en 40,1% respecto al año anterior y un 432,9% si se compara al volumen importado en el 2002.

Según el Ministerio de Ganadería y Pesca de Uruguay (2014) la fruta más consumida por los uruguayos es el banano, fruta ecuatoriana que en dicho país es conocida por un alto estándar de calidad. Sin embargo, las variaciones en el volumen de las exportaciones no son tan destacadas porque el volumen exportado hacia Uruguay depende del sobrante que le queda a Ecuador luego de exportar a sus destinos principales (Ministerio de Ganadería y Pesca, 2014). Pese a que el precio del banano ecuatoriano es más alto que el precio del banano brasileño, Ecuador ofrece más calidad, con un tamaño grande, uniforme, no tiene defectos, el costo de transportar involucra el transporte marítimo y terrestre, y depende de las condiciones climáticas (ibidem).

Países como Ucrania y Turquía, son destinos importantes para Ecuador, aunque los volúmenes de exportaciones no eran constantes dentro los primeros años del análisis, los últimos ocho años han aumentado notablemente la demanda de banano ecuatoriano. Ucrania en el 2003 no importó banano ecuatoriano, pero en el 2004 por medio de una comisión de empresarios acompañados de Patricio Zuquilanda ex canciller de Ecuador, se logró un convenio para exportar banano reanudando la comercialización de banano ecuatoriano en Ucrania (La Hora, 2004).

A partir del 2012 Ucrania se vuelve un destino importante para el mercado de banano ecuatoriano, ya que los volúmenes de las exportaciones hacia Ucrania aumentaron un 263,3% respecto al año anterior, porque en Ucrania no se paga aranceles y según Noemí Capa ex presidenta de la Asociación Regional

de Pequeños Productores Orgánicos de Banano Cerro Azul, ellos venden la caja de banano convencional a contrato, con el precio mínimo referencial y a granel¹⁰ algo que les permite ahorrar los costos que involucra la venta paletizada¹¹ (FAO, 2013).

Para el 2013 el aumento fue de 21,8% porque Ucrania no tiene cultivos de banano y Ecuador ha podido mantenerse dentro de este mercado, a pesar de que la fruta demora 40 días en llegar a este país (Fresh Plaza, 2013; Revista Lideres, 2015). Otro factor que provoca el incremento de las exportaciones hacia este destino es que el mayorista vende el banano a un precio bajo, siendo así que el kilo de banano en el 2017 estaba entre 0,90 a 0,97 euros, siendo un 4 a 7% menor respecto al año anterior (Clúster Banano EM, 2017). Ecuador es el principal proveedor de banano de Ucrania (ibidem), en el 2018 según un informe publicado por el servicio de información Info-Shuvar casi el 90% de las importaciones de banano que realiza el país ucraniano son provenientes de Ecuador, a pesar del incremento del precio (El Productor, 2018).

En (2013) Ecuador también registró la cifra más alta en el volumen de banano exportado hacia Turquía, cifra que hasta el 2019 no se ha podido alcanzar. El incremento fue un 110% del volumen de las exportaciones con destino a Turquía en dicho año. Es necesario mencionar que, en el 2012 el entonces presidente de Turquía, Abdullah Gül, prometió en la visita que realizó el exmandatario Rafael Correa, flexibilizar los aranceles hacia el banano el cual es de 145,8%, pero de acuerdo con Eduardo Ledesma (ex director del gremio AEBE en el 2017) aún se paga dicho arancel porque no se hace vigente el Acuerdo de Cooperación Comercial (El Universo, 2012; Vera, 2019; Posligua, 2015). Por otro lado, desde el 2013 las exportaciones han presentado ciertos decrecimientos porque Turquía ha tenido problemas económicos, como la devaluación de su moneda, además, es un país que sí produce banano, e importa para satisfacer la demanda interna (Salazar & Del Cioppo, 2015).

Ahora, analizando los países que demandaban banano ecuatoriano ocasionalmente y se han convertido en consumidores constantes (cuadro 3) tenemos a la República de Corea del Sur y Albania. La primera, tiene una tarifa arancelaria a la importación de banano para Ecuador del 30%, perjudicando el volumen de las exportaciones. Ecuador es un país geográficamente lejano y hace que el precio de la caja de banano sea alto y difícil competir, Perú (competidor de Ecuador) tiene un arancel 0% debido a un acuerdo de libre comercio firmado en el 2011 (Suárez, 2018). Filipinas tiene una tarifa igual que Ecuador, es decir, una tarifa del 30% para la importación de banano y, a pesar de esto, hasta el 2018 Filipinas tuvo una participación del 78,8% del mercado coreano debido a que lleva diecisiete años exportando hacia Corea del Sur, en cambio Ecuador en el 2007 comenzó a exportar continuamente hacia ese país (ibidem). Respecto a Albania, en el 2018 Ecuador tuvo un aumento del 34,5% en el volumen de exportaciones hacia este destino, pero en el 2019 el incremento fue de 7,7%, siendo en este último periodo la mayor cifra exportada durante los años 2010 – 2019 con más de 35 millones de toneladas métricas.

¹⁰ La venta a granel no afecta los precios FOB y CIF, porque no se utilizan materiales extras para el traslado de la fruta.

¹¹ La venta paletizada altera los precios FOB y CIF, porque se utilizan materiales como; los pallets, sunchos, esquineros, y grapas y dichos materiales tienen un costo alrededor de \$0.35

Lituania, Croacia, Bulgaria, Eslovenia y Grecia son países que pertenecen a la Unión Europea, pero como se observa en el cuadro 3, no demandaban continuamente banano ecuatoriano. Con el pasar de los años han considerado a Ecuador y han incrementado poco a poco la demanda. Las diferenciaciones que se han dado en el volumen de las exportaciones son: arancel impuesto en el 2011, reducción de este en el 2017, variaciones del precio mínimo de sustentación y problemas económicos en la Unión Europea.

Finalmente, los países del Medio Oriente como Emiratos Árabes Unidos, e Irak son destinos que han comenzado a importar y en un corto periodo han aumentado notablemente la demanda de banano ecuatoriano y hasta el 2019 se han vuelto importantes para el sector bananero. Ecuador en el 2015 incrementó un 455,1% el volumen de las exportaciones de banano hacia Emiratos Árabes Unidos, y en el 2016 un 113,5%, siendo los años más sobresalientes desde el 2008, año en que se inició la exportación hacia el país Emiratos Árabes Unidos sin ningún tipo de restricción comercial siendo así que Ecuador tiene un arancel de 0% (Oficina Comercial del Ecuador en Dubái, 2017). En el 2017, Pro-Ecuador y Dubái Ports World firmaron un convenio en el cual la mercadería local tiene entre el 1% al 56% de descuento para el uso del puerto Jebel Ali, en Dubái, por ende, Ecuador es el único país de Latinoamérica en tener una tarifa preferencial con ellos (El Universo, 2017).

En relación con la demanda de banano ecuatoriano por parte de Irak esta ha sido la más irregular. La primera exportación de banano como se observa en el cuadro 3, fue en el 2011 con 365 mil cajas de banano, y hasta el año 2013 exportó 6.759,5 millones de toneladas métricas de banano ecuatoriano. Pero en el 2014 Ecuador no exportó ninguna caja hacia este destino. No obstante, al año siguiente volvió a hacerlo, pero fue en el 2017 cuando presentó la mayor demanda con más de 130 millones de toneladas. En cambio, en el 2018 las exportaciones hacia este destino disminuyeron un 14,6%, pero al año siguiente la demanda aumentó un 12,1%. En consecuencia, para el año 2019, Irak, Emiratos Árabes Unidos y Turquía, han absorbido el banano compensando lo que la Unión Europea no ha acogido (ARCOBANEC, 2019).

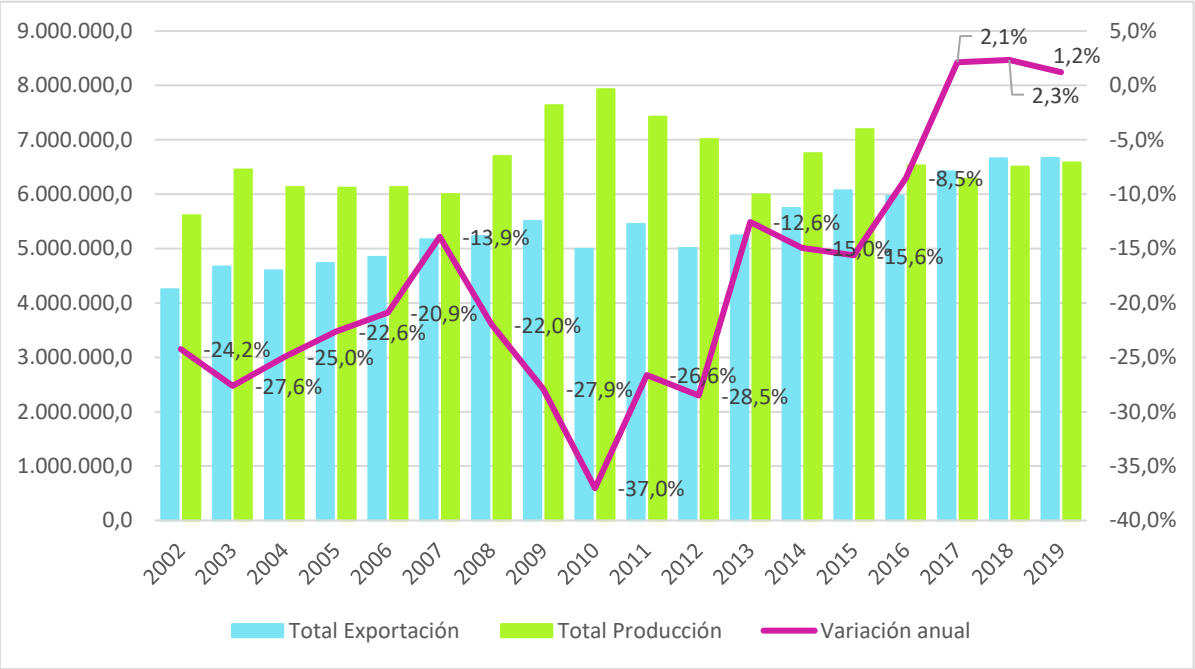
Cuadro 3: Exportaciones de banano en Ecuador por nuevos destinos en el periodo 2000 – 2019 (En Toneladas métricas).

País Destino	REPÚBLICA DE COREA DEL SUR	ALBANIA	LITUANIA	CROACIA	BULGARIA	ESLOVENIA	GRECIA	EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	IRAK	TOTAL
2000	1.248,6	-	-	-	-	-	-	-	-	1.248,6
2001	-	309,7	4.106,5	-	-	-	-	-	-	4.416,2
2002	-	-	-	5.212,9	-	-	-	-	-	5.212,9
2003	-	-	-	-	687,5	-	-	-	-	687,5
2004	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,0
2005	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,0
2006	-	-	-	949,4	-	7.018,8	5.415,4	-	-	13.383,7
2007	21,6	-	-	-	9.947,2	-	36.820,7	-	-	46.789,5
2008	63,8	-	-	-	4.282,1	2.850,1	38.351,9	3.835,8	-	49.383,6
2009	79,5	-	-	-	8.370,0	21.069,3	39.433,7	1.019,8	-	69.972,3
2010	1.062,9	6.985,2	6.888,0	499,5	11.693,8	9.706,9	17.207,5	327,1	-	54.370,8
2011	1.538,7	19.110,3	23.858,2	2.978,3	4.294,8	32.077,0	75.648,0	99,4	365,0	159.969,7
2012	241,2	24.409,0	4.718,8	17.331,6	22.084,3	16.705,1	76.046,9	1.657,2	2.140,2	165.334,4
2013	477,4	27.849,2	14.568,8	17.479,9	17.240,3	13.615,0	77.500,4	2.960,5	4.254,2	175.945,8
2014	79,9	21.631,1	18.733,2	30.006,9	25.655,0	57.224,4	75.506,7	3.560,4	-	232.397,6
2015	6.230,0	20.032,2	11.230,4	32.707,5	24.488,8	78.825,3	76.637,1	19.763,0	6.701,3	276.615,5
2016	28.728,0	19.594,7	12.534,3	43.248,3	22.212,3	58.133,9	103.440,9	42.195,0	48.971,4	379.058,7
2017	44.128,6	24.210,7	21.199,4	31.143,6	26.038,7	45.076,2	113.749,4	67.530,8	130.256,6	503.334,0
2018	44.837,1	32.562,9	32.620,8	31.410,4	33.040,1	65.259,6	133.272,5	90.711,3	111.198,4	574.913,0
2019	31.892,4	35.076,9	31.042,9	39.493,7	35.266,5	114.570,7	163.883,2	90.813,8	124.685,2	666.725,1

Fuente: Banco Central del Ecuador – Comercio Exterior (2020). Elaboración propia

Si comparamos la producción nacional de banano anual respecto a las exportaciones nacionales anuales, como se observa en el gráfico 8, la cantidad de banano fruta fresca no es igual a la cantidad exportada, pues, el volumen de las exportaciones supera al de la producción. En el 2017 con 2.1%, el año siguiente un 2,3% y el último año con 1,2%. Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería, esto sucede porque el volumen de producción no incluye a todas variedades de banano y otras musáceas.

Gráfico 6: Evolución del total de volumen de cajas de banano producidas y exportadas vs la diferencia porcentual entre el volumen exportado y producido en el período 2002 – 2019 (En toneladas métricas y porcentajes).



Fuente: Banco Central del Ecuador – Comercio Exterior (2020). Elaboración propia.

En definitiva, la evolución de los volúmenes de exportación señala que los crecimientos y decrecimientos dependen de efectos como la devaluación o revalorización de la moneda, crisis económicas, políticas, sociales, ambientales, políticas y normativas; y también de factores internos como enfermedades y plagas en las plantaciones, acuerdos comerciales y, en especial, el precio de la caja de banano ecuatoriano. De igual manera la relación entre los productores y exportadores nacionales puede influir en el desarrollo de la expansión comercial del banano ecuatoriano, pues, en caso de darse una fijación del precio mínimo de sustentación tardío o insatisfactorio que afecte la oferta nacional o una distribución ineficiente de los costos de producción o de los gastos de exportación, perjudica la imagen del banano ecuatoriano.

Precios del banano ecuatoriano en el periodo 2000 – 2019

En Ecuador la venta y compra de banano involucra tres precios: el mínimo de sustentación, el mínimo referencial y el spot; estos tienen sus propias características. Para una mejor comprensión de cómo se determinan y cómo funcionan, se procede a un análisis detallado de cada uno.

El precio mínimo de sustentación (PMS) es el que el exportador le paga al productor por cada caja de banano, está regulado por el Estado y se determina por medio de una mesa de negociación entre el productor, el exportador y un moderador. Por otro lado, su uso es obligatorio con el fin de asegurar que el productor no sea explotado por el exportador y que, mediante la venta de su banano, el primero pueda obtener el dinero invertido, además de una utilidad. Este precio ha tenido algunas modificaciones; por ello, resulta necesario retroceder a unos años antes del periodo analizado en esta investigación, con el objetivo de conocer su origen y analizar las leyes que se han involucrado en su formalización, cálculo y regulación.

Según Castillo (2000), en su investigación *Leyes regulatorias y su efecto en la economía. Caso del banano ecuatoriano*, la regulación sobre el precio del banano tuvo sus inicios en 1938. El 8 de julio de ese año, el entonces Ministerio de Prevención Social nombró a un interventor para que mediara con los productores y exportadores, quienes tenían una relación conflictiva debido a las discordancias sobre el precio de las musáceas. Castillo (2000) también señala que después, en el año 1960, la Asociación Nacional de Bananeros del Ecuador era la que determinaba el precio del racimo de las musáceas; y, luego, en 1964, se comenzó a limitar el comportamiento de los exportadores, pues era ilegal rebajar los precios de compra a los productores. El Ministerio de Agricultura y Ganadería era el ente encargado de sancionar a quienes incumplían la ley (ibídem).

En el año siguiente, en el mes de enero, se cambió el sistema de venta de banano con el propósito de precisar el precio; así, el nuevo método fue la venta por libras y no en cajas o racimos (Castillo, 2000). Finalmente, la autora señala que entre los años 1969 y 1974 las leyes establecían el precio mínimo que el exportador pagaba al productor por el banano; específicamente, el banano tipo Gros Michel y Cavendish¹². No obstante, para el año 1974 se fijó un precio mínimo y se estableció que los exportadores debían otorgar el material de procesamiento de empaque y embalaje, librando al productor de la responsabilidad sobre estos costos.

Varios años después, en 1997 se formalizó la existencia de un PMS mediante la Ley para estimular y controlar la producción y comercialización del banano, plátano (barraganete) y otras musáceas afines destinadas a la exportación¹³. Esta ley es actualmente conocida como la Ley del banano, la cual declaró oficialmente la existencia de un PMS obligatorio en su artículo 1, prohibiendo el uso de un precio menor al fijado en esta y proponiendo sanciones para quienes incumplieran. Además, el precio es para los distintos tipos de cajas de banano de exportación autorizados y debe ser determinado por el Ministerio

¹²Tipos de banano que son generalmente destinados para la exportación.

¹³Esta ley incluye 27 artículos en los cuales se abarcan temas relacionados con el sector bananero, como el PMS, el precio mínimo referencial, los productores y comercializadores, la producción y comercialización, las sanciones y su destino.

de Agricultura y Ganadería en dólares. En el año 2000 se modificaron algunos artículos de la mencionada Ley del banano. La modificación respecto al PMS estableció que para determinar el cálculo de dicho precio se debía considerar el promedio de los costos de producción (ver Anexo 1), los cuales tenían que incluir el costo fijo, variable y administrativo, y debía ser calculado sobre las libras de las distintas musáceas destinadas a la exportación.

La siguiente modificación de la Ley del banano que involucró cambios para el PMS tuvo lugar en el 2004. Se determinó que para establecer el precio el Ministerio de Agricultura y Ganadería debía organizar mesas de negociación cada tres meses donde participarían el Ministro de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca o el subsecretario que este delegara, el Ministro de Industrias y Productividad o su delegado, cinco representantes de los productores bananeros que tuvieran plantaciones bananeras “debidamente registradas en el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca, y cinco representantes de las compañías exportadoras debidamente registradas” (Decreto 3609, 2003, art. 3) en el mismo ministerio. Además, el precio debía fijarse con base en el promedio de los costos de producción nacional, más una utilidad¹⁴. Sin embargo, si estos actores no llegaban a un acuerdo, los dos ministros podían fijar el precio mediante mutuo acuerdo en un plazo de siete días, considerando el promedio de los costos de producción nacional.

Finalmente, la última reforma de la ley referente al precio se dio en el 2011. Esta consistió en especificar cómo se debía conformar la mesa de negociación para el respectivo cálculo del PMS. Así, se indicó que la mesa debía estar conformada por el ministro o su delegado, quien la presidiría, cinco representantes de los productores y cinco representantes de las compañías exportadoras. Estos últimos debían enviar un escrito al ministro o al delegado, antes de la instalación de la mesa de negociación, designando la propuesta del análisis del costo de producción nacional –contablemente sustentado– y esta debía incluir todas las zonas productoras de musáceas a nivel nacional (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca, 2012, art. 6). Los documentos serían revisados y analizados por el ministerio y este los presentaría en la mesa de negociación. Por otra parte, se estableció que los miembros de la mesa de negociación podían formar una comisión de costos si lo creían necesario, pero esta debía constar de dos representantes de los productores y dos representantes de los exportadores que formarían parte de la mesa de negociación.

A propósito, el ministro o delegado era quien debía convocar a la reunión, pero existía la posibilidad de que la mesa fuera convocada por otros miembros solo si se había modificado sustancialmente el costo de producción nacional de los distintos tipos de caja u otra circunstancia. El precio mínimo referencial (FOB / franco a bordo del buque) está formado por la suma del PMS y los gastos de exportación (ver Anexo 2). La economista Castillo (2000) señala que antes de que se incluyera en la Ley del banano, en 1979, donde se fijó formalmente, se lo conocía como precio mínimo para incautar divisas. Luego, entre 1994 y 1997, este fue fijado al mismo tiempo que el PMS. De igual forma, fue considerado en la edición de 1997 de la Ley del banano; en esta se determinó la fijación periódica de los precios mínimos referenciales en el artículo 1 y se destacó que su uso era para los distintos tipos de cajas banano de exportación autorizados.

¹⁴La utilidad razonable a favor del productor suele ser en promedio del 22 %.

En la Ley del banano del año 2000 se definió por primera vez al precio FOB como el valor que el exportador declara al Banco Central del Ecuador (BCE) por cada caja de banano, plátano y otras musáceas destinadas a la exportación; este es el resultado de la suma del PMS a recibir por parte del productor, más los gastos en que podría incurrir el exportador, hasta que la caja de banano esté lista para pasar a bordo de la nave, según la práctica ya establecida. Además, en el artículo 3 se señaló que el Ministerio de Agricultura y Ganadería, a través de la Subsecretaría Regional del Litoral Sur y Galápagos, debía “monitorear permanentemente el comportamiento de los costos de producción” (Decreto N° 114, 2009), con el objeto de que pudiera fijarse y mantenerse actualizado el precio FOB. Para ello, el ministerio debía organizar, mediante convocatoria, mesas de negociación en la Subsecretaría Regional del Litoral Sur y Galápagos del Ministerio de Agricultura y Ganadería, con el propósito de establecer el precio oficial.

Tal evento tendría lugar el tercer lunes de los meses de diciembre, marzo, junio y septiembre, y debía contar con la participación de los representantes de los gremios legalmente reconocidos y los representantes legales de las empresas exportadoras de banano que se encontraran calificadas y cumplieran con todas las disposiciones legales correspondientes. El precio FOB también fue determinado dentro de la mesa de negociación para la modificación realizada a la Ley del banano en el 2004; sin embargo, para su cálculo, a diferencia del PMS, los representantes de los exportadores que formaran parte de esta mesa debían considerar los gastos contablemente sustentados en los que incurría el exportador. Dichas entregas se harían constar en actas de sesión, al igual que las resoluciones acordadas; estas últimas tendrían el carácter de recomendación para el ministerio. En caso de no llegar a un acuerdo para la fijación del precio FOB, el ministerio podría realizar un análisis técnico a los gastos contablemente sustentados en los que el exportador incurriera; igualmente, se fijaría el precio en un plazo de siete días una vez recibida el acta de la mesa de negociación.

Por último, con respecto a las modificaciones en la Ley del banano en el año 2011 referente al precio FOB, en el artículo 6 se expuso que los exportadores que comercializaran fruta proveniente de sus propias plantaciones debían exportarla con el precio FOB fijado por el ministerio; de lo contrario, no se permitiría la exportación. Se destacó por primera vez una aplicación obligatoria, pues nunca se había aclarado si el precio era obligatorio ni se declaraban sanciones ante el incumplimiento del precio.

La estructura del precio FOB consta en la Ley del banano del año 2000 y no incluye las utilidades que el exportador va a obtener por la venta de la caja de banano, a diferencia del PMS, que sí aclara que dentro del precio está incluida una utilidad a beneficio del productor. Por estas razones, se supone que, cuando el exportador vende la fruta que no proviene de sus plantaciones, es libre de establecer el precio FOB de venta de la caja de banano, es decir, lo que recibe el exportador es acordado entre él y su cliente.

Como se mencionó, las modificaciones realizadas a la Ley del banano expresan en detalle cómo se lleva a cabo el cálculo del PMS y el precio FOB, quiénes intervienen y cuál es el proceso para fijar periódicamente el precio de la caja de musáceas. Por otro lado, en la ley no se menciona cómo deben elegir los gremios a los representantes que asisten a la mesa de negociación; no obstante, se sabe que, cuando se da la fecha de la reunión, estos llegan a un acuerdo privado y eligen a la persona que puede representarlos. De igual manera, tanto productores como exportadores se reúnen con sus respectivos

gremios para decidir cuál podría ser el costo de producción nacional y el gasto de exportación nacional, y junto con sus compañeros, calculan los costos y gastos que se entregan al ministerio.

Finalmente, el precio spot se refiere, en esta investigación, a un precio que se originó en Ecuador cuando las empresas exportadoras de banano tuvieron que comprar fruta adicional a productores que no habían firmado un contrato con ellos; esto debido a que, por motivos de alta demanda, la producción de los exportadores no alcanzaba para completar el cupo¹⁵ de banano. Así, se dio origen al mercado spot, en el que las negociaciones funcionaban sin contrato, en un periodo corto y sin plazo. En ese sentido, el precio spot vendría a ser un precio interno que recibe el productor por parte del exportador, el cual varía diariamente y depende de la oferta y demanda de banano nacional e internacional. En el capítulo cuatro de la presente investigación se detalla con mayor precisión el funcionamiento de este precio tanto en el pasado como en la actualidad, pues su cálculo y uso han evolucionado y se han adaptado al ritmo del mercado de banano ecuatoriano.

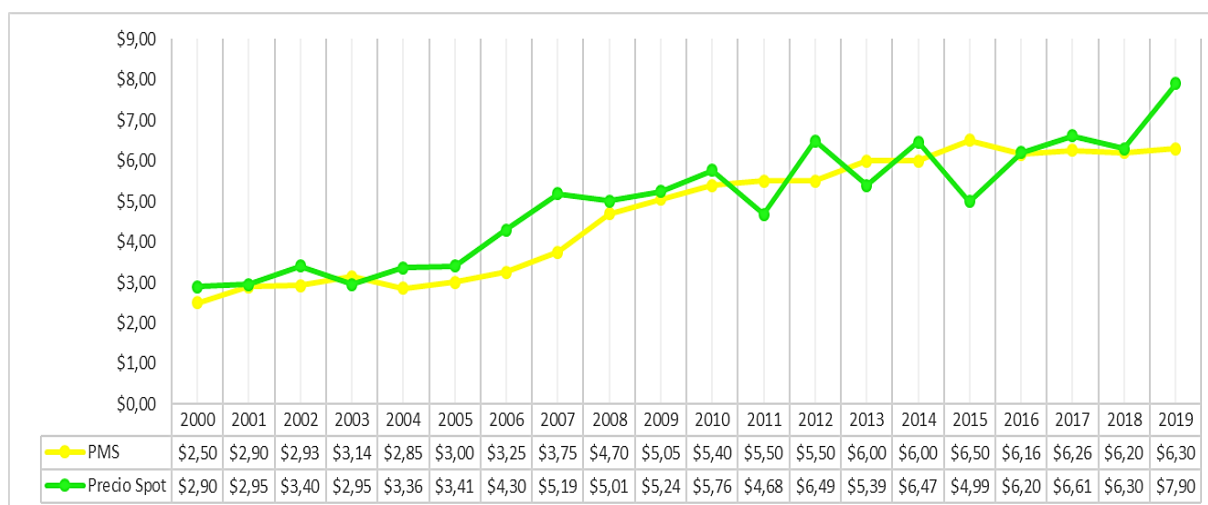
A partir de las aclaraciones de cómo se originan y se determinan los precios, se procede al análisis de la evolución de estos. Para empezar, como se observa en la Gráfica 9, el PMS en el periodo de análisis presenta una tendencia creciente y estable. Además, se identifica que el mismo precio en el año 2015 es el más alto durante el periodo (hasta el 2019), es decir, desde el año 2016 en adelante el precio no ha sido mayor al reflejado en el 2015. De hecho, para el año 2019 el precio solo aumentó \$0,10 centavos y alcanzó los \$6,30. En lo que respecta al precio spot, en la misma gráfica se observa que tiene una tendencia creciente y no es constante, pues presenta más variaciones que el PMS. Esto se debe a que el spot depende de las condiciones del mercado nacional e internacional del banano y varía semanalmente; a diferencia del PMS, el cual se mantiene estable las 52 semanas del año. Dentro del periodo de análisis, el precio spot no presentó similitud con el PMS ni una sola vez.

Por otra parte, las reducciones más relevantes del precio spot se presentan en los años 2003, 2011, 2013, 2015 y 2018, perjudicando a los productores y comercializadores de banano que comercializan su fruta dentro de este mercado. En cambio, los aumentos de dicho precio spot se presentan en el resto de los años del periodo de análisis. Es esencial mencionar que toda la actividad bananera durante el año está sujeta a temporadas de alta y baja demanda¹⁶, siendo esta la principal causa de las variaciones del precio.

¹⁵ Cupo es la cantidad de cajas de banano que el productor vende al exportador por semana; es decir, es la cantidad de cajas que el exportador demanda semanalmente mediante un contrato previamente establecido.

¹⁶ La temporada alta se da en los primeros tres meses del año y a veces hasta el mes de abril, y la temporada baja el resto del año. Las causas principales del cambio de temporada son la disponibilidad de las frutas autóctonas, el año escolar internacional y la temperatura. En temporadas de frío y en vacaciones suelen demandar menos fruta, específicamente la Unión Europea y Rusia, pues las clases generalmente inician en septiembre y terminan en agosto

Gráfico 9: Evolución del PMS vs precio spot en el periodo 2000 – 2019 (en dólares y por caja de banano)

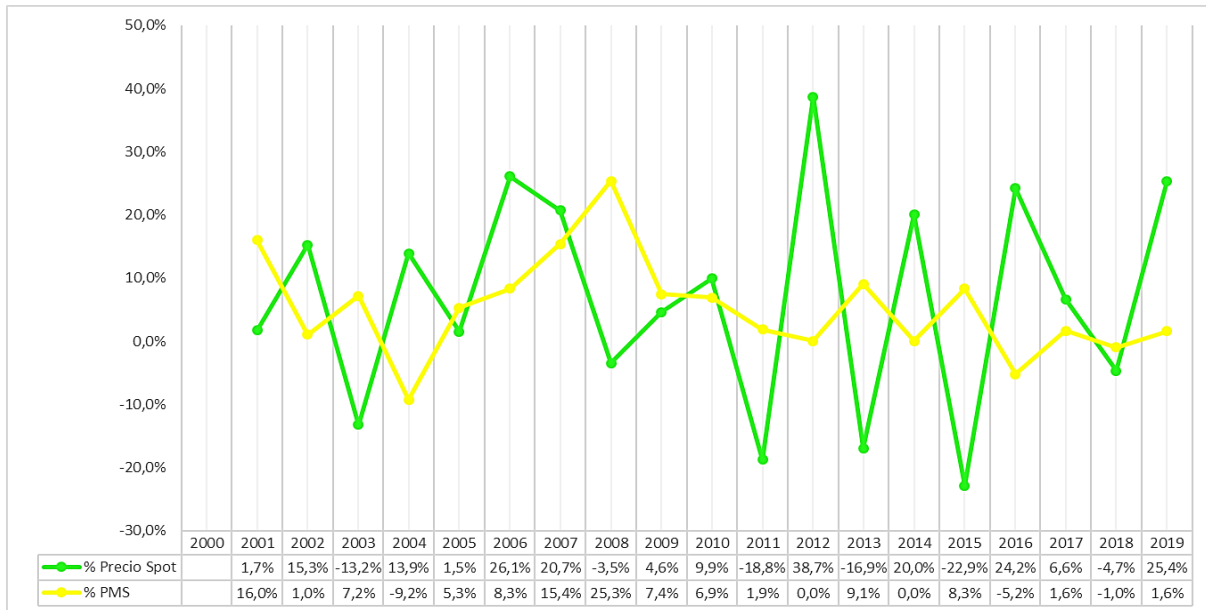


Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería – Dirección de Posicionamiento Estratégico de Musáceas. Elaboración propia.

En relación con el PMS, la Gráfica 10 muestra las variaciones porcentuales que ha presentado este precio. En el caso de los incrementos relevantes, el primero se dio en el año 2001, pues hubo un aumento del 16,0% con respecto al año 2000; el segundo fue en el año 2007, con un crecimiento del 15,4%; en el siguiente año, el aumento fue de 25,3%; en el año 2013, a diferencia del año 2012, que el incremento fue del 9,1%; por último, en el año 2015, con respecto al año anterior, el precio aumentó un 8,3%. No obstante, el PMS también presentó reducciones, como en el año 2016, cuando el precio bajó un 5,2%, siendo el mayor registrado durante los años comprendidos en el análisis, pues el último se dio en el 2018, con un 1,0%.

En la Gráfica 10, las variaciones más destacadas del precio spot se tienen en el año 2006, cuando este fue un 38,7% mayor que el año anterior; luego, en el 2012, el precio mostró un aumento del 38,7%; y en el 2014, después de que decreciera en un 16,9% en el año 2013, hubo un aumento del 20%. En el año 2015, el precio spot volvió a decrecer en un 22,9%; en los años 2016 y 2017, las variaciones anuales fueron pequeñas; en el año 2018 decreció en \$0,31 centavos, es decir, 4,7% en comparación con el año anterior. A pesar de esto, siguió siendo un precio mayor al PMS. Finalmente, en el año 2019, el precio spot aumentó en 25,4%, superando una vez más al PMS.

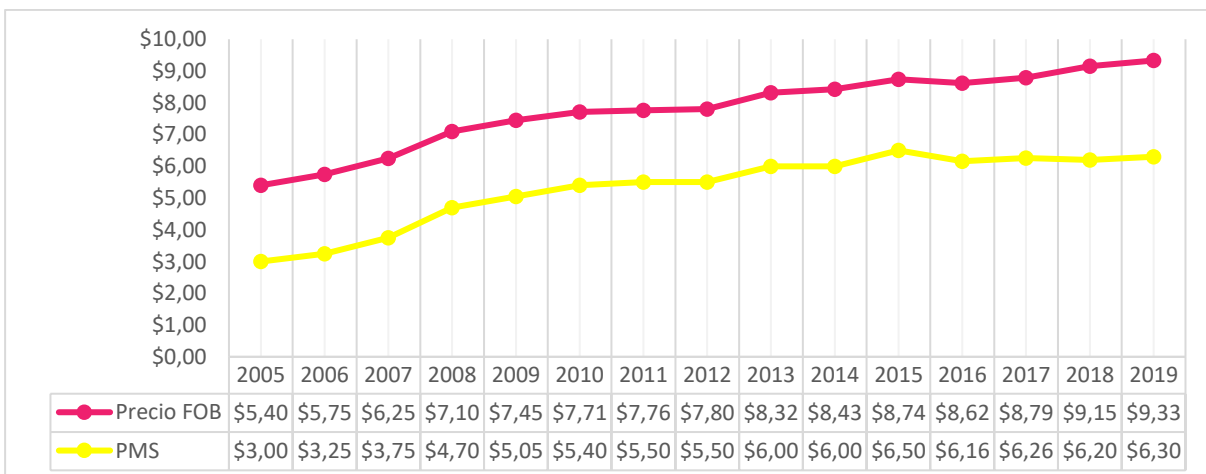
Gráfico 10. Tasa de variación del PMS vs precio spot en el periodo 2000 – 2019 (en porcentaje)



Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería – Dirección de Posicionamiento Estratégico de Musáceas (DPEM). Elaboración propia.

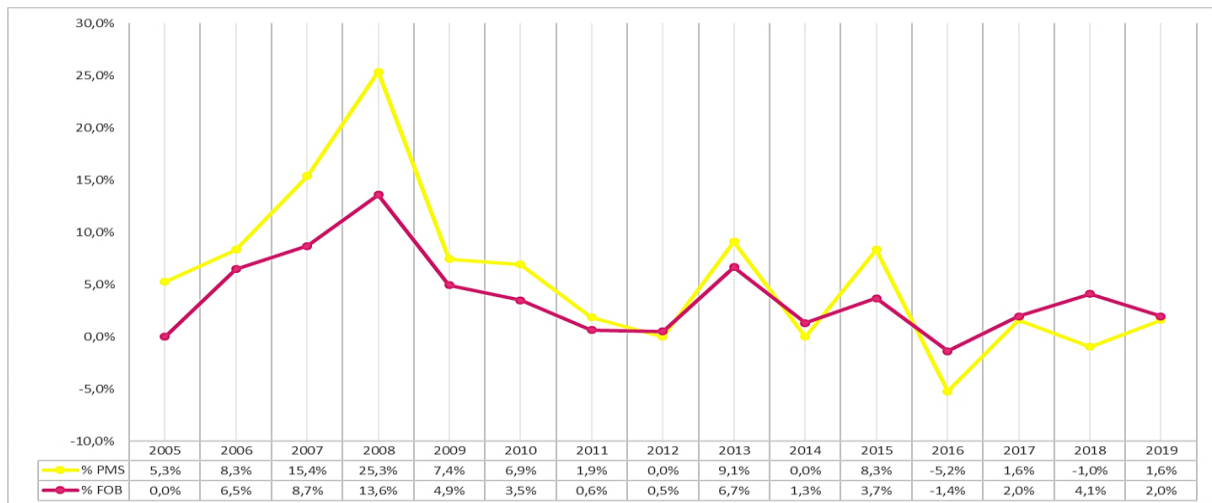
Respecto al precio FOB, hay que recordar que se trata de la suma del PMS y el gasto de exportar una caja de banano; por ello, su evolución depende de las variaciones que estas variables presenten. Así, como se observa en la Gráfica 11, la tendencia del precio FOB es similar al PMS, pero no igual; esto se debe a que el gasto de exportación es, en promedio, de \$2,50. Por otro lado, las variaciones anuales del precio FOB y del PMS no coinciden, puesto que las del gasto de exportación son menores y, además, en el año 2006 y 2008 no hay variaciones. Esto se evidencia en la Gráfica 12.

Gráfica 11. Evolución del PMS vs. FOB en el periodo 2000 – 2019 (en dólares y por caja de banano)



Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería – Dirección de Posicionamiento Estratégico de Musáceas. Elaboración propia.

Gráfica 12. Tasa de variación del PMS vs. FOB en el periodo 2000 – 2019 (en porcentajes)



Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería – Dirección de Posicionamiento Estratégico de Musáceas. Elaboración propia.

Para concluir, el beneficio para el productor ecuatoriano que maneja un PMS es que durante el año puede tener ingresos que dependen de la cantidad de banano que vende y de sus costos de producción; por tal motivo, debe preocuparse por mantener dichos costos estables o por debajo de lo estimado y, si le es posible, en épocas de sobreproducción debe tratar de conseguir clientes que trabajen con el PMS para mantenerse al margen de las fluctuaciones del mercado nacional.

En cambio, si el productor ecuatoriano trabaja en el mercado spot, se encuentra bajo un entorno vulnerable, pues, como se analizó, las variaciones anuales son importantes y dependen mucho de la demanda y la oferta del mercado. Este precio varía semanalmente, porque en el mercado de banano la venta se realiza de acuerdo con el ciclo de crecimiento de la fruta. Entonces, si en una semana el precio spot representa casi el doble del PMS, también es posible que, en la siguiente, por problemas en la oferta o la demanda, el precio sea inferior al PMS. Por ello, en caso de que el productor maneje un precio spot, debe tener presente la volatilidad a la que está expuesto y enfocarse en la búsqueda de estrategias que lo protejan ante circunstancias inesperadas, incluso si estas se extienden en el tiempo.

Si el exportador maneja un PMS y tiene ingresos estables, debe preocuparse por sus gastos de exportación y por comprar fruta de calidad que se ajuste a sus estándares. No obstante, si es un exportador que trabaja con precio spot, el margen de ganancia aumentará dependiendo de si el precio spot es menor al PMS, y del valor en que logra vender la fruta en el mercado internacional. En el caso de que el exportador trabaje con precio spot y este es mayor al PMS, la ganancia disminuirá motivado a que la demanda de banano es alta, pero su oferta es baja. En consecuencia, el exportador podría tener problemas al encontrar un productor que venda su fruta a precio spot, pues, estos se vuelven cotizados, mientras que los productores que venden su fruta a PMS no pueden vender su producción sin haber firmado un contrato previo por un año para la venta de su fruta.

Capítulo III: Interacciones dentro de la cadena de comercialización convencional del banano ecuatoriano

Para comprender la interacción de la cadena de comercialización de exportación del banano ecuatoriano con un precio mínimo de sustentación y contratos de exportación, en el presente capítulo se explica detalladamente la estructura de esta, las relaciones y el rol de cada uno de los involucrados en ella. Con este propósito, como ya se ha detallado en la metodología, se realizaron ocho entrevistas; uno de los entrevistados (productor orgánico) decidió mantener su anonimato, de modo que se procederá a etiquetarlo como señor A. Desde el análisis de la información obtenida con este método, los entrevistados coincidieron que en la cadena de comercialización del banano se involucra siempre a los mismos actores, sin importar si la producción se realiza de manera convencional u orgánica.

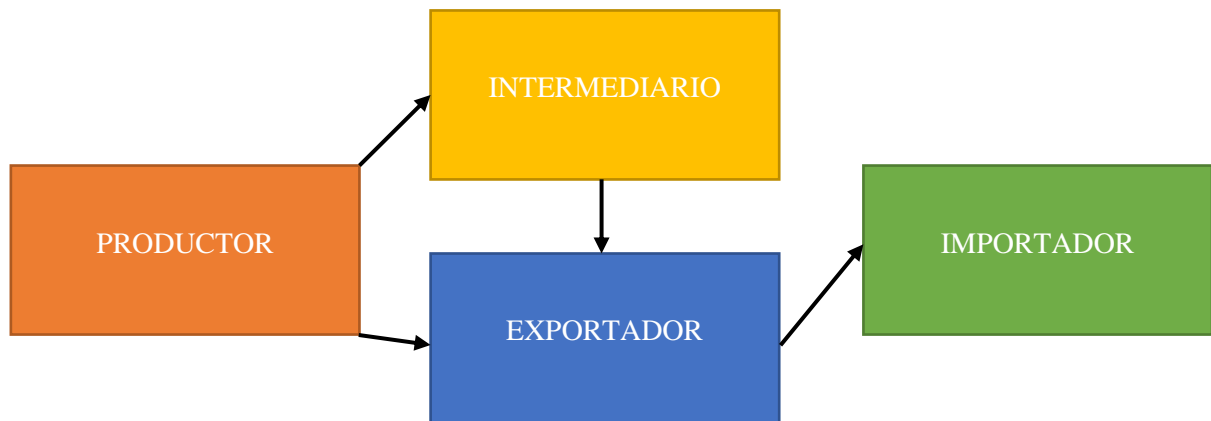
Estructura de la cadena de comercialización de exportación del banano ecuatoriano

Antonio Vargas, ingeniero agrónomo encargado del área de calidad en la empresa exportadora Piñas Ricas del Ecuador, señaló que la cadena de comercialización del banano en Ecuador tiene dos fases: una legal y otra ilegal. La fase legal comprende al productor y el exportador, mientras que la ilegal incluye al intermediario, que va luego del productor e interviene cuando se trabaja en un mercado de venta libre. Además, mencionó que el importador y el consumidor final son otra parte de la cadena de comercialización (Vargas, comunicación personal, 3 de julio de 2020). Por otro lado, el ingeniero agrónomo Luis Sánchez, gerente de comercialización en una empresa productora y exportadora, también explicó que los actores principales en la cadena de comercialización deberían ser solo cuatro: el productor, el exportador, el importador y el consumidor final, a pesar de que hay otros sujetos involucrados que se desprenden de cada actor principal. Asimismo, señaló la existencia de un quinto actor que es el intermediario y se ubica entre el productor y el exportador (Sánchez, comunicación personal, 15 de julio de 2020).

Desde su experiencia, el señor A, ingeniero agrónomo y actual propietario de una hacienda bananera con producción orgánica, relató que dentro de la producción de banano orgánico la cadena de comercialización es igual a la convencional y no tienen dificultades para comercializar la fruta, pues hay pocas hectáreas de banano orgánico sembrado, a diferencia del banano con producción convencional, que tiene un sistema práctico y de fácil manejo, lo cual atrae a los agricultores y hace que haya mucha oferta de banano convencional. Mencionado esto, el señor A describió que la cadena de comercialización dentro del Ecuador involucra al productor y al exportador, los cuales respetan el precio mínimo de sustentación y los contratos dentro de la negociación (señor A, comunicación telefónica, 23 de julio de 2020).

El representante legal de la Asociación Agraria Bananera Fincas de El Oro, Medardo Fernández, también mencionó que, para él la cadena de comercialización a la que pertenecen es tradicional, e involucra al productor, exportador, e importador (Fernández, comunicación telefónica, 31 de julio de 2020). Igualmente, el señor A y el resto de los entrevistados coincidieron con esta descripción, por lo cual la cadena de comercialización del banano ecuatoriano son el productor y el exportador, el importador y el consumidor final, como se observa en el gráfico 13.

Gráfico 13. Esquema de la cadena de comercialización del banano ecuatoriano



Fuente: Elaboración propia

En este sentido, los roles de dichos actores dentro de la cadena de comercialización son:

- Productor: Se encarga del proceso productivo de la fruta.
- Intermediario: Se encarga de comprar y vender banano.
- Exportador: Es el encargado de coordinar la exportación de la fruta y de entregarla a un importador.
- Importador: Una vez realizada la salida del producto, es quien recibe la fruta, la nacionaliza y la entrega a los mayoristas para que sea distribuida en los diferentes tipos de supermercados o tiendas.

El ingeniero agrónomo Antonio Gentiline, gerente de comercialización en una empresa productora y exportadora, recuerda que en los años 80 las transnacionales eran quienes controlaban el 65 % del mercado y señala que en una reunión a la cual asistió hace dos años, el expositor Benjamín decía que se redujo a 44 %, había perdido 21 puntos, es decir, ahora es más fácil que un productor busque una oportunidad y se convierta en exportador. Para él, esto es real, pues indica que en Ecuador cada año hay más exportadores, algunos cierran, pero otros empiezan (Gentiline, comunicación personal, 2 de noviembre de 2020).

En síntesis, se concluye que la estructura de la cadena de comercialización para la exportación del banano ecuatoriano está compuesta por el productor, intermediario, exportador, importador y consumidor final. Además, la estructura es válida para la producción convencional y orgánica.

Relación entre los actores de la cadena de comercialización del banano ecuatoriano

El exportador Antonio Vargas en la entrevista realizada el 3 de julio de 2020 expresó: el productor es el propietario de las plantaciones bananeras y se encarga del cuidado y mantenimiento de ellas. Su rol es cosechar y conseguir la certificación de la producción y el empaque, y su responsabilidad llega hasta que las cajas son entregadas en el puerto a través del transporte terrestre, que, por lo general, son camiones. Así, el productor vende la producción cada semana por los ciclos de la actividad bananera, pues la plantación produce cierta cantidad similar de banano semanalmente, aunque esto puede variar por las condiciones climáticas. En cuanto a la venta de las cajas de banano, el productor elige entre hacer una venta directa con el exportador o indirecta con un intermediario (Vargas, comunicación personal, 3 de julio de 2020).

En este orden de ideas, las negociaciones se realizan cuando el productor cumple con las especificaciones que demandan el exportador o el intermediario, pues ciertos mercados, como Europa y China, tienen requerimientos sobre el producto, por ejemplo, que la producción esté libre de ciertos químicos. Para cumplir con estos detalles, el productor opta por una clasificación de hectáreas y, en algunas áreas, omite el uso de químicos prohibidos en algunos mercados de destino. Esto aumenta el costo de producción por el control del proceso, pues los productos orgánicos requieren mayor uso de mano de obra porque el obrero debe encargarse de la aplicación y el cuidado manual e individual de toda la plantación con el fin de vigilar que esté protegida de enfermedades y plagas (Vargas, comunicación personal, 3 de julio de 2020).

Partiendo de lo anterior, se puede decir que tanto los productores independientes como los productores pertenecientes a asociaciones, cumplen el mismo rol dentro de la cadena de comercialización. El representante legal de la Asociación Agraria Bananera Fincas de El Oro, Medardo Fernández indicó que los productores asociados realizan ventas directas a cinco exportadoras y no tienen negociaciones con intermediarios. La producción es mitad convencional y mitad orgánica, y los 46 asociados se dividen la demanda dependiendo si la producción es convencional u orgánica y de las certificaciones de calidad que tienen. De este modo, completan la demanda y, a la vez, reducen los costos de producción (Fernández, comunicación telefónica, 31 de julio de 2020).

Desde el punto de vista del señor A, productor orgánico, su rol es encargarse de que su producción cumpla con certificaciones específicas que garanticen que el producto es orgánico y que los productos aplicados en su cultivo cumplen con los estándares permitidos y con la exigencia de cada mercado destino (Señor A, comunicación telefónica, 23 de julio 2020).

La ingeniera Tatiana Peñaherrera, propietaria de la Hacienda Alegría, también mencionó que como productora su responsabilidad es tener un manejo de labores culturales basado en el uso de productos orgánicos y evitar la aplicación de productos netamente químicos, pues la principal exigencia de sus principales destinos (Unión Europea y Rusia) es tener certificaciones que avalen que su fruta no contiene

ciertos químicos prohibidos por considerarse dañinos para la salud humana. (Peñaherrera, comunicación telefónica, 2 de agosto de 2020).

Por su parte, el productor y exportador Sánchez destacó que la responsabilidad de la empresa en la cual trabaja es entregar un banano diferenciado. Para lograrlo en el proceso de producción se asegura que se apliquen productos químicos en el proceso fitosanitario y productos orgánicos en el resto del proceso productivo, procedimiento que hace que la fruta destaque en el mercado internacional. Para ser competitivo se añade valor agregado al empaque de la fruta. Por ende, Sánchez explica que por este procedimiento los exportadores deben pagar un precio adicional al precio mínimo de sustentación, el cual está estipulado cerca de \$8 por cada caja de banano durante todo el año. En este sentido, lo especial de dichas cajas de banano¹⁷ es la presentación, pues, al momento de empacar la fruta, la envoltura de los gajos de banano es por *clúster*¹⁸ (manos de cinco a cuatro unidades de bananos). Además, los envuelven en una funda que se cierra con un moño con cinta que amarran de una manera agradable estéticamente, todo lo cual hace que esta presentación cuente con un *plus* (Sánchez, comunicación personal, 15 de julio de 2020).

Al respecto, señor A detalló que, su trabajo como productor es satisfacer las demandas del exportador, las cuales suelen ser detalles sobre la presentación de la caja de banano. Estas solicitudes tienen un valor adicional, por ende, al Precio Mínimo de Sustentación (PMS) se le añade entre \$0,20 y \$0,25 más por cada caja de banano. También mencionó que una caja típica, es decir, el empaque de las unidades de bananos es al vacío, pues, consiste en entregar los gajos de banano cubiertos con una funda dentro de la caja, y por este tipo de presentación el comprador de la caja de banano solo paga el PMS (señor A, comunicación telefónica, 23 de julio de 2020).

De lo anteriormente expuesto se concluye que el productor es el dueño de los cultivos, es decir, del banano. Su rol es hacer el respectivo mantenimiento de su producción para proceder a cosecharla con el fin de venderla al exportador o a el intermediario sometiéndose en dicha interacción a los requerimientos exigidos por estos. Además, el productor es el que se encarga de obtener las certificaciones que garantizan que la fruta cumple con ciertos estándares de calidad exigidos por el exportador. Por otra parte, cuando el exportador exige ciertas especificaciones sobre la presentación de la fruta, el productor las realiza con la condición de recibir un valor adicional al precio oficial. Por último, es responsabilidad del productor entregar la fruta al exportador en el puerto marítimo nacional, y este se encarga de hacerla llegar al importador.

Por su parte, el productor Macías explicó, mediante un ejemplo el funcionamiento de las negociaciones de un intermediario que trabaja de manera independiente. El trabajo de este consiste en comprar cajas de banano para luego venderlas. Para esto, primero genera un código de productor ante el Ministerio de Agricultura y Ganadería y un permiso con información que no es real, pero tampoco es verificada debido a la falta de control y regulación de la institución que lo otorga. Dicho permiso señala que el intermediario es un productor dueño de un determinado número de hectáreas con siembra de banano.

¹⁷ Las cajas contenedoras de banano son los contenedores que sirven de presentación para la venta de la fruta. Las mismas varían de peso que oscilan entre 41,5 – 43 libras de banano.

¹⁸ La presentación en formas de clúster puede estar conformada desde 4 a 8 unidades de banano, a diferencia de la presentación *finger* que contiene una unidad suelta de banano.

Segundo, el intermediario le muestra está credencial al exportador e inicia la negociación declarando por ejemplo que es dueño de 500 hectáreas de banano. Luego de que el intermediario le demuestra al exportador que puede venderle la fruta, este decide comprarle. Por lo cual, el intermediario hace un cálculo del volumen de la fruta que puede conseguir de un productor real en función de lo que está reflejado en su permiso y a la demanda del exportador. Por último, cuando el intermediario llega a un acuerdo con el exportador, solicita la entrega de los materiales para el proceso de la fruta (ver en Anexo 2).

Por ejemplo, si el precio acordado entre el exportador y el intermediario es de \$10 por cada caja de banano, el intermediario comienza a buscar productores, de preferencia pequeños, los cuales no tienen permiso de sembrar banano debido a que la siembra de esta fruta según la Ley de banano no es permitida, pero por su alcance en la siembra, que es poca y a su propia informalidad, están acostumbrados a que les paguen entre \$3 y \$5 por la caja de banano. Valiéndose de esto el intermediario en vez de \$10 ofrece \$7 por cada caja a los productores, para asegurar de que estos le van a vender la fruta a él. Con lo que consigue la cantidad de fruta demandada por el exportador, alcanzando así una ganancia de \$3 por cada caja de banano. Finalmente, logra la entrega de las cajas de banano solicitadas por el exportador (Macías, comunicación personal, 8 de julio de 2020).

Por su parte, el ingeniero agrónomo Antonio Vargas relató que el intermediario participa en la cadena de comercialización cuando el productor, generalmente mediano o pequeño, no cuenta con un mecanismo de contrato a largo plazo ni utiliza el precio mínimo de sustentación. Las acciones que realiza un intermediario son contactar a los productores y exportadores y conseguir la cantidad de banano que dichos actores demandan. En este marco elaboran un acuerdo privado en donde se fija el precio spot. El intermediario debe agrupar una cantidad de productores que trabajen con una venta libre y, una vez conseguidas las cajas de banano, las compra y las entrega al exportador que esté interesado en la fruta. A manera de ejemplo: el intermediario ofrece 20.000 cajas de banano al exportador y este ofrece un precio al intermediario, quien acuerda con el productor el precio por caja según la situación de la producción nacional (Vargas, comunicación personal, 3 de julio de 2020).

Desde su experiencia trabajando con producción convencional, el señor A describió al intermediario como un actor que comercializa la fruta de manera ilegal provocando corrupción dentro de la comercialización del banano en Ecuador. Los intermediarios, también conocidos dentro del sector bananero como “cuperos”, tienen una manera particular de trabajar: se introducen en el campo y consiguen productores dispuestos a vender su fruta al precio spot que él como intermediario ofrece, irrespetando el precio mínimo de sustentación, pero entregando fruta a la compañía exportadora para la cual trabaja (señor A, comunicación telefónica, 23 de julio de 2020).

Por su parte, Luis Sánchez recalcó que el intermediario es un actor que no debe existir, pues no es parte legal de la cadena de comercialización y su existencia se debe a una mala legislación, al pésimo control de las leyes y de los organismos que las hacen respetar. Además, es un actor que distorsiona el mercado del banano nacional y lo desequilibra con el uso de un precio *spot* y con la venta libre y no regulada de las cajas de banano (Sánchez, comunicación personal, 15 de julio de 2020).

Al respecto, Santana, desde su experiencia como intermediario dependiente explicó que el negocio del intermediario que trabaja con un exportador definido funciona mediante un equipo de colaboradores que se dedican al área comercial de varias formas: en el caso de la empresa en la cual trabajó, se subdividen pues tienen bananeras en Machala, Los Ríos y Esmeraldas. Sin embargo, se redireccionan hacia la zona de la provincia Guayas y Los Ríos, específicamente hacia la parte de Naranjal porque hay más extensiones con productores que venden la fruta a precio spot.

En estas zonas, los exportadores se dedican a perseguir a los productores, y se considera un logro poder reunir lo que es productores y producto en la época de demanda donde el precio spot sobrepasa al oficial. Los equipos de estas empresas comienzan a trabajar netamente en las fincas que están bien y con los productores que tienen hectáreas disponibles, porque hay muchos productores que tiene contratado cierto volumen de cajas y el resto está para la venta a precio spot. Entonces es ahí cuando los intermediarios comienzan a negociar con ese tipo de productores.

Para comercializar el precio con el productor, Santana explicó que hay varios factores, entre los que se refiere la experiencia comercial agronómica y de calidad que permite al intermediario, como es su caso, conocer lo referente al enfunde de las bellotas¹⁹ por semana. Esta información permite proyectar la cantidad de banano que estará disponible pudiendo determinar si la producción será baja o alta, y solo la maneja el intermediario como gerente o jefe comercial. Otros de los factores es identificar y poner a un lado las fincas que tienen problemas fitosanitarios y necesitan cierto tiempo para recuperarse, luego se dirige a las fincas que están en condición de regular a buena y les compra fruta a esos productores, pero en pocas cantidades por ser un banano de baja calidad. Esta acción la realiza con el fin de que cuando haya sub-oferta estos productores se sientan comprometidos en venderle la fruta y asegurar la cantidad de demanda requerida de banano (Santana, comunicación telefónica, 23 de julio del 2020).

Para finalizar, se señala que el intermediario es la persona que se involucra en la cadena de comercialización cuando existe un productor que está dispuesto a vender su producción sin contrato y a un precio spot. Su función es comprar la producción del productor y venderla al exportador. Por lo cual, su deber consiste en buscar productores hasta conseguir la cantidad de banano demandado. Una vez que lo consigue por medio de un acuerdo privado, con el productor establece un precio acorde a la actual situación del mercado bananero. Cabe destacar que, la acción realizada por el intermediario es informal, pues las negociaciones que realiza con los actores antes mencionados no están avaladas por la Ley de Banano, es decir, realizan una venta sin contrato y no hace uso del precio oficial, causando el desequilibrio en el sector bananero. Pues el intermediario suplanta al productor, ya que al conseguir permisos de siembra de banano y de productor, este no se ve obligado a firmar contratos con el productor y las negociaciones que hace con este se quedan en la informalidad.

Respecto al exportador, Vargas indicó que su función es comprar cajas de banano al productor y recibirlas en el puerto; luego, se encarga de las inspecciones sanitarias y aduaneras y, según el acuerdo con el comprador en el país de destino, decide si vende la fruta a un precio que incluye el costo de la mercancía puesta a bordo de un transporte marítimo, o a otro precio donde los riesgos de la mercancía los asume el comprador. Además, los exportadores deben tener una marca registrada en el Ministerio de

¹⁹ Flor del banano.

Agricultura y Ganadería y las certificaciones requeridas por los países a los que van a exportar. Cuando las empresas son grandes, es común que el naviero sea propio, de modo que el exportador puede transportar y distribuir su mercancía y tiene la facilidad de ampliarse a nuevos mercados, pues tiene la capacidad e infraestructura para realizar ventas directas hasta el supermercado en el mercado de destino. En cambio, cuando el exportador no tiene la infraestructura o la capacidad de distribución, este solo llega hasta el puerto y el comprador es el que maneja las conexiones en los mercados (Vargas, comunicación personal, 3 de julio de 2020).

Asimismo, Vargas relató que los exportadores suelen tener varias vías de suministro de productos, como la producción propia y también de productores independientes, con el fin de abastecer semanalmente el volumen de producción que necesitan para cumplir la demanda internacional. Tener que proveerse de producción independiente pone en riesgo los estándares de calidad, por ello, el exportador, con la ayuda de un auditor de calidad, se encargan de hacer el seguimiento a todos los productores involucrados. Por lo cual, los auditores de calidad evalúan la materia prima y el acabado en la cosecha y elaboran informes sobre la producción del banano con información para los exportadores. Asimismo, el exportador brinda el material²⁰ con el fin de cumplir con las especificaciones de su mercado y el estándar de calidad. Algunos exportadores optan por llevar el material al productor, mientras otros exportadores prefieren que el productor retire los materiales, pero esos son detalles de logística que varían dependiendo del exportador (Vargas, comunicación personal, 3 de julio de 2020).

Finalmente, Vargas concluyó que la responsabilidad del exportador es siempre ofrecer un producto de calidad y garantizar al importador que llegará sin defectos al país de destino. Por esta razón, explicó que si la fruta llega al importador o consumidor final en mal estado el importador tiene derecho a reclamar y pedir compensación. Esto se puede dar debido a que el exportador no cumplió con las normas de garantía ofrecidas sobre el producto que entrega. Cabe mencionar que las garantías dependen del acuerdo privado entre el exportador e importador porque en la negociación se establecen las condiciones que requiere el importador para comprar la fruta, y el exportador las asume cuando estas no se cumplen porque es él, quien hace la negociación y la venta (Vargas, comunicación personal, 3 de julio de 2020).

Por su parte, el productor y exportador Gentiline explicó que solo tienen un cliente que está en China a quien se le entrega la fruta directamente. La actual forma de venta que utiliza consiste en negociar un porcentaje importante de la fruta puesta en el puerto de destino, a través de una venta directa con el comprador del país destino y a veces utiliza un agente externo para que realice las transacciones entre él y el comprador. También mencionó que existen grupos importantes de exportadores que en ocasiones tienen contactos con navieras utilizando sus servicios para entregar la fruta en el puerto destino. Mientras que, otros prefieren entregarla en el puerto marítimo nacional para evitar el transporte y terminar ahí el negocio (Gentiline, comunicación personal, 2 de noviembre de 2020).

Por otra parte, el productor Macías desde el punto de vista de su experiencia por haber trabajado durante 14 años para Reybanpac (empresa grande productora y exportadora de banano) refirió que la manera de comercializar se lleva a cabo mediante la venta de su producción y cuando no completa la demanda del producto solicitado compra la fruta que le falta a productores independientes La empresa en la cual

²⁰ Ver en Anexo 2 - Materiales de proceso de la fruta.

trabaja actualmente, denominada Frutsesa (empresa productora mediana) también compra la fruta a productores independientes para cubrir el volumen de banano solicitado por el exportador. Sin embargo, Reybanpac y Frutsesa se diferencian por la manera de entregar y distribuir su producción, pues la empresa en la cual trabaja, según el acuerdo con el cliente, se encarga generalmente de mandar el contenedor con las cajas de banano al puerto y el cliente es quien recibe la fruta y se encarga del proceso logístico para el envío y distribución de esta. En cambio, Reybanpac tiene un puerto (Puerto Fertisa) y la empresa maneja y alquila buques, siendo ellos quienes se hacen cargo de la fruta hasta su destino (Macías, comunicación personal, 8 de julio de 2020).

Seguidamente, el productor y exportador Gentiline destacó que, gracias a que el envío de la fruta es por contenedores, ya no es necesario llenar un barco entre algunos exportadores y actualmente el exportador puede contratar un espacio naviero y llevar más de un contenedor, de modo que el productor puede convertirse en exportador, e incluso eliminar al intermediario. En lo que respecta a la responsabilidad del exportador, cree que se extiende hasta que la fruta llega al consumidor final, pero realmente el responde por el producto hasta entregar en el puerto marítimo del país destino (Gentiline, comunicación personal, 2 de noviembre de 2020). Gentiline como exportador considera que se diferencia de los demás por el trabajo bien estructurado, pues ha mejorado la infraestructura, capacitado a las personas y cuenta con mano de obra de manera estable para los trabajos agrícolas de precosecha y postcosecha. Además, en la relación suelo, planta, clima y agua han tratado de bajar la carga química usando biotecnología. Dentro de su entrevista mencionó que tienen proyectos para no usar herbicida en sus plantaciones y obtener el mejor grado brix²¹ de la descarga, compitiendo con Costa Rica, Filipinas y Guatemala. Por otra parte, informó que para logra conectar con los compradores utiliza las redes sociales, que le permite hacer un gran trabajo, al igual que la página web, o los congresos internacionales de comercialización de banano que existen (Gentiline, comunicación personal, 2 de noviembre de 2020).

De igual manera, el ingeniero agrónomo Edison Santana quien trabaja en el área comercial y de calidad desde su experiencia laboral indicó que, para ser competitivos a nivel internacional en estos momentos, la calidad es lo que predomina. Por ende, a nivel de campo es necesario que haya un proceso en el manejo de la plantación, la cual debe estar bien establecida, pues esto conlleva a tener una fruta de calidad para el cliente (Santana, comunicación telefónica, 23 de julio del 2020).

En resumen, se puntualiza que el exportador es la persona que cumple con el rol de comprar la producción de banano del productor con el fin de venderla a un importador. Para realizar la compra el exportador tiene el deber de realizar inspecciones sanitarias al cultivo de banano antes y durante la cosecha para asegurarse que la producción cumple con los requisitos que exige el importador. Esta acción también la realizan los exportadores que cumplen simultáneamente el rol de productores, pues hay ocasiones que recurren a la compra de producción de otros productores porque su producción no satisface la cantidad de banano demandado por el importador. Respecto al proceso para exportar la fruta, el exportador necesita tener una marca que lo represente y esta debe estar registrada en el Ministerio de Agricultura y Ganadería. Una vez obtenida la marca es libre de realizar un acuerdo privado con el importador y venderle la fruta. La entrega de la fruta depende del acuerdo que realice con el importador;

²¹ El grado brix es una medida de la cantidad de sólidos disueltos que hay en un líquido, que se obtiene a través de la gravedad específica, los productores lo usan para medir la azúcar disuelta en la fruta.

la primera es entregar la fruta en el puerto marítimo nacional y la segunda es entregarla en el país destino. La decisión del exportador dependerá de sus propias capacidades. En el caso de ser un exportador ya sea que trabaje con el precio spot o el precio oficial, este debe asegurarse que la fruta que compra cumpla con los estándares de calidad del importador.

En el caso del importador, Vargas manifestó que su rol es recibir la fruta y luego procede a revisar si las cajas de banano cumplen con las normas sanitarias y aduaneras. En otras palabras, es el encargado de los trámites y procesos de importación de la fruta y destina la distribución a los mayoristas o minoristas. A veces, toma posesión de la fruta, lo que hace que el riesgo del exportador ecuatoriano se mitigue, pero cuando no lo hace, el riesgo del embarque continúa en el lado del exportador. Asimismo, señaló que estos deben cumplir con la parte logística de maduración, fraccionamiento, empaque y almacenamiento de las cajas de banano y describe el proceso que atraviesa el banano para llegar al consumidor final de la siguiente manera: primera etapa, mayorista-madurador: ubicado en el país destino, es el que compran la fruta y las distribuyen a tiendas o supermercados. En segundo lugar, menciona los supermercados: estos compran la fruta a los mayoristas-maduradores. Una vez que tienen la fruta madura, la ponen a la venta y así es cómo llega el banano al consumidor (Vargas, comunicación personal, 3 de julio de 2020).

En síntesis, el rol del importador es recibir la fruta y entregarla a los distribuidores para que esta llegue al consumidor final.

De manera general, para concluir, con las relaciones existentes de los actores de la cadena de comercialización para exportar banano ecuatoriano se hace alusión a la teoría neo institucionalista de Douglas North, quien señala que las instituciones son las reglas del juego en una sociedad o, más formalmente, son las limitaciones ideadas por el hombre que dan forma a la interacción humana. De acuerdo con este autor dentro de la cadena de comercialización existen reglas que ellos mismos han creado para el funcionamiento de la exportación de banano y cada uno cumple su rol en una interacción mutua que se genera con la finalidad de obtener un beneficio económico a través de las relaciones comerciales. Cabe destacar que estas interacciones están condicionadas por los mismos actores quienes se comunican entre sí adoptando un comportamiento propio de las acciones que cada uno realiza según su rol.

Capítulo IV: Implicaciones del precio mínimo de sustentación, contratos de exportación y el precio spot

Con el fin de establecer las implicaciones que tiene la existencia de un precio mínimo de sustentación y los contratos de exportación en las decisiones de los actores de la cadena de comercialización, se procede a explicar la manera en que los entrevistados perciben estas medidas y su funcionamiento. Luego, para identificar las decisiones que toman los actores de la cadena de comercialización de banano para hacer uso del precio spot, se describe la opinión que tienen los entrevistados sobre dicho precio. Además, se detallan las medidas que estos toman para hacer uso de él y los beneficios y dificultades de su uso.

Precio mínimo de sustentación

Inicialmente, el exportador Vargas mencionó que el precio mínimo de sustentación (PMS) se fundamenta en los costos del productor y su utilidad, y cree necesaria la existencia de este precio porque le enseña al productor a sacar provecho pues le sirve como referente para realizar inversiones y ajustes en sus gastos, evitando el despilfarro. De igual manera, señaló que el productor se ve obligado a planificar y analizar sus costos, para obtener información y conocer si hay sobre costos y saber hacia dónde se está destinando el dinero. Por ello, el precio oficial contribuye a la eficiencia. De igual manera consideró que para ser productor se debe estructurar un plan y ser organizado con este; recalando que no es importante que el PMS sea más alto que el precio de los competidores internacionales (considerando el caso del banano costarricense), pues Ecuador tiene dos aspectos favorables que permiten la competitividad: en primer lugar, están las condiciones climatológicas que hacen que la fruta tenga una característica especial en el largo, el grosor, la palatabilidad²² y la vida verde del producto. En segundo, la alta calidad del banano nacional (Vargas, comunicación personal, 3 de julio de 2020).

Por su parte, el productor Macías está de acuerdo con que exista un PMS, pues este sirve como una base y permite la eficiencia con el manejo de los costos. (Macías, comunicación personal, 8 de julio de 2020).

El señor A coincidió con Macías, cree que el PMS es adecuado porque admite que se dé el respeto entre las partes negociantes y sirve de guía para la eficiencia en la producción. Para él, el productor debe hacer un estudio de mercado, crear un plan y ser organizado, pues para crear el presupuesto debe basarse en los costos y márgenes de ganancia que revela el PMS. Además, consideró que con el PMS el productor puede darse cuenta si la actividad está siendo fructífera; es decir, si no obtiene el margen de ganancia estimado, significa que debe esforzarse y mejorar el paquete tecnológico para sacar un mayor provecho a la planta. Por otra parte, el señor A explicó que él como productor orgánico sí tiene un margen de ganancia bajo así, por lo que las acciones que toma para mejorar incluyen sacar más unidades de bananos por racimo para tener un aumento en la producción y analizar la estructura de costos para identificar cuáles pueden modificarse y optimizarse (señor A, comunicación telefónica, 23 de julio de 2020).

²² Calidad de ser grato al paladar un alimento (RAE, 2020)

De igual manera, el productor Fernández está a favor del PMS porque cree que ayuda a hacer estimaciones a futuro: para programar, invertir en la finca, dar educación a los hijos o mejorar la vivienda. Además, consideró que con el PMS se logra la estabilidad. Por otra parte, explica que para una finca donde una hectárea produce 1.400 cajas de banano al año, estas no alcanzan, pero si en la finca se producen mínimo 2.000 cajas por hectárea, sí se generan ingresos (Fernández, comunicación telefónica, 31 de julio de 2020).

Al igual que los demás, a pesar de ser un intermediario, Santana está de acuerdo con la existencia de un PMS, incluso sugiere que todos los productores deberían negociar con las empresas con un precio oficial, porque hay intermediarios (o compradores) que aparecen en época alta y desaparecen durante la baja, y considera que, si solo se manejara el precio oficial, estos desaparecerían; y aunque admite que tal vez eso no se pueda lograr, espera que la mayoría de los productores se formalicen y usen el precio oficial. Afirma que la organización es fundamental, pues considera que actualmente los productores son desordenados; una vez que tienen ingresos, no hacen inversiones, por el contrario, gastan el dinero en cosas personales e innecesarias. Otra razón por la cual prefiere que los productores usen el precio oficial es por la informalidad, de manera que si este precio se respetara los productores podrían proyectarse y ser eficientes (Santana, comunicación telefónica, 23 de julio del 2020).

Por su parte, Sánchez en calidad de productor y exportador comentó que el precio mínimo de sustentación tiene un problema: está mal establecido. Detalló que el PMS no debe tener más del 20% de utilidad en las épocas de temporada baja, porque el precio no sería real, sino exagerado. Para él, la implementación de un PMS es necesaria, pero debe regularse y representar la realidad, no debe proteger solo a los productores eficientes. También señaló que el costo total para producir una caja de banano actualmente es de \$4,5 y si el PMS de la caja está en \$6,40, la utilidad real sería de casi \$2, o el 40% del precio oficial. Indicando que el productor debe recibir un precio menor que involucre una reducción en el margen de utilidad cuando nadie quiera comprar banano por la saturación a causa de la sobreoferta del mercado. En consecuencia, propone que pudiera reducirse el margen de utilidad por cada caja de banano durante la temporada baja (Sánchez, comunicación personal, 15 de julio de 2020).

Sin embargo, la productora Peñaherrera, al contrario de todos los otros entrevistados, opinó que no está de acuerdo con el PMS y se refirió específicamente a los productos químicos indicando que estos son cada vez más caros y no hay una entidad que observe y regule a los vendedores de dichos productos. Para ella, el PMS no es respetado en la actualidad a causa de la pandemia; de hecho, las empresas con las cuales tiene contrato han disminuido hasta \$0,40 por cada caja de banano, aunque afirman que, una vez reestablecida la normalidad, estas procederían a realizar la respectiva devolución de los \$0,40 (Peñaherrera, comunicación telefónica, 2 de agosto de 2020).

En cambio, el productor y exportador Gentiline cree que Ecuador tiene una situación un poco especial por ser el principal exportador de banano, pero de los 5.000 productores existentes, 3.500 son pequeños y tienen entre 0 y 30 hectáreas. Cree que, a pesar de que practican la agricultura familiar, dichos productores no son eficientes y el PMS solo los mantiene vivos (Gentiline, comunicación personal, 2 de noviembre de 2020).

Otro problema que el productor y exportador Sánchez destacó que hay productores que en la misma cantidad de hectáreas producen 3.000 cajas de banano unos y otros obtienen 2.000 cajas. El productor que tiene mayor beneficio con el PMS es el que puede producir las 3.000 cajas de banano por hectárea, porque asume un costo de producción de \$4 por caja y \$5 el de las 2.000 cajas. Entonces, cuando se muestran los costos de producción ante el MAG para ser considerados en el cálculo del PMS, se presentan los costos del productor que produce 2.000 cajas por hectárea, más elevados y esto genera distorsión.

Por otra parte, cree que realmente los exportadores no ganan tanto, pero asume que este nunca pierde, debido a las medidas que toma cuando hay una baja temporada, entre estas, pagar un precio menor al PMS, excusándose en que en los mercados de destino la caja de banano no tiene un buen precio. Aun así, recalcó que el exportador también tiene gastos de exportación, los cuales tienden a ser elevados para las empresas pequeñas y medianas. En el caso de las grandes, como Reybanpac, no enfrentan los costos altos de las producciones independientes, debido a que tienen producción propia. Al contrario de la empresa exportadora Dole, que prefiere comprar a productores independientes porque no produce (Sánchez, comunicación personal, 15 de julio de 2020).

En el marco teórico, Mochón & Carreón (2011) resaltan que existen ocasiones en la que el gobierno controla los precios como medida de regulación para los mercados, provocando un desequilibrio. Puede tomar acciones que consisten en imponer un precio máximo o un precio mínimo. El caso del precio mínimo se da más en los mercados agrícolas porque el gobierno busca que el precio de un producto no descienda por debajo de un cierto nivel, con el fin de evitar una reducción en los ingresos de los productores y exportadores. De esto se concluye que los actores de la cadena de comercialización de banano poseen conocimiento sobre la existencia del precio mínimo de sustentación regulado por el gobierno, pero tienen opiniones según sus propias perspectivas señalando que: el PMS protege a los productores de las fluctuaciones del mercado; funciona como un seguro pues cubre los costos de producción y a la vez les otorga una utilidad, por lo que sirve como referente para establecer el valor de los costos de producción, pues si el productor es organizado y planifica de manera eficiente los costos es posible que obtenga el margen de utilidad que revela el PMS; permite el respeto entre el productor y el exportador, pues este está obligado a pagar el precio oficial, y el productor al recibir siempre el mismo precio puede hacer un mejor uso de sus ingresos y gastos.

Cabe destacar, según Douglas North (1990) que los costos de negociación son determinantes para la economía, pues representan el costo de proteger y cumplir los derechos de propiedad, es decir, que dentro de las negociaciones de la cadena de comercialización del banano el precio mínimo de sustentación es la garantía de que los productores recibirán un pago estable y seguro por la fruta según los contratos establecidos.

Contratos con los exportadores

En cuanto a los contratos de exportación, Fernández como productor, destacó que en la provincia de El Oro hay fincas pequeñas de 1 a 7 hectáreas; el problema con estas es que los dueños son familias que involucran generaciones, por lo que son muchas personas las que intervienen en el negocio. Por esa razón, prefieren trabajar bajo contrato con el exportador, porque este brinda estabilidad, sobre todo a mediados de año cuando baja el precio, por ser temporada baja. Además, el contrato implica respeto hacia ellos (Fernández, comunicación telefónica, 31 de julio de 2020).

En ese sentido, el exportador Vargas explicó que él está de acuerdo con la existencia de los contratos de exportación, porque dan estabilidad y protegen al agricultor y al exportador de cualquier evento; no importa si los precios son fluctuantes, porque al final del año se obtienen los ingresos esperados y ni el productor ni el exportador dependen de la volatilidad del mercado. Además, desde el punto de vista de un productor o exportador, tener un contrato fijo durante todo el año permite planificar la producción de las cajas demandadas, pues como exportadora se debe asegurar que con la producción de banano con siembra propia y la producción independiente se cumpla con el volumen de banano pactado con el importador (Vargas, comunicación personal, 3 de julio de 2020).

Por otro lado, señaló que el funcionamiento de los contratos de exportación es simple: por cada venta y compra de banano se debe firmar dicho acuerdo legal; no importa en qué fecha se firme el contrato, este debe ser por las 52 semanas que tiene el año, protegiendo con ello tanto al productor como al exportador, pues estos tienen fruta disponible durante todo el año. Por ejemplo, la primera acción a realizar por parte del exportador al tener demanda de un nuevo importador es investigar si su producción propia o independiente puede cumplir con la cantidad de banano que este solicite; en caso de que no sea así, el exportador debe buscar nuevos productores para completar el volumen de fruta que requiere. No obstante, si el exportador por cualquier motivo no justificado decide romper el contrato, este tiene la obligación legal de seguir comprándole cajas de banano al productor para evitar ser demandado y comparecer ante un juicio legal.

También señaló que lo negativo de los contratos de exportación es la venta previa, porque el banano es un producto perecible y tanto el productor como el exportador deben estar alertas a los problemas que pueden tener las plantaciones de banano. Además, considera que los contratos de exportación no son una limitación, dado que aseguran la inversión (Vargas, comunicación personal, 3 de julio de 2020).

De la misma manera que Vargas, el intermediario Santana cree que el contrato otorga al productor ventajas que le permiten proyectarse en todos los aspectos, incluso puede endeudarse y conseguir créditos, pues la venta de fruta se ve asegurada con un precio fijo durante todo el año (Santana, comunicación telefónica, 23 de julio del 2020).

Por su parte, Macías considera que los contratos son importantes porque tienen la función de salvaguardar a los productores y exportadores, a fin de que ninguna de las partes salga perjudicada durante el año de intercambio comercial. Recalcó que este acuerdo es beneficioso porque las limitaciones son impuestas por las partes participantes, destacando que ningún productor y exportador

puede hacer un contrato por menos de un año, es decir, si el productor y el exportador firman un contrato el 8 de julio del año 2020, el contrato tiene vigencia hasta el 8 de julio de 2021. Por otro lado, la renovación del contrato depende de la relación entre el productor y el exportador. Asimismo, hizo mención de que ninguna empresa formal tendría incentivos para anular el contrato en la fecha establecida por lo dicho anteriormente, sin embargo, relató que, lamentablemente, sí hay empresas que suspenden los contratos, modificándolos con cláusulas o implementando planes de hostigamiento, los cuales consisten en la imposición de exigencias de calidad en la fruta o el trato descortés hacia el productor.

El exportador puede actuar de esta manera cuando el contrato no ha sido legalizado, pues una vez que el contrato ha sido regulado legalmente, el productor tiene el derecho de reclamar y denunciar a la empresa con el MAG; como consecuencia, el exportador puede perder la marca, es decir, su código de exportador es invalidado y no podrá exportar hasta que cancele las multas generadas por el incumplimiento del contrato, sin poder transferir su marca para que lo use otro exportador. Cabe mencionar que cuando esto sucede el exportador que ha perdido su código continúa vendiendo, pero en calidad de intermediario. Por el contrario, si es el productor quien cancela el contrato y es denunciado por ello perdería el código de productor y no podría vender su producción a nadie (Macías, comunicación personal, 8 de julio de 2020).

Por su parte, el señor A prefiere trabajar con un contrato durante todo el año, a fin de evitar la incertidumbre para encontrar un exportador que compre la fruta. Así, el contrato es una forma de seguro, pues da constancia de que toda la producción ya tiene un destino, lo que se traduce en ingresos fijos; además, el contrato también le da la seguridad de que el PMS sea respetado. Igualmente, mencionó que los contratos temporales son un caso particular de la producción convencional; desde el punto de vista de un productor orgánico, se sabe que no hay casos donde los productores vendan su cosecha con un contrato de este tipo, pues al haber pocas hectáreas de banano orgánico dentro del país, es común que al menos los pequeños productores se asocien, logrando buenos acuerdos. Estos tienden a ser respetados por el tamaño reducido de la oferta de banano orgánico, pues dicha producción necesita de más mano de obra, debido a que el mantenimiento y empaquetado de la fruta es muy complejo y meticuloso. Desde su perspectiva de productor con producción orgánica, el señor A dejó claro que prefiere hacer negociaciones con exportadores formales y firmar contratos por toda la cosecha, a pesar de que los miembros de su gremio son tentados por intermediarios que ofrecen un precio mayor al PMS (señor A, comunicación telefónica, 23 de julio de 2020).

Dentro de la teoría que sustenta la investigación, North (1990) menciona que las instituciones constituyen estructuras formales. Consideradas como una regla que se refiere a todo el cuerpo normativo, en el ámbito jurídico, político, económico, de usos y costumbres, etc., tanto en el terreno de lo público como en el privado. En concordancia con este autor se puede señalar que a pesar de que la cadena de comercialización del banano ecuatoriano se vale de ciertos acuerdos informales para establecer convenios entre ellos para la compra y venta del banano, reconocen la importancia y seguridad que representan los contratos legales dentro de estas transacciones, pues mediante los mismos se crea un sentido de respeto entre las partes, se reduce la incertidumbre y se garantiza al productor la obtención de un beneficio económico estable durante todo el año, permitiéndole invertir en el futuro.

Además, el contrato funciona como un seguro pues el productor tiene garantizada que su producción será comprada y podrá estimar la cantidad de producción necesaria para cubrir la demanda del exportador quien tendrá certeza que durante todo un año su demanda será cubierta. De igual manera el contrato también les asegura a las partes involucradas que el precio oficial está siendo respetado pues dentro de sus cláusulas queda constancia de su uso. Siendo así que el contrato sirve de guía para interactuar y garantiza el desempeño económico, por lo cual, se lo puede considerar como una estructura formal que forma parte de la institucionalidad.

Por otra parte, Cárdenas & Ojeda (2002) defensores del neo institucionalismo, quienes definen a las instituciones como un conductor que dirige los comportamientos individuales para lograr objetivos específicos por medio de incentivos, pues las instituciones reducen la incertidumbre y facilitan los intercambios políticos, económicos y demás. Se concluye que las implicaciones de la existencia de un contrato en las decisiones de los actores de la cadena de comercialización de banano radican en la manera en que los actores perciben al contrato. Este es un acuerdo que solo se da entre productores y exportadores que utilizan el precio oficial y realizan el intercambio comercial de la fruta de manera previa, es decir, la transacción no es momentánea. Por otra parte, el contrato tiene una duración de un año brindando estabilidad al productor y al exportador, pues es respaldado por la Ley del Banano la cual sanciona a las partes que lo incumplan.

Es importante aclarar que no es usual que los productores y exportadores den por finalizado de manera voluntaria y sin justificación el contrato de compra y venta de banano, pues, incumplirlo implica costos de transacción elevados, porque las cláusulas establecidas incluyen sanciones para la parte que lo incumple. Con relación a las sanciones, estas se fijan de manera particular, pero la más general es el pago de una multa que se calcula en base a la pérdida del afectado a causa de la anulación unilateral del contrato. Además, quien lo incumpla tendrá dentro del sector bananero una mala reputación lo cual le impedirá en un futuro establecer una relación comercial con otro actor, sea productor o exportador. Esto confirma lo que establecen Cárdenas & Ojeda (2002) cuando señalan que, en el caso de los costos de transacción, la solución es aplicar contratos que garanticen el buen comportamiento de los individuos y, cuando se incumplan el contrato, se pueda estipular sanciones.

En relación con la eficiencia este mismo autor señala que las instituciones solo tienen el fin de generar confianza y reducir los costos de transacción, a veces pueden ser usadas para satisfacer intereses privados de ciertos individuos que buscan maximizar sus beneficios mediante el uso del poder de negociación logrando manipular el orden institucional. Esto es observable cuando el exportador quiere romper el convenio por razones de conveniencia y actúa con medidas de hostigamiento con el propósito de hacer que el contrato finalice por mutuo acuerdo evitando así las sanciones que se generan por el incumplimiento de contrato

Cabe mencionar que los contratos otorgan a los productores múltiples ventajas dentro de las que se destacan el acceso a los créditos lo cual resulta beneficioso pues permite que los productores puedan hacer inversiones adicionales, lo que tiene consecuencias muy positivas sobre el futuro de la producción, tal vez sobre su calidad y cantidad, y también sobre los ingresos del productor. Esto devela el alcance que tiene la institucionalidad en el caso de las regulaciones que norman a la producción bananera.

Precio spot

Origen.

Sánchez en su rol como productor y exportador relató que el precio spot apareció hace 19 años y tuvo origen en la Empresa Bananera Noboa, pionera en Ecuador; contó que fue testigo de la situación, pues trabajaba para dicha empresa. Detalló que fue consecuencia de la medida tomada por el gobierno cuando obligó a que el 100% de los productores tuviera contrato y algunos no lo hacían; por lo general, eran productores que tenían entre 10 y 25 hectáreas y decidían no firmar un contrato. Entonces, Xavier Monje estableció la compra spot cuando llegó a la empresa Noboa porque requería más banano. Sánchez recalcó que tenían buen espíritu, pues la palabra spot, en teoría, es un sobreprecio al oficial. La venta a precio spot se generaba cuando la empresa Noboa necesitaba una demanda mayor de banano a la usual y tenían que recurrir a productores con los que no tenían contrato, pero para no perder su relación comercial con los productores que le proveían se justificaba explicándoles que la transacción sólo sería por 2 a 3 semanas, pero la relación con ellos sería permanente esto lo hacían para evitar molestias entre los productores y mantener la relación comercial.

Una vez hecha la transacción, el productor que había vendido su fruta a precio spot tenía que buscar formas de vender el resto de su producción, pues como no tenía contrato con el exportador, este no tenía la obligación de comprarle toda la producción y solo compraba lo que necesitaba en ese momento. Sin embargo, el precio spot les gustó a algunos de los productores que para la época tenían vendida su producción sujeta a un contrato, pero como les atraía este precio, anularon los acuerdos. Ello llevó a institucionalizar la compra spot. Sánchez recuerda que hubo una época en que la empresa Noboa pagaba al productor \$4,50, a pesar de que la calidad de la fruta no era óptima por lo cual la empresa Noboa aplicaba un acuerdo denominado “vuelto por debajo de la mesa”²³ (Sánchez, comunicación personal, 15 de julio de 2020).

Veblen (1899) señala que las formas de pensar y hacer se vuelven tendencia y las instituciones se hacen un hábito común arraigado al pensamiento de la sociedad, y dichos pensamientos son duraderos, pero a la vez adaptables al actuar de la sociedad, la cual procede según un razonamiento abstracto. De lo referido por el autor se concluye que el origen del precio spot data de la necesidad de los exportadores de requerir fruta adicional, por lo que ofrecen al productor precios diferentes al oficial sin contrato ni compromisos formales y por un tiempo limitado. Este tipo de negociación se ha mantenido desde sus inicios hasta la actualidad, lo que contribuyó a que este precio se institucionalizará en las reglas informales del mercado bananero. Esto implica que el precio mínimo de sustentación se mantenga dentro de las normas legales, pero se vea afectado por el precio spot cuando este es mayor al oficial, ocasionando que el productor se vea tentado a vender parte de su producción a este precio incumpliendo con el contrato del precio oficial según los intereses propios del mismo productor.

²³ Se explica en el subtítulo acciones que toman los exportadores para aprovechar el precio spot.

Cabe destacar que el origen del precio spot surge como una estrategia de una empresa exportadora con influencia en el mercado bananero ecuatoriano, es decir, esta empresa irrumpe con su poder económico para debilitar la institucionalidad formal existente, creando una institucionalidad informal para su beneficio según sus propios intereses.

Opiniones de cómo se da la venta de banano a precio spot.

En primer lugar, el productor y exportador Gentiline consideró que el precio spot se rige por la oferta y la demanda, enfatizando en que definitivamente si existe el precio spot, alegando que cada productor es dueño de su fruta. Así, si este tiene una sobreproducción, tiene que vender la fruta al precio spot y si este es mayor al PMS, es afortunado, pues son ingresos dirigidos a la tecnificación, a mejorar la infraestructura de las haciendas y a sacar nuevas certificaciones (Gentiline, comunicación personal, 2 de noviembre de 2020).

Por su parte, el productor Macías describió que la venta a precio spot en Ecuador se da generalmente cuando hay un desastre natural en países vecinos que son exportadores de banano, lo que causa el aumento de este precio. Esto se debe a que las empresas deben cubrir la necesidad de los mercados y compran la fruta a cualquier precio, a fin de satisfacer la demanda. También explicó que los productores y exportadores de banano realizan la venta y compra a un precio spot cuando estas últimas se contactan con un intermediario, quien consigue y compra la producción que el exportador necesita (Macías, comunicación personal, 8 de julio de 2020).

Parkin & Loría (2015), señalan que el equilibrio en el mercado se da cuando las curvas de los consumidores y las curvas de los productores se intersecan originando un punto de equilibrio, que a su vez es el punto en el que se observa el precio de equilibrio, este precio regula las cantidades demandadas y ofertadas. Sin embargo, se pueden dar casos en el que el precio es más alto que el precio de equilibrio lo que origina un exceso de oferta y, para que los individuos compren esas existencias, el productor debe bajar el precio. En el caso de que el precio sea más bajo que el precio de equilibrio, se da un exceso de demanda y, como los individuos necesitan más productos, hacen que suba su precio. Las interacciones se dan hasta que el mercado vuelva a estar en equilibrio.

Asimismo, Douglas North (1990), cita a Shepsle y Weingast (1987) en una de las facetas de las limitaciones informales para señalar que estas evolucionaron a partir de las reglas formales para enfrentar problemas específicos de intercambio y acabaron establecidas como limitaciones institucionales reconocidas a pesar de que nunca formaron parte de las reglas formales.

Es necesario recordar que el precio spot varía dependiendo de la situación del mercado. Para dar sustento a lo señalado se consideraron los resultados obtenidos en la investigación donde se evidenció que durante los últimos cuatro años (2016 - 2019) el precio spot ha sido superior al precio oficial lo que

puede generar un beneficio adicional al productor. El problema radica en que el precio fluctúa semanalmente. En consecuencia, cuando el precio es muy bajo no satisface los costos de producción y durante ese periodo el productor tiene problemas en sus ingresos. Siendo esto una de las razones que influye en la decisión de los productores para fraccionar la venta de su producción, es decir, una parte de su producción a un precio oficial y el resto a precio spot, y así evitan el riesgo de vender toda su producción a un precio menor al oficial.

De esta manera se puede concluir que los productores y exportadores de alguna manera aceptan el precio oficial y los compromisos que trae aparejado su cumplimiento, pero a la vez han creado esta institucionalidad informal que se basa en el levantamiento de las normas y leyes vigentes y en la operación del mercado a través de los precios, dependiendo de si hay exceso de oferta o de demanda. Lo que deja en evidencia que los actores de la cadena de comercialización del banano combinan las dos institucionalidades para sacar el mayor provecho de cada una: el PMS y los contratos les dan seguridad en los ingresos, mientras que el precio spot es la parte que dejan para correr riesgos. Cabe mencionar que los intermediarios actúan solo con la institucionalidad informal pues intervienen únicamente para buscar fruta para pagar con el precio spot y colocar esa fruta para exportar.

Acciones que toman los exportadores para aprovechar el precio spot

Vuelto por debajo de la mesa.

El productor y exportador Sánchez procedió a describir el funcionamiento del acuerdo el vuelto por debajo de la mesa mediante un ejemplo: si el precio mínimo de sustentación de la caja de banano estaba a \$6, el exportador pagaba al productor \$3, pero en el contrato y en la normativa estaba descrito que el exportador pagaba el precio oficial por cada caja de banano, pero realmente cuando el productor cobraba el dinero tenía que devolver la diferencia por cada caja vendida. Si el pago que realizaba el exportador era en cheque, el productor lo cobraba y le devolvía el dinero en efectivo al exportador. El proceso era igual cuando el exportador hacía el pago mediante un depósito a una cuenta bancaria, el productor retiraba el dinero y luego le devolvía al exportador la diferencia, pero facturaba al Servicio de Rentas Internas por el precio oficial. Asimismo, señaló que tal método causó que el productor ya no quisiera firmar contratos, pues consideraba que era innecesario e insistía en que este le ocasionaba un doble problema, porque tenía que facturar la fruta a un precio oficial y devolverle la diferencia al exportador (Sánchez, comunicación personal, 15 de julio de 2020).

Igualmente, el exportador Vargas mencionó la existencia del “vuelto por debajo de la mesa” y explicó que este acuerdo lo realiza el exportador mediante un convenio personalizado con el productor quien acepta vender la fruta a precio spot, pero detallando la venta con el valor del precio mínimo de

sustentación. Por ejemplo, suponiendo que el exportador quiera 500 cajas de banano y el precio oficial es de \$6,40 y el precio spot sea \$3, entonces el exportador ofrece \$3 al productor por cada caja de banano y este acepta. Así, al momento de realizar el pago y detallar la venta en la facturación, el exportador realiza el siguiente cálculo: $500 * \$6,40 = \3.200 , siendo este el valor final que el exportador debería pagar al productor; pero como los valores reales son $500 * \$3 = \1.500 , el productor devuelve la diferencia de \$1.700, pues $\$3200 - \$1500 = 1700$.

Asimismo, contó que para vender a precio spot hay otra manera: el exportador habla con el productor y este le dice que requiere de 500 cajas de banano a un precio spot de \$3. No obstante, para facturarlas, el productor hace un cálculo matemático similar: $500 * \$3 = \1500 y $\$1500 / \$6,40$ del precio oficial = 234 cajas de banano, siendo este el total de las cajas vendidas al momento de facturar, se calcula entonces $234 \text{ cajas} * \$6,40 \text{ precio oficial} = \1500 y ya está formalizada la transacción (Vargas, comunicación personal, 3 de julio de 2020).

En relación con las acciones que emplean los exportadores para aprovechar el precio spot, Maldonado (2018) señala que para la aplicación de una estrategia se debe elegir el mercado preferente y posicionarse, para esto se debe considerar la selección del cliente, la proposición del valor que se dará, y las capacidades que crearán valor para los clientes y accionistas. Siendo así, las estrategias exponen la dirección y el empleo de los recursos y esfuerzos de la empresa. Es decir, que vuelto por debajo de la mesa es un acuerdo entre productor y exportador y consiste en que el exportador cuando compra la fruta a un precio spot, el productor en la facturación de la compra refleja el precio oficial, pero después tiene que devolver al exportador la diferencia del valor entre los ambos precios, es decir, el spot y oficial. Por consiguiente, esta acción está limitada por la Ley de Banano e influenciada por las condiciones que se presentan en el mercado spot las cuales pueden variar en función de los objetivos que los exportadores quieren lograr.

Si bien desde la estrategia de los negocios, tal como recoge el párrafo anterior, el vuelto sobre la mesa es una práctica que emplean los exportadores para violar las normas formales, esta estructura institucional informal no solo afecta a los productores tanto por el precio o reducción de los ingresos, sino también porque ellos deben tributar sobre unos ingresos que no tuvieron, ya que dieron el vuelto; por otra parte los exportadores o intermediarios en sus declaraciones tienen incluidos gastos que no hicieron también porque recibieron el vuelto. Entonces se trastocan varios ámbitos de la institucionalidad formal de manera más amplia y termina afectando no solo al sector en particular. Por otra parte, se convierte en un mecanismo regresivo en términos de distribución del ingreso, tanto por la afectación del precio como por el esquema de tributación que resulta de esta práctica. Finalmente, se podría hablar de una situación de debilidad institucional que eleva significativamente los costos de negociación.

Cláusula de dos semanas.

Por otro lado, el productor y exportador Sánchez enfatizó que, a causa de la pandemia, ahora el productor que trabaja solo a precio spot está pasando por un momento complicado, pues apenas consigue que le paguen entre \$2,80 y \$3 cada caja de banano. Como consecuencia, el productor se ve envuelto en una venta desesperada y de emergencia pues no posee un contrato que respalde la compra de su fruta y tampoco tiene a quién venderle la fruta. Desde esta perspectiva, considera que el precio spot es una forma de comercialización nefasta que perdió el espíritu con el que se originó. Además, cree que el sector bananero está pasando actualmente por la peor situación, pues no se respeta la ley y se han ideado maneras de evadirla. Mediante un ejemplo, explicó que al darse el caso de un contrato en el que se ha acordado respetar el precio oficial durante todo el año, el exportador también se aprovecha de una cláusula descrita en la Ley del banano, la cual señala que por dos semanas al año el exportador no está obligado a comprar fruta al productor. Así, el primero se comunica con este último para informarle la situación, no obstante, el exportador lo hace con el fin de aprovechar que el precio spot es menor que el precio oficial (Sánchez, comunicación personal, 15 de julio de 2020).

Al respecto, Maldonado (2018) en sus principios teóricos enfatiza que dentro de la pauta de acción de una estrategia las maniobras se realizan según las señales del mercado, es decir, que la cláusula de las dos semanas es un tiempo legal en el que el exportador tiene la opción de no comprarle fruta al productor habitual y hace uso de ella para comprar la fruta a productores que comercializan con el precio spot, cuando este es menor al oficial obteniendo así un mayor margen de ganancia sin violar el contrato que establece con el productor.

Cabe mencionar que las dos semanas son establecidas por la institucionalidad formal con el fin de que durante ese periodo se de validez legal al contrato. Sin embargo, los exportadores durante este periodo de tiempo se dedican a realizar negociaciones informales, con el fin de obtener beneficios cuando el precio spot es menor al oficial.

***División de producción para la venta: 70 – 80% precio oficial
y 30 – 20% precio spot.***

El productor y exportador Sánchez mediante un ejemplo describió que en la actualidad la compra y venta de fruta a precio spot consiste en que, si un exportador tiene un contrato a precio oficial con un productor, pero hay un exceso de demanda, el exportador ecuatoriano que ya está comprando fruta busca a más productores y les pide más cajas. Concretamente, el exportador, recurre a los productores que decidieron no vender el 100% de su producción a precio oficial, sino acordar en privado con el exportador una venta por el 70% de su producción a precio oficial y un 30% al libre albedrío, siendo este productor quien se beneficia del exceso de demanda (Sánchez, comunicación personal, 15 de julio de 2020).

Por su parte, la productora Peñaherrera relató que se ha adaptado a las reglas de las negociaciones. Por ejemplo, los exportadores con los cuales trabaja recortan el volumen de las cajas pactadas en el contrato

por tres meses durante la temporada baja: el 80% es pagado a precio oficial y el otro 20% a precio spot. Así, de las 2.500 cajas que vende a la semana, 500 se negocian a precio spot. Este método se conoce como el 80-20%, y también puede ser 70-30%, eso depende del acuerdo entre el productor y el exportador. Sin embargo, el productor pierde con este método, pues las semanas elegidas coinciden con el precio spot muy bajo y los exportadores lo hacen todos los años con el fin de aprovechar la situación (Peñaherrera, comunicación telefónica, 2 de agosto de 2020).

Asimismo, el exportador y productor Gentiline mencionó que la venta de su producción es similar a lo relatado por Peñaherrera, pero él maneja el 70-30%. Destacó que la razón de hacer este acuerdo de venta con el productor es porque desde hace dos años los importadores rechazan la venta del 100% de la producción a un precio que está conformado por el precio oficial y los gastos de exportación, pues pierden dinero al comparar el precio del banano de otros países. En consecuencia, busca negociaciones con los productores por debajo del precio oficial para poder cubrir la demanda de fruta de los importadores (Gentiline, comunicación personal, 2 de noviembre de 2020).

Por otro lado, Santana explicó, desde su experiencia como intermediario, que la actividad comercial de un exportador tiene dos fases: la primera consiste en comprar la producción de banano a un precio spot y, la segunda, en comprar mediante el uso de contratos al precio oficial. También mencionó que no conoce un solo exportador que maneje el 100 % de su producción bajo contrato pues, por lo general, la mayoría divide estas fases según sus propias predicciones, pero siempre se están manejando con cierta cantidad, 50, 60 o 70 % con el contrato y el resto a precio spot. Además, explicó que la legalización de esta venta se realiza dependiendo de los actores, quienes deciden firmar un contrato en el cual el productor vende cierta cantidad de fruta a un precio spot, a uno o varios exportadores dependiendo de las circunstancias del mercado con la intención de conservar la formalidad del contrato y del pago fijo que este le garantiza (Santana, comunicación telefónica, 23 de julio del 2020).

Dentro de la teoría, Maldonado (2018) explica que las estrategias implícitas son las que se dan en la práctica usual dentro de la misma, es decir, el personal de la empresa considerará los hechos comunes dentro de esta como una política de la empresa. De lo que se concluye que los exportadores se han dado formas para establecer reglas informales dentro de las normas formales, con el propósito de beneficiarse de los cambios en los precios de mercado porque compran la fruta a productores que venden parte de su producción a precio spot, mediante un acuerdo privado en el cual los productores deciden dividir la venta de su producción, es decir, generalmente venden el 70 – 80% de su producción a un precio oficial y el 30 – 20% a un precio spot. Esto usualmente, genera una dependencia mutua entre los productores y los exportadores, pues el productor requiere del exportador para vender su fruta y el exportador necesita del productor para satisfacer la demanda del importador.

Analizando de manera general los tres aspectos antes descritos se concluye que las negociaciones realizadas por los productores y exportadores con relación al precio spot, se rige según el comportamiento individual de estos, generando incertidumbre pues este precio fluctúa durante todo el año. Por otra parte, en relación con las acciones que toman los exportadores para aprovechar el precio spot se tiene que este se vale de prácticas informales para obtener un margen de ganancia mayor perjudicando en ocasiones al productor quien se ve obligado a aceptar las condiciones de los acuerdos privados con tal de vender su fruta, sobre todo cuando el precio spot es menor al precio mínimo de

sustentación. Es importante mencionar que no todo es pérdida para el productor pues este también resulta beneficiado en la negociación de la división de la producción para la venta (70-30% o 80 -20%) cuando el precio spot supera al precio mínimo de sustentación.

Por tanto, lo que está en juego son dos estrategias en las que el productor se toma menos riesgos y prefiere mitigar la incertidumbre, en tanto que el exportador estaría dispuesto a extender la parte de la fruta que se transa a precio spot. Lo que ocurre es que son dos actores que se enfrentan a realidades distintas. El productor debe cubrir los costos de producción y generar una ganancia, algo que no necesariamente le asegura el mercado spot, en tanto que el exportador tiene como principal preocupación la competencia de las empresas de los otros países productores de banano, por lo que requiere más flexibilidad para actuar en el mercado internacional y de esa manera generar ganancias. Desde este punto de vista se puede entender la negociación que existe sobre cuánto del contrato se intercambia con el precio oficial y cuánto con el precio spot.

Por otra parte, se destaca que la institucionalidad informal se desarrolló alrededor de la formal a causa de que el precio mínimo de sustentación era menor al precio spot a sus inicios, lo que contribuyó a su expansión, aceptación e institucionalización, pues los productores eran incentivados a dar uso de este precio spot y optaban por vender su fruta a los exportadores que le daban la facilidad de hacerlo. Sobre todo, en la medida que se limitó la siembra de banano de manera legal y los pequeños productores se vieron obligados a aceptar las condiciones del mercado por carecer de contratos.

Acciones que toman los intermediarios para aprovechar el precio spot

Con relación a las acciones que toman los intermediarios para aprovechar el precio spot, el productor Macías explicó que la compra de la fruta genera sobreprecio cuando los exportadores necesitan completar la demanda solicitada por el importador y es entonces cuando los intermediarios independientes intervienen con el fin de conseguir la cantidad de fruta necesaria y poderla revender a los exportadores, no importando dañarle el negocio a otro intermediario. Por ejemplo, el intermediario pacta con el productor a \$7 la caja de banano luego viene otro intermediario y ofrece al mismo productor \$7,50. A pesar de que el primer intermediario ya entregó los materiales al productor para que empaque la fruta, este anula el primer pacto y decide venderla al segundo intermediario. Cuando el primero va a retirar las cajas de banano a la finca, se entera de que el productor no le va a vender y podría encontrarse con los materiales botados (Macías, comunicación personal, 8 de julio de 2020).

De igual manera, el ingeniero agrónomo Hilario Cedeño administrador de producción en una empresa productora, mencionó que hay un método de compra de los intermediarios para evitar los problemas de cancelación que mencionó Macías. Puntualiza que algunos intermediarios prefieren comprar de manera inmediata, estos van personalmente a las fincas, llevan consigo un camión y hablan con el productor, ofreciendo llevarse cierta cantidad de cajas de banano y cancelan en efectivo en ese mismo momento. Por ejemplo, si el productor tenía pactada su producción por \$5 y el nuevo intermediario le ofrece \$4,50

por caja de banano puesta en el camión, el productor prefiere vender a \$4,50 la caja porque este le entrega el dinero en ese momento, a diferencia del primer intermediario que ofreció \$5, pero cancelaba 15 días después una vez entregada la fruta (Cedeño, comunicación personal, 8 de julio de 2020).

En cambio, Santana describe desde su perspectiva como intermediario dependiente que estos inician el juego de precios mediante el regateo con las empresas, ejerciendo presión para que una empresa le pague más que la otra. Así, el productor también resulta en algo beneficiado (Santana, comunicación telefónica, 23 de julio del 2020).

A manera de resumen, las acciones que toman los intermediarios para comprar y vender banano a precio spot puede variar desde dos puntos de vista: primero, si es dependiente de una empresa exportadora compra banano a varios productores a precio spot y las entrega a la empresa exportadora. Segundo, si es independiente compra la fruta y entrega de manera directa al exportador quien se encarga de entregarla al importador. Es importante mencionar que el intermediario independiente puede entregar la fruta a un solo exportador o a varios al mismo tiempo, mientras que el dependiente solo a la empresa exportadora para la cual trabaja.

A propósito de los derechos de propiedad, North (1990) destaca que son los derechos que tienen los actores sobre el uso de sus bienes y las formas de organizaciones políticas y económicas los que permiten reducir los costos de transacción al momento de limitar la conducta de los agentes participantes en los intercambios, mediante un conjunto de procedimientos como castigos y recompensas que instan a cumplir con los reglamentos contractuales pactados, incluso la conducta moral y ética se consideran para promover el pensamiento colectivo para un cumplimiento del reglamento. Lo señalado en la teoría es totalmente contradictorio a las acciones que aplican los productores e intermediarios pues, al momento del intercambio no consideran relevantes las consecuencias que se generan por el incumplimiento de la norma formal, es decir, de la Ley del Banano. Cabe destacar que los intermediarios trabajan dentro del mercado spot, es decir, nunca firman un contrato con el productor ni realizan ningún tipo de acuerdo, la compra se la realiza de manera personalizada y hacen solo uso del precio spot.

Extinción de pequeños productores y la siembra ilegal.

Sánchez como productor y exportador consideró que hay una disminución y hasta extinción de los pequeños productores, la que se está presentando en las zonas de Machala, Los Ríos y Guayas en los últimos 10 años. Mediante un ejemplo, describió que un exportador establece un contrato de 40.000 cajas de banano a la semana, pero dicho exportador, en conjunto con sus técnicos, proyectó vender 50.000 cajas de banano a la semana. Por ende, le faltan 10.000 cajas, por lo que deben comprarlas en el mercado spot. Considerando esto, los productores y exportadores han tomado como medida expandir sus plantaciones para obtener un mayor volumen de producción y poder cubrir así sus demandas. Siendo así, el productor y exportador ya no requiere comprar a productores independientes. Por tal motivo, estos productores pequeños que se dedican a vender su producción a precio spot y sin contrato podrían desaparecer (Sánchez, comunicación personal, 15 de julio de 2020).

Como Sánchez, el productor Fernández también señaló que la tendencia de los pequeños productores es desaparecer, porque los exportadores buscan productores grandes por temas de logística y calidad. Así, mencionó que lo que hace falta para crecer es permanecer unidos; los exportadores no lo eran, pero ahora comparten información entre ellos, concluyendo que a los productores les hace falta ser más unidos y compartir información. Asimismo, explicó que no solo deben quejarse, sino que deben organizarse y crear estrategias, pues cuando el precio spot es mayor al oficial, nadie aparece ni reclama, pero cuando es menor, todos reclaman. Por otra parte, cree que si están organizados podrían tener asistencia técnica a un menor costo, ofrecer volúmenes en el exterior e incluso hacer empresas agroindustriales en beneficio de todos (Fernández, comunicación telefónica, 31 de julio de 2020).

Por su parte, el intermediario Santana opinó que hay un declive incalculable con los medianos y pequeños productores, pues no están sosteniendo los negocios dado que no tienen los ingresos para fertilizar o apenas tienen la capacidad de contratar vuelos de fumigación. Esto significa que los productores que verdaderamente están haciendo el sacrificio de mantener la producción van a estar muy bien el próximo año. Asimismo, mencionó que él ya tiene todo esto analizado, dada la interrelación entre el análisis del tiempo, la parte agronómica y la productividad, además de la experiencia. Aun así, enfatizó que, lamentablemente, la situación del productor solo puede mejorar si este tiene dinero guardado y logra hacer algún tipo de inversión.

Por otro lado, también cree que hay muchos productores pequeños que están al borde de abandonar la actividad, pues los grandes productores los están absorbiendo y comprando sus fincas. Además, mencionó que el principal factor que influye en que los pequeños productores desaparezcan es la desorganización. Esta mala práctica de los productores conlleva a que muchas veces estos no acepten sugerencias ni recomendaciones de personas que están al frente de una exportadora, acelerándose así su disminución. Por ello, recomendó que todos los pequeños productores se formalizaran, a fin de que puedan vender su fruta con el precio oficial, puesto que la informalidad ocasiona distanciamiento, distorsión y corrupción (Santana, comunicación telefónica, 23 de julio del 2020).

El productor Macías, consideró que la siembra ilegal genera un problema, pues quienes se quejan porque reciben un precio de \$3 por la caja de banano, son personas que no tienen códigos, es decir, no están registrados como productores, por ende, no tienen cómo venderla ni cómo comercializarla. Así, los grandes exportadores e intermediarios se aprovechan y pagan un precio irrisorio (Macías, comunicación personal, 8 de julio de 2020).

Por su parte, el productor señor A destacó que, igualmente, hay grandes productores que siembran banano a pesar de que la Ley del Banano prohíbe la siembra de esta fruta. Esto lo hacen con la finalidad de aumentar el volumen de producción y no depender de los productores independientes para completar su demanda de fruta. Esta acción genera una sobreproducción que causa inestabilidad en los precios, dado que los exportadores comienzan a pagar a los productores independientes un precio menor al oficial (señor A, comunicación telefónica, 23 de julio de 2020).

North (1990) señala que las instituciones son una creación humana, evolucionan y son alteradas por humanos y afectan el desempeño de la economía debido a su efecto sobre los costos del cambio de la

producción. En otras palabras, los pequeños productores que no cuentan con un registro y producen la fruta de manera ilegal son quienes regularmente se ven afectados en el mercado spot, pues suelen trabajar, pero no logran establecer contratos para la venta de la producción a los exportadores, motivado a que estos prefieren a productores que tienen sustentada la fruta con certificaciones que avalen su calidad. Por esta razón se ven obligados a vender la fruta a un precio spot menor al oficial. Estos productores se ven desfavorecidos a causa de los medianos y grandes productores que producen una siembra adicional e ilegal que no es declarada ante el Ministerio de Agricultura y Ganadería y que origina una sobreoferta de la fruta influyendo en la permanencia de los pequeños productores en el mercado bananero pues su estabilidad en las relaciones comerciales es débil.

Es importante mencionar que la información cruzada entre los productores y exportadores puede llegar a reducir los costos de transacción y puede formar parte de la institucionalidad que están generando sobre todo los exportadores en el sector, con una especie de calificación de los productores que beneficia a estos actores, pues como se ha mencionado anteriormente el precio spot los últimos cuatro años ha sido mayor al precio oficial otorgándoles mayores ganancias y al tener mayor concentración en el mercado tienen más facilidad de consolidar el poder generando una concentración de la producción a conveniencia de las reglas formales e informales establecidas. Al contrario de lo que ocurre con los pequeños productores que no tienen la capacidad para imponerse antes las grandes empresas y por necesidad deben aceptar un precio spot menor al oficial.

Conclusiones

Las conclusiones que se obtienen según los objetivos establecidos en la presente investigación se presentan a continuación.

La producción de banano ecuatoriano resulta vulnerable a diversos factores tales como: condiciones climáticas, enfermedades y plagas lo que ocasiona la disminución del volumen de las exportaciones. Cabe destacar que otra de las causas responsables de las variaciones de las exportaciones son las crisis económicas, políticas y normativas, acuerdos comerciales, y la disputa entre productores y exportadores por la fijación del precio mínimo de sustentación, el cual ha tenido una tendencia creciente durante el periodo 2000 – 2019.

La estructura de la cadena de comercialización de banano ecuatoriano con destino a la exportación está compuesta por el productor, intermediario, exportador e importador, tanto para la producción convencional y orgánica. El rol del productor es entregar la fruta hasta el puerto marítimo siendo el exportador quien recibe el producto y mediante un acuerdo con el importador lo entrega sea al puerto marítimo nacional o al puerto del país destino, para que el importador se encargue de distribuir la fruta al consumidor final. Por otra parte, el intermediario es una persona que se involucra en la cadena de comercialización cuando la fruta es negociada en el mercado spot (sin contrato y a un precio spot).

La existencia de un precio mínimo de sustentación (PMS) en las decisiones de los actores de la cadena de comercialización de banano radica en que el precio actúa como un seguro y protege al productor ecuatoriano de las fluctuaciones del mercado, sirviendo como referente para establecer el valor de los costos de producción y un margen de ganancia. Respecto al contrato, al tener una duración de un año, brinda estabilidad al productor y exportador, debido a que el acuerdo le asegura al productor que su producción será comprada permitiéndole estimar la cantidad de producción necesaria para cubrir la demanda del exportador quien también tendrá la certeza que durante todo un año su demanda será cubierta.

En cuanto a las decisiones que toman los exportadores para aprovechar los precios spot son:

- El acuerdo el *vuelto por debajo de la mesa*, consiste en que el exportador cuando compra la fruta a un precio spot, el productor en la facturación de la compra refleja el precio oficial, pero después tiene que devolver al exportador la diferencia del valor entre ambos precios, es decir, el spot y oficial.
- La cláusula de las dos semanas es el tiempo legal en el que el exportador tiene la opción de no comprarle fruta al productor y este hace uso de ella para comprar la fruta a productores que comercializan con el precio spot, cuando este es menor al oficial.
- Para aprovechar el precio spot los exportadores pactan un acuerdo privado con el productor, quien decide dividir su producción para la venta en un 70 – 80% a precio oficial y el 30 – 20% a spot.

De manera general, y considerando lo que resalta Douglas North sobre las instituciones al referir que son las reglas del juego en una sociedad o, más formalmente, son las limitaciones ideadas por el hombre que dan forma a la interacción humana, se tiene que la cadena de comercialización de banano ecuatoriano a pesar de tener leyes y normativas que las rigen, también existen normas que han creado sus propios actores a conveniencia para facilitar la compra venta del banano y obtener mayores ganancias pero conservando siempre las normas legales. Estas acciones siempre están dirigidas a la obtención de ingresos que beneficien de manera particular a los exportadores, quienes logran concentrar la producción del mercado y establecen precios spot a conveniencia.

Por otra parte, el mismo autor, puntualiza que las instituciones afectan el desempeño de la economía porque generan un efecto sobre los costos del cambio de la producción, específicamente porque las instituciones determinan los costos de transformación y negociación, acción que se hace notable en las estrategias que emplean los exportadores para obtener un margen de ganancias aprovechándose mayormente de los pequeños productores que no poseen contratos por no tener registros legales de su producción. En consecuencia, terminan aceptando el precio spot propuesto, así sea menor al precio oficial, pues sus limitaciones para las negociaciones están marcadas por la informalidad de su producción.

Recomendaciones

En función a las conclusiones obtenidas se sugieren las siguientes recomendaciones:

Los productores de banano ecuatoriano deberían considerar dentro de su presupuesto anual gastos para enfrentar factores externos, pues se debe suponer que las plantaciones siempre están expuestas a enfermedades y plagas, y a condiciones climáticas que no se pueden controlar, solo contrarrestar. Además, los productores deberían destinar parte de sus ingresos a la inversión de infraestructura para sus fincas o haciendas, tecnología para incrementar el rendimiento de la producción por hectárea y a la investigación de nuevos métodos de siembra, mantenimiento y cosecha de sus cultivos.

Dentro de la cadena de comercialización, los actores principales (productor y exportador), a pesar de que cada uno cumple su rol, deberían crear una alianza entre ellos que les permita organizarse de tal manera que ambos se beneficien de forma integrada con el fin de que desaparezca la figura del intermediario el cual genera desequilibrio en el sector bananero y ellos sean los beneficiados del producto de su trabajo.

Se recomienda solicitar la creación de una entidad dirigida por el Ministerio de Agricultura y Ganadería que controle y regule las transacciones de la venta de banano de manera constante y permanente, y las sanciones por el incumplimiento de la Ley del Banano se modifiquen y represente un castigo mayor al actual. Además, las personas que asuman la entidad sean profesionales o personas que conozcan la realidad del mercado de banano ecuatoriano con el fin de que estas puedan actuar y dar las debidas soluciones a los problemas que el sector bananero presente. Estas personas también deben estar bajo supervisión para evitar así que se siga suscitando las mismas irregularidades.

En cuanto a las estrategias que utilizan el productor, intermediario y exportador, estas se generan porque siempre hay un productor que acepta realizar estos acuerdos, se sugiere la creación de una asociación de grandes, medianos y pequeños productores para que se organicen y lleguen a consensos unificando criterios para establecer decisiones que no perjudiquen sus negociaciones ni vaya en desmejora a los pequeños productores.

En el caso de los exportadores, estos deberían enfocarse a encontrar y fortalecer el comercio con nuevos mercados y expandirse a otros países donde la fruta no haya llegado. De igual manera, estos deben proyectarse hacia el crecimiento de su capacidad con el objetivo de avanzar en la cadena de comercialización de tal manera que sea distribuidores de su propia fruta hasta llegar al consumidor final.

Referencias Bibliográficas

- AEBE. (2019). *Exportaciones bananeras en el 2018*. Quito: Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador (AEBE).
- Aguilar Ramón, R. R. (2015). *La producción y exportación del banano y su incidencia en la economía ecuatoriana en el periodo 2008 - 2013 (Tesos de Pregrado)*. (Disertación de grado) Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- ARCOBANEC. (2019). *Evolucion de exportaciones ecuatorianas de banano: enero a junio del 2019*. Asociación de Comercialización y Exportación de Banano.
- Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador. (2019). *AEBE*. Obtenido de [aebe.com.ec](http://www.aebe.com.ec): <http://www.aebe.com.ec/aebe/directorio-de-socios/>
- Barkanov, B. (14 de June de 2016). Institutionalism. *Encyclopaedia Britannica*. Obtenido de <https://www.britannica.com/topic/institutionalism>
- Cárdenas, E., & Ojeda, J. (2002). La nueva economía institucional y la teoría de la implementación. *Economía Institucional*, 4(6), 153-169.
- Castillo, J. M. (2000). *Leyes regulatorias y su efecto en la economía, - Caso del Banano Ecuatoriano (Tesis de pregrado)*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Escuela Superior Politécnica del Litoral. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/>: <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/3577/1/6104.pdf>
- CEPAL, FAO, & IICA. (2017). *Perspectivas de la agricultura y del desarrollo rural en las Américas: una mirada hacia América Latina y el Caribe*. San Jose: Hugo Chavarría.
- Clúster Banano EM. (19 de Abril de 2017). Importación de banano ecuatoriano para Ucrania en aumento. *Clúster Banano*. Obtenido de <https://banano.ebizar.com/importacion-de-banano-ecuatoriano-ucrania-aumento/#:~:text=Ecuador%20es%20el%20principal%20proveedor,las%20importaciones%20de%20esta%20temporada>.
- CMA CGM. (18 de Septiembre de 2014). Banano de Ecuador sigue ganando terreno en China. *CMA CGM*. Obtenido de <https://www.cma-cgm.com/local/ecuador/news/2/banano-de-ecuador-sigue-ganando-terreno-en-china>
- Colex. (2012). *Iberley el valor de la confianza*. Obtenido de iberley.es: <https://www.iberley.es/temas/teoria-general-contrato-autonomia-voluntad-31151>

- Crespo, J. (17 de Junio de 2019). Menos producción de banano por temporada de frío. *Diario Correo*.
Obtenido de <https://www.diariocorreo.com.ec/29869/ciudad/menos-produccion-de-banano-por-temporada-de-frio>
- Díaz Casero , J. (2003). *La creación de empresas en extremadura. Un análisis institucional*.
Extremadura: Tesis Doctoral.
- DPEM, D. d. (2019). *Boletín Estadístico 2019*. Quito: Ministerio de Agricultura y Ganadería.
- Egas, Y. J., Shik, O., Inurritegui, M., & De Salvo, C. P. (2018). *Análisis de políticas agropecuarias en Ecuador* (Vol. 676 de Monografía del BID). Inter-American Development Bank.
- El Comercio. (30 de Junio de 2011). La suspensión de la Atpdea tuvo un leve impacto en las exportaciones. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/suspension-de-atpdea-tuvo-leve.html>
- El Comercio. (2012). Altos aranceles al banano frenan los mercados. *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/altos-aranceles-al-banano-frenan.html>
- El País. (27 de Abril de 2001). Ecuador busca apoyos en su 'guerra del banano' contra la Unión Europea. *Internacional*. Obtenido de https://elpais.com/diario/2001/04/28/internacional/988408826_850215.html
- El Productor. (11 de Abril de 2017). Producción nacional de banano. *El Productor*. Obtenido de <https://elproductor.com/produccion-nacional-de-banano/#:~:text=En%20el%20a%C3%B1o%202015%20la,en%20comparaci%C3%B3n%20al%20a%C3%B1o%20anterior.&text=El%20Ministerio%20de%20Agricultura%2C%20Ganader%C3%ADa,88%25%20es%20de%20banano%20convencional.>
- El Productor. (23 de Enero de 2018). El 90% de bananas en ucrania son ecuatorianas. *El Productor*.
Obtenido de <https://elproductor.com/el-90-de-bananas-en-ucrania-son-ecuatorianas/>
- El Universo. (20 de Mayo de 2002). Crisis bananera en Costa Rica favorece al Ecuador. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2002/05/20/0001/9/1937D9C01768438AA9EF7F6F8903BCEC.html>
- El Universo. (19 de Abril de 2003). Más competencia para banano ecuatoriano. *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2003/04/19/0001/9/CB99CED1AAEF4A84A7DF55390882669C.html>
- El Universo. (17 de Julio de 2007). Terremoto golpea Japón. *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2007/07/17/0001/14/71D913DC1FC143B49C0AAB28D65C81E1.html>

- El Universo. (18 de Junio de 2010). Baja producción de banano por ceniza y frío. *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2010/06/18/1/1356/baja-produccion-banano-ceniza-frio.html>
- El Universo. (2010). El sector bananero con un panorama difícil en el 2011. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2010/06/24/1/1356/sector-bananero-un-panorama-dificil-2011.html>
- El Universo. (10 de Octubre de 2012). Producción de bananos baja 25% y suben precios. *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2012/10/10/1/1356/produccion-bananos-baja-25-suben-precios.html>
- El Universo. (15 de Marzo de 2012). Turquía promete flexibilizar la importación del banano de Ecuador. *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2012/03/15/1/1356/turquia-promete-flexibilizar-importacion-banano-ecuador.html>
- El Universo. (13 de Noviembre de 2014). Ecuador romperá récord de producción de banano. *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2014/11/13/nota/4219771/ecuador-rompera-record-produccion-banano>
- El Universo. (26 de Marzo de 2017). Más de 8.000 hectáreas del agro de la Costa, afectadas por las lluvias. *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/03/26/nota/6107425/mas-8000-hectareas-agro-costa-afectadas-lluvias>
- El Universo. (23 de Septiembre de 2017). Productos entran con ventajas a Emiratos Árabes Unidos. *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/09/23/nota/6395266/productos-entran-ventajas-eau>
- El Universo. (15 de Abril de 2017). Tarifas portuarias encienden reclamos bananeros. *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/04/15/nota/6138109/tarifas-portuarias-encienden-reclamos-bananeros>
- El Universo. (2020). El banano va a Europa en igualdad arancelaria. *El Universo*. Obtenido de [eluniverso.com/noticias/2020/01/01/nota/7672668/baja-aranceles-acuerdo-comercial-union-europea-banano-vehiculos#:~:text=Desde%20este%202020%2C%20Ecuador%20compite,ido%20disminuyen%20con%20los%20años.](https://www.eluniverso.com/noticias/2020/01/01/nota/7672668/baja-aranceles-acuerdo-comercial-union-europea-banano-vehiculos#:~:text=Desde%20este%202020%2C%20Ecuador%20compite,ido%20disminuyen%20con%20los%20años.)
- FAO. (15 de Enero de 2013). Mercados alternativos para el banano de Ecuador. *Agronoticias: Actualidad agropecuaria de América Latina y el Caribe*. Obtenido de <http://www.fao.org/in-action/agronoticias/detail/es/c/511298/>

- FAO. (2017). *Situación del mercado del banano 2015-2016*. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Obtenido de <http://www.fao.org/3/a-i7410s.pdf>
- Fresh Plaza. (27 de Junio de 2012). Ecuador: Menor volumen de banano exportado a Japón. *Fresh Plaza*. Obtenido de <https://www.freshplaza.es/article/3064390/ecuador-menor-volumen-de-banano-exportado-a-japon/>
- Fresh Plaza. (24 de Octubre de 2013). El consumo de bananas aumenta en Ucrania. *Fresh Plaza*. Obtenido de <https://www.freshplaza.es/article/3077573/el-consumo-de-bananas-aumenta-en-ucrania/>
- Fresh Plaza. (02 de Septiembre de 2014). 03/09 Ecuador aumenta un 540% sus exportaciones de banana a China. *Fresh Plaza*. Obtenido de <https://www.freshplaza.es/article/84696/Ecuador-La-exportaci%C3%83%C2%B3n-de-bananas-a-China-se-dispara-un-540-procent-en-cinco-meses/>
- Fresh Plaza. (24 de Enero de 2014). Ecuador exporta 253 millones de cajas de banano en 2013. Obtenido de <https://www.freshplaza.es/article/3079747/ecuador-exporta-253-millones-de-cajas-de-banano-en-2013/>
- García, Á. S. (s.f.). *Ecuador y Turquía, algunos elementos de las negociaciones comerciales en marcha*. Obtenido de <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/turquia%20y%20ecuador%20negociaciones%20comerciales.pdf>
- González, V. Y. (Enero de 2010). *Observatorio de la Economía y la Sociedad del Japón*. Obtenido de Emuned: <https://www.eumed.net/rev/japon/07/ygv2.pdf>
- Guamán, T. X. (2016). *Estrategia de Asociatividad entre Pequeños Productores de Banano en la Zona Sur del Ecuador (Tesis de Postgrado)*. Machala: Universidad Técnica de Machala. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/9870/1/CD0010-Maestr%C3%ADaDaGuaman.pdf>
- Hermida, J. M. (2013). *Relación comercial Ecuador Japón en el período 2005-2011 (Tesis de Pregrado)*. Cuenca: Universidad del Azuay.
- Hodgson, G. M. (2001). El enfoque de la economía institucional. *Análisis Económico*, 16(33), 3-41. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41303301>
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2005). *La competitividad de las Cadenas Agroproductivas en Colombia*. Bogotá: IICA Biblioteca Venezuela.

- La Hora. (26 de Mayo de 2004). Se exportará banano a Rusia, Ucrania y San Petersburgo. *La Hora*.
Obtenido de <https://www.lahora.com.ec/noticia/1000249391/se-exportarc3a1-banano-a-rusia-ucrania-y-san-petersburgo>
- Lema, M., & Morán, J. (2015). *Análisis de procesos y determinación de controles en los costos de producción del grupo Gómez, ejercicio fiscal 2013*. Universidad Politécnica Salesiana-Ecuador.
Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9996/1/UPS-GT001138.pdf>
- Ley para estimular y controlar la producción y comercialización del banano, plátano (barraganete) y otras musaceas afines destinadas a la exportación. (16 de Abril de 2004). *Registro Oficial No. 351*. Ecuador.
- López, C. K. (02 de Octubre de 2019). El 60% del banano ecuatoriano va a mercados inestables.
Obtenido de <http://www.camae.org/comercio-exterior/el-60-del-banano-ecuatoriano-va-a-mercados-inestables/>
- López, S. O., & Villamar, D. (2002). *Análisis de Coyuntura Económica 2002*. Instituto latinoamericano de investigaciones sociales. Obtenido de <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/quito/05325/coyuntura2002.pdf>
- Lozano, J. B. (2011). *LA TEORÍA ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PRECIO: DOS ENFOQUES COMPLEMENTARIOS* (Vol. 9). Bogotá: Criterio Libre. Obtenido de <https://search-proquest-com.puce.idm.oclc.org/docview/1010350419?accountid=13357>
- Lucas, K. (25 de Abril de 2001). Banano: Ecuador apelará ante OMC régimen de Unión Europea. *Inter Press Service*. Obtenido de <http://www.ipsnoticias.net/2001/04/banano-ecuador-apelara-ante-omc-regimen-de-union-europea/>
- Maldonado, J. Á. (2018). *Estrategia empresarial. Formulación, planeación e implantación*. Obtenido de https://www.academia.edu/36936153/LA_ESTRATEGIA_EMPRESARIAL?auto=download
- Manene, L. M. (2014). *Estrategias empresariales: Tipología, características y uso*. SAN CRISTÓBAL-VENEZUELA. Obtenido de http://asset-4.soupcdn.com/asset/7474/1580_43c8.pdf
- Masera, G. A., Palma, R., & Calcagno, D. L. (2017). El institucionalismo económico. Identidad de un movimiento disidente (1899-1939). *Economía e Sociedad*, 26 (2), 511-534. doi:<https://doi.org/10.1590/1982-3533.2017v26n2art9>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (s.f.). *MAGAP impulsa "Programa de Desarrollo de la Productividad de Pequeños Productores Bananeros"*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/>: <https://www.agricultura.gob.ec/magap-impulsa-programa-de-desarrollo-de-la-productividad-de-pequenos-productores-bananeros/>

- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (s.f.). *Dirección de Posicionamiento Estratégico de Musáceas [DPEM]*. Presidencia de la República del Ecuador.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (2012). Acuerdo N.º 556 del 26 de julio de 2012. [Expídese el instructivo del banano determinado en el Decreto Ejecutivo N.º 818, publicado en el Registro Oficial N.º 499]. Quito, Ecuador.
- Ministerio de Ganadería y Pesca. (2014). *Banana: comercio en el Uruguay*. Observatorio Granjero. Obtenido de http://www.mercadomodelo.net/c/document_library/get_file?uuid=886f4950-7ea2-437c-85f5-771ed77228d7&groupId=10157
- Ministerio Relaciones Exteriores. (2017). *Informe sobre el sector bananero ecuatoriano*. Quito.
- Mochón, M. F., & Carreón, R. V. (2011). *Microeconomía con aplicaciones a América Latina*. México, D.F.: McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/pucebibliotecasp/detail.action?docID=3220337>
- MundoMarítimo. (23 de Abril de 2018). Puerto Bolívar: Yilport mantendrá tarifas portuarias a exportadores de banano. *MundoMarítimo*. Obtenido de <https://www.mundomaritimo.cl/noticias/puerto-bolivar-yilport-mantendria-tarifas-portuarias-a-exportadores-de-banano>
- North, D. C. (1990). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. (T. d. Bárcena, Ed.) México: Fondo de Cultura económica.
- Oficina Comercial del Ecuador en Dubái. (2017). *El mercado de banano en Emiratos Árabes Unidos*. Pro Ecuador. Obtenido de file:///C:/Users/PC/Downloads/PROEC_BIC2017_11_DUBAI.pdf
- Parkin, M., & Loría, E. (2015). *Microeconomía* (Vol. 11). Pearson Educación,. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/pucebibliotecasp/detail.action?docID=4760130>.
- Paspuel, W. (04 de Mayo de 2016). Las exportaciones de banano ecuatoriano con crecimiento lento. *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/exportaciones-banano-ecuatoriano-crecimiento-economia.html>
- Portal Frutícola. (14 de Noviembre de 2013). Continúan las dificultades para los productores de banano en Ecuador. *Portal Frutícola*. Obtenido de <https://www.portalfruticola.com/noticias/2013/11/14/continuan-las-dificultades-para-los-productores-de-banano-en-ecuador/>
- Portal Frutícola. (24 de Junio de 2019). China importa volumen récord de bananos. *Portal fruticola*. Obtenido de <https://www.portalfruticola.com/noticias/2019/06/24/china-importa-volumen-record-de-bananos/>

- Posligua, Z. A. (Noviembre de 2015). *Importancia de las relaciones comerciales del Ecuador con países de medio oriente; caso Irán, Turquía e India período 2007- 2012. (Tesis de Grado)*. Guayaquil, Ecuador: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9317/1/TESIS%20FINAL%20ANGEL%20POSIGUA%20pdf.pdf>
- Presidencia de la República del Ecuador. (2003). Decreto 3609 del 20 de marzo de 2003. [Norma del Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria (SESA) (Libro III, Título VIII del Texto Unificado de la Legislación Secundaria del Ministerio de Agricultura y Ganadería)]. Quito, Ecuador.
- Presidencia de la República del Ecuador. (2009). Decreto No. 114 del 2009. [Modifica el Reglamento a la Ley para estimular y controlar la producción y comercialización del banano, plátano (barraganete) y otras musaseas afines destinadas a la exportación]. Quito, Ecuador.
- PROCOMER. (17 de Enero de 2018). Plantación de banano en Ecuador logró cifras récord debido a agricultura de precisión. *PROCOMER*. Obtenido de https://www.procomer.com/alertas_comerciales/plantacion-de-banano-en-ecuador-logro-cifras-record-debido-a-agricultura-de-precision/
- Publicador. (03 de 01 de 2019). *Observatorio del Cambio Rural* . Obtenido de [ocaru.org.ec: http://ocaru.org.ec/index.php/comunicamos/noticias/item/640-el-banano-ecuatoriano-dej%C3%B3-de-ser-competitivo-en-el-atl%C3%A1ntico](http://ocaru.org.ec/index.php/comunicamos/noticias/item/640-el-banano-ecuatoriano-dej%C3%B3-de-ser-competitivo-en-el-atl%C3%A1ntico)
- Puerto Bolívar. (16 de Diciembre de 2017). *Yilport responde a la prensa internacional sobre problemas en Puerto Bolívar*. Obtenido de http://www.puertobolivar.gob.ec/images/2017/Transparencia/12-Dic/GESTION/literal%20m/Boletines%20de%20Prensa%20mes%20de%20Dic.%20%202017%20PDF_271.PDF
- Revista Líderes. (12 de Julio de 2015). En el Mediterráneo está su nicho. *Revista Líderes*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/empresas-exportacion-mediterraneo-banano.html>
- Revista Líderes. (s.f.). Empresas turcas buscan negocios en el Ecuador. *Revista Líderes*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/empresas-turcas-buscan-negocios-ecuador.html>
- Rodríguez, A., & Pérez, A. O. (Enero-Junio de 2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento . *Revista EAN*(82), 179-200. doi:<https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Romero, B. (19 de Septiembre de 2017). Sector bananero: competitivo en calidad, pero no en precio. *Revista Gestión* . Obtenido de <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/sector-bananero-competitivo-en-calidad-pero-no-en-precio>

- Rutherford, M. (2003). La economía institucional: antes y ahora. *Análisis Económico*, 18(38), 13-39.
- Salazar, R. V., & Del Cioppo, J. M. (2015). *Ecuador: Exportación de banano (Musa sp.). Estudio sectorial del banano ecuatoriano de exportación*. (U. A. Ecuador, Ed.) Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Del_Cioppo_Morstadt_Javier/publication/309395087_ECUADOR_EXPORTACION_DE_BANANO_Musa_sp_ESTUDIO_SECTORIAL_DEL_BANANO_ECUATORIANO_DE_EXPORTACION/links/580e06c108aebfb68a50436a/ECUADOR-EXPORTACION-DE-BANANO-Musa-sp-ESTUDI
- Schettini, P., & Cotazzo, I. (2015). *Análisis de datos cualitativos en la investigación social*. La Plata: Cátedra. Obtenido de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/49017/Documento_completo.pdf?sequence=1
- Stanley, U. E. (2012). *The European Union Energy Foreign Policy: A Comparative Case Study Analyses and Assessment of Two Member states Behavior*. Tilburg: BACHELOR THESIS.
- Suárez, J. A. (2018). *Análisis de competitividad sobre las dinámicas de exportaciones de banano entre Ecuador y Filipinas, de cara al mercado asiático. (Tesis de Pregrado)*. Honduras: Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano. Obtenido de <https://bdigital.zamorano.edu/bitstream/11036/6297/1/AGN-2018-T038.pdf>
- Tapia, E. (19 de Octubre de 2014). La producción de banano creció en tres trimestres. *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/produccion-banano-crecio-ecuador-cifras.html#:~:text=De%20acuerdo%20con%20cifras%20del,sobre%20todo%20en%20Los%20R%C3%ADos>.
- Taylor, S., & Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. (J. Piatigorsky, Trad.) Barcelona: Paidós Ibérica.
- Vargas Hernández, J. (Enero de 2008). Perspectivas del institucionalismo y neoinstitucionalismo. *Perspectivas*, 1, 47-58.
- Veblen, T. (1899). *The Theory of the Leisure Class*. Obtenido de <http://moglen.law.columbia.edu/LCS/theoryleisureclass.pdf>
- Vera, S. A. (2019). *Los acuerdos comerciales y su incidencia en las exportaciones de banano ecuatoriano. Periodo 2012-2017 (Tesis de PreGrado)*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/46448>
- Villarreal, S. J. (2014). *Análisis cultural y político de Ecuador y China y su influencia en el comercio bilateral en el periodo 2000-2006 (Tesis de Pregrado)*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Anexos

Anexo 1: Estimado de los costos de producción.

Mantenimiento a la plantación	Enfunde - Colocar protector Control de Maleza Cortar cuje y cargar cable vía Resiembra Destalle Ensunche Deshoje normal Desvio de hijo Mantenimiento de resiembra Selector Bajada/subida de cartón Recibidor de fruta Lava protectores Meter tallo en plantacion Poda pedegrinas Horas extras Ayudante de operador de maquinaria Picar tallo Limpieza de Empacadora Hacer puente Mantenimiento Garruchas Roza & Espaldeo Trampeo Plagas Aseo Limpieza de Oficina Mantenimiento linea de Funicular Motosierra Control de plagas y sigatoka Distribucion cuje en plantacion Mantenimiento de vias internas Desembanque de canales Fertilizante
Costo de Riego	Bombero Mantenimiento de Riego Regador
Costo de Fertilización	Subir fertilizante Bajar fertilizante Fertilizacion/Mezcla
Cosecha Fijos	Ayudante de Cosecha Pre- Calibrador Arrumador, cortero, garruchero y podon Limpieza de Corona has Empaque fijos Empaque cajas especiales

Elaboración propia.

Anexo 2: Estimado de los gastos de exportación.

FRUTA	Precios de cajas
MATERIALES DE PROCESO DE FRUTA	Cartón Etiqueta Fundas Pallet Ligas Esquineros Mini esquineros Grapas Rollo de Suncho Mertec Fungaflor Alumbre Termografo Filtro Evaluacion de fruta
IMP - COSTO ADM - OTROS	Impuesto a la Exportacion Costos Administrativos Fitosanitarios Certificado de Origen
MOVILIZACIONES	Movilizacion Vacios Courier Documentacion Exterior Serv. Consolidacion Conexiones Patio Serv. Estiba
SERVICIOS PORTUARIOS	Porteo Contecon Conexiones y Energia Inspección Pre Embarque Inspeccion Fisica Inspección Antinarcotico Cuadrilla, jefe de patios, movilizacion y honorarios de inspeccion
GASTOS NAVIERAS	The Validacion y control dcto * Serv. Manipuleo de ctdr Superv. Control y sello Superv. Control y sello Servicio de recaudacion Uso de plazo autorizado * Inspeccion canina Corrector exterior Reemimpresion

Elaboración propia.