



Universidad del Azuay

Facultad de Ciencias Jurídicas

Escuela de Estudios Internacionales

“Análisis del comercio de banano entre Estados Unidos y Ecuador durante el período 2004-2008 y propuesta para su mejoramiento”

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de

Licenciado en Estudios Internacionales, mención Comercio Exterior

AUTOR

María José Yáñez Cardoso

DIRECTOR

Econ. Luis Tonon

Cuenca, Ecuador

2010

DEDICATORIA

“Dedico este proyecto y toda mi carrera universitaria a Dios porque si no fuera por el no hubiese podido cumplir mis metas. A mis padres quienes han sido los pilares fundamentales para mis estudios, no solamente con el apoyo económico incondicional, sino también por siempre haber creído en mí y en mis esfuerzos. También lo dedico a la persona que siempre ha estado a mi lado dándome fuerza y motivándome a luchar por mis ideales, con la que siempre he podido y puedo contar incondicionalmente, Kike”.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos los profesores y personas que me han apoyado una y otra vez para la realización del presente trabajo entre los cuales se encuentran el Econ. Luis Tonon Ordoñez, Ing. Jhoana Armijos, y todos aquellos a quienes no menciono por lo extensa que sería la lista.

RESUMEN

El presente trabajo titulado “Análisis del Comercio de Banano entre Estados Unidos y Ecuador durante el período 2004-2008, y propuesta para su mejoramiento”, como su nombre lo indica se enfoca en la exportaciones de banano ecuatoriano hacia los Estados Unidos. Tomando en cuenta todas las implicaciones del sector bananero, debido a su importancia dentro de la economía del Ecuador. Además se presenta una propuesta para el mejoramiento de las exportaciones de banano hacia los Estados Unidos, lo que será de gran beneficio para todo el sector.

INDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE.....	iv
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO 1

CONTEXTO GENERAL SOBRE LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DEL BANANO ENTRE ECUADOR Y ESTADOS UNIDOS

1.1 Comercio Internacional	3
1.1.1 Generalidades	3
1.1.2 Importancia.....	3
1.1.3 Ventajas y barreras del comercio internacional.....	4
1.1.4 Organismos internacionales.....	5
1.1.4.1 La Organización Mundial de Comercio	5
1.1.4.2 El Fondo Monetario Internacional.....	5
1.1.4.3 Cámara de Comercio Internacional	6
1.2 Utilización de los Incoterms	6
1.2.1 Definición	6
1.2.2 Importancia.....	7
1.3 Convenios vigentes entre Estados Unidos y Ecuador respecto al comercio del banano..	8
1.3.1 Ley de Preferencias Arancelarias Andinas.....	8
1.3.1.1 Requerimientos.....	9
1.4 Proceso Productivo del banano	10
1.4.1 Características botánicas del banano	11
1.4.1.1 Rizoma.....	11
1.4.1.2 Sistema radicular	11
1.4.1.3 Sistema foliar.....	12
1.4.1.4 El fruto.....	13
1.4.1.4.1 Variedades	14
1.4.1.4.1.1 Musa Paradisiaca	14
1.4.1.4.1.1.1 Lacatan	15
1.4.1.4.1.1.2 Poyo.....	15
1.4.1.4.1.1.3 El Giant Cavendish.....	15
1.4.1.4.1.1.4 Cavendish Enano.....	15
1.4.1.4.1.2 Musa Cavendish	16
1.4.1.4.1.2.1 Cavendish Valery	16
1.4.1.4.1.2.2 Gross Michel	16
1.4.2 Cultivo de banano.....	17
1.4.2.1 Generalidades	17
1.4.2.2 Requerimientos del cultivo.....	18
1.4.2.2.1 Suelo	18
1.4.2.2.2 Clima	18

1.4.2.2.3	Irrigación	18
1.4.2.2.4	Fertilización	18
1.4.2.2.5	Control de plagas y enfermedades.....	19
1.4.2.2.6	Enfunde.....	19
1.5	Sistema fitosanitario	19
1.5.1	Generalidades	19
1.5.2	Principales plagas y enfermedades de las musáceas	20
1.5.2.1	Sigatoka Negra	20
1.5.2.2	Mal de Panamá	21
1.5.2.3	Mosca Blanca	21
1.5.2.4	Nematodos.....	22
1.5.3	Buenas prácticas agrícolas.....	22
1.5.4	Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro	23
1.5.4.1	Programa de Inspección Fitosanitaria del Banano y Musáceas de Exportación del Ecuador	23
1.6	Análisis de la comercialización del banano.....	24
1.6.1	Esquema de la cadena de comercialización del banano hacia el mercado externo ..	25
1.6.2	Reglamentos para la comercialización del banano.....	26
1.6.3	La comercialización del banano en la actualidad	28
1.7	Asociación de Exportadores de Banano	29
1.7.1	Generalidades	29
1.7.2	Socios	29
1.7.3	Responsabilidad social	31
1.7.4	Marco normativo	32
1.7.4.1	Nacional.....	32
1.7.4.1.1	Ley para estimular y controlar la producción y comercialización del banano, plátano (barraganete) y otras musáceas afines, destinadas a la exportación.....	32
1.7.4.1.2	Reglamento para el control de productores de banano, plátano (barraganete) y otras musáceas	33
1.7.4.2	Internacional.....	34
1.7.4.2.1	Normas Euregap.....	34
1.7.4.2.2	Aranceles en los mercados mundiales.....	34
1.7.4.2.3	Contenidos máximos de residuos	36
1.8	Problemas del sector bananero	36
1.8.1	Precio mínimo de sustentación	36
1.8.2	Imagen del sector banano ecuatoriano.....	37
1.8.3	Situación de los productores.....	38
1.9	Análisis del manejo de la marca Ecuador.....	39
1.9.1	Concepto.....	39
1.9.2	Antecedentes.....	40
1.9.3	Logotipo	41
1.9.4	Situación actual	43
1.10	Conclusiones.....	44

CAPÍTULO 2

ANÁLISIS GENERAL DEL ENTORNO

2.1 Análisis del entorno económico durante el período 2004-2008	45
2.1.1 Ecuador	45
2.1.1.1 Generalidades	45
2.1.1.2 Balanza comercial	45
2.1.2 Estados Unidos	46
2.1.3 Relaciones comerciales Ecuador - Estados Unidos durante el período 2004-2008 ..	47
2.1.3.1 Balanza comercial Ecuador - Estados Unidos	47
2.1.3.2 Relaciones políticas Ecuador-Estados Unidos durante el período 2004-2008 ...	49
2.2 Análisis de las exportaciones de banano ecuatoriano hacia los Estados Unidos.....	50
2.2.1 El sector bananero ecuatoriano	50
2.2.1.1 Estadísticas de las exportaciones de banano ecuatoriano al mercado mundial durante el periodo 2004-2008	51
2.2.1.2 Estadística de las exportaciones de banano ecuatoriano hacia los Estados Unidos	53
2.3 Principales exportadores de banano en el Ecuador	54
2.3.1 Bananera Noboa	56
2.3.2 Ubesa (Dole).....	57
2.3.3 Rey Banano del Pacífico (Reybanpac)	59
2.4 Precios del banano ecuatoriano en los diferentes mercados	59
2.5 Principales países exportadores de banano hacia Estados Unidos	63
2.5.1 Costa Rica.....	64
2.5.1.1 Datos generales.....	64
2.5.1.2 Historia de la industria bananera	64
2.5.1.3 Productividad.....	65
2.5.1.4 Producción y volumen de exportación	66
2.5.2 Guatemala.....	67
2.5.2.1 Datos generales.....	67
2.5.2.2 Comercio exterior con los Estados Unidos	67
2.5.2.3 Industria bananera.....	69
2.6 Acceso al mercado de Estados Unidos	71
2.6.1 Normativa	71
2.6.1.1 Servicio de Comercialización Agrícola.....	71
2.6.1.2 Agencia para la Protección del Ambiente	72
2.6.1.3 Agencia del Departamento de Salud	72
2.6.2 Embalaje	72
2.7 Conclusiones.....	73

CAPÍTULO 3

PROPUESTA

3.1 Sugerencias para el mejoramiento de la imagen del banano ecuatoriano	74
3.1.1 Sector bananero	74
3.1.2 Objetivo	75
3.1.3 Recursos económicos	75
3.1.4 Determinación de una idea central	76
3.2 Recomendaciones para mejorar la imagen del sector bananero ecuatoriano a nivel mundial	77
3.2.1 Trabajo infantil	77
3.2.2 Sindicatos	78
3.3 Ideas de nuevos productos derivados de banano exportables.....	79
3.3.1 Harina de banano	79
3.3.2 Dulce de banano	80
3.3.3 Galletas de Banano	80
3.3.4 Compota de banano	80
3.3.5 Pulpa de banano.....	81
3.3.6 Escamas de banano.....	81
3.3.7 Esencia de banano	81
3.3.8 Torta de banano	82
3.3.9 Bocaditos de banano.....	82
3.3.10 Pan de banano.....	82
3.4 Recomendaciones para estimular la producción nacional.....	83
3.4.1 Tecnificación	83
3.4.2 Recursos económicos	83
3.4.3 Fumigaciones.....	84
3.4.4 Capacitación	84
3.4.5 Nuevos mercados.....	84
3.5 Recomendaciones para lograr un precio justo y respetado del banano para los productores.....	85
3.5.1 Productividad.....	85
3.5.2 Control del sector bananero.....	85
3.5.3 Regularización de productores	86
3.5.4 Sistema de Pagos Interbancarios	86
3.6 Conclusiones.....	87

CAPÍTULO 4

Conclusiones.....	88
-------------------	----

ANEXO 1	91
---------------	----

BIBLIOGRAFÍA	95
--------------------	----

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo titulado “Análisis del Comercio de Banano entre Estados Unidos y Ecuador durante el período 2004-2008, y propuesta para su mejoramiento”, como su nombre lo indica se enfoca en la exportaciones de banano ecuatoriano hacia los Estados Unidos.

El banano ocupa el segundo lugar dentro de las principales exportaciones del Ecuador, después del petróleo. Es por esto que creo de vital importancia realizar un análisis del sector bananero con todas sus implicaciones, tomando en cuenta los grandes beneficios económicos que esta actividad brinda al país.

En el primer capítulo me enfoco en las generalidades del comercio exterior, el uso de las diferentes herramientas necesarias para el desarrollo del comercio entre diferentes países. En este caso el uso de los Incoterms, los aranceles para la fruta y los convenios que existen entre el Ecuador y Estados Unidos, referente a la comercialización del banano. También hago referencia al proceso productivo del banano, incluyendo el sistema fitosanitario. Y para comprender el entorno del sector bananero, se realiza una descripción del papel que desempeña la Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador (A.E.B.E). Para finalizar el capítulo se expone los principales problemas que afronta el sector y se analiza el manejo de la marca Ecuador referente a la fruta.

En el segundo capítulo se realiza un análisis general del entorno, es decir de la balanza comercial del Ecuador en el período 2004-2008, y las relaciones comerciales en el mismo período entre Estados Unidos y el Ecuador, enfocándonos en las exportaciones de banano. También se realiza un breve análisis de los principales países exportadores de banano, quienes serían los principales competidores del Ecuador.

Dentro del sector bananero uno de los principales actores son los exportadores, es por ello que damos a conocer cuales son las principales compañías exportadoras en el país, las mismas que de una u otra forma manejan el sector.

Otro punto que será analizado es el precio del banano ecuatoriano en los diferentes mercados y las variaciones que ha tenido en el período estudiado.

Finalmente el tercer capítulo es básicamente una propuesta de mejoramiento para la actividad bananera. Enfocándome primero en como mejorar la imagen del producto. Además de ideas de productos derivados del banano que podrían ser comercializados dentro y fuera del país. También se realiza una propuesta para el mejoramiento y estímulo a la producción nacional. Así como recomendaciones para lograr un precio justo del banano ecuatoriano.

CAPÍTULO 1

CONTEXTO GENERAL SOBRE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL BANANO ENTRE ECUADOR Y ESTADOS UNIDOS

1.1 Comercio Internacional.

1.1.1 Generalidades.

El comercio internacional se refiere al intercambio de bienes o servicios entre dos países. Este intercambio se basa en diferentes normas y leyes establecidas por cada país, así también en los convenios o acuerdos realizados entre los países que intervienen en el comercio internacional.¹

Dentro del comercio internacional se encuentran las importaciones, las mismas que son la compra legal de productos a otros países. Los productos pueden ser bienes, servicios y tecnología. (Luna, 405:2004).

Mientras que la exportación son las actividades por las que una empresa vende sus productos en otro país, ya sea directamente a los importadores extranjeros o a través de intermediarios de importación y exportación. (Stanton, 71:2004)

1.1.2 Importancia.

Hoy en día el buen desempeño de las relaciones internacionales en el ámbito político, comercial y cultural a nivel mundial es primordial para el desarrollo integral de las naciones.

En este mundo globalizado tenemos que tener presente que no estamos solos, por lo tanto necesitamos unos de otros para la supervivencia. Aunque no todos los países tienen la

¹ <http://www.eumed.net/cursecon/dic/C.htm>. Fecha de acceso: 6 de Marzo del 2009.

misma capacidad económica, todas las naciones ricas y pobres necesitan unos de otros para proveerse de los recursos que no poseen.

El comercio internacional permite que las naciones progresen y que desarrollen los recursos que poseen, para así poder intercambiar con el resto de países. Esto ha permitido que las naciones produzcan bienes de acuerdo a las necesidades y gustos del consumidor.

1.1.3 Ventajas y barreras del comercio internacional.

El comercio internacional brinda ventajas a las naciones, entre las principales ventajas tenemos las siguientes:

1. Permite que los países se especialicen en lo que mejor saben hacer, utilizando mejor sus recursos.
2. Permite controlar la sobreoferta de un producto dentro del país.
3. Equilibrio en los precios de los diferentes productos.
4. Ayuda a mejorar la balanza de pagos, en el caso de las exportaciones.

Si bien dentro del comercio internacional existen grandes ventajas para las naciones como las nombradas anteriormente, las barreras comerciales también bloquean en cierta manera al comercio. Entre las principales barreras se encuentran:

1. Aranceles establecidos por cada nación.
2. Cuotas fijadas para la importación de ciertos productos.
3. Normas de calidad.
4. Impuestos establecidos para algunos productos.
5. Tecnología.
6. Mano de obra calificada.
7. Salarios muy bajos.

1.1.4 Organismos internacionales.

1.1.4.1 La Organización Mundial de Comercio.

La organización Mundial de Comercio (OMC) es la única organización internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países. Los pilares sobre los que descansa son los acuerdos de la OMC, que han sido negociados y firmados por la gran mayoría de los países que participan en el comercio mundial y ratificados por sus respectivos parlamentos. El objetivo es ayudar a los productores de bienes y servicios, los exportadores y los importadores a llevar adelante sus actividades.²

1.1.4.2 El Fondo Monetario Internacional.

El Fondo Monetario Internacional (FMI) es el organismo encargado de velar por la estabilidad del sistema monetario y financiero internacional. Las actividades del FMI buscan fomentar la estabilidad económica y prevenir las crisis, ayudar a resolver las crisis cuando éstas se producen, y fomentar el crecimiento y aliviar la pobreza. Para lograr estos objetivos, el FMI emplea tres mecanismos principales: la supervisión, la asistencia técnica y la asistencia financiera.³ De acuerdo al Convenio Constitutivo del FMI, sus responsabilidades son las siguientes:

- Fomentar la cooperación monetaria internacional.
- Facilitar la expansión y el crecimiento equilibrado del comercio internacional.
- Fomentar la estabilidad cambiaria.
- Coadyuvar a establecer un sistema multilateral de pagos.
- Poner a disposición de los países miembros con dificultades de balanza de pagos los recursos de la institución

² http://www.wto.org/spanish/thewto_s/thewto_s.htm. Fecha de acceso: 2 de Marzo del 2009.

³ <http://www.imf.org/external/np/exr/facts/spa/glances.htm>. Fecha de acceso: 2 de Marzo, 2009.

1.1.4.3 Cámara de Comercio Internacional.

La Cámara de Comercio Internacional (CCI) se fundó en París en 1919 con la finalidad de servir al comercio mundial a través de la promoción del comercio y la inversión, la apertura de mercados para bienes y servicios, y el libre flujo de los capitales. Esta organización representa mundialmente los intereses empresariales.⁴

Los miembros de la CCI son empresas que efectúan transacciones internacionales y también organizaciones empresariales, entre ellas muchas Cámaras de Comercio. En la actualidad las miles de empresas que agrupan proceden de más de 130 países y se organizan como Comités Nacionales en más de 90 de ellos.⁵

Dentro de sus actividades se encuentra la recopilación y actualización de herramientas comerciales internacionales como son los Incoterms, reglas y usos relativos a los créditos documentarios, y también la elaboración de reglas y códigos de conducta sobre aspectos de la actividad empresarial internacional.

Debido a la gran expansión del comercio se deben tener herramientas necesarias para facilitar el mismo entre los diferentes países, tomando en cuenta que existen diferentes culturas, idiomas, costumbres, etc. Es por esto que dentro del comercio internacional una de las principales herramientas que facilitan el mismo son los llamados Incoterms.

1.2 Utilización de los Incoterms.

1.2.1 Definición.

Los Incoterms llamados así por sus siglas en inglés (*International Commercial Terms*), o Términos Internacionales de Comercio, son una serie de reglas y de definiciones dentro del comercio exterior que “nos indican cuando empieza el riesgo y cuando termina el mismo, al momento de hacer una compraventa internacional. (Estrada, 2006:27). Es decir,

⁴ http://www.cinu.org.mx/negocios/colaboracion_em.htm. Fecha de acceso: 2 de Marzo, 2009.

⁵ http://www.iccspain.org/index.php?option=com_content&view=article&id=47&Itemid=54. Fecha de acceso: 2 de Junio, 2009.

estos términos regulan las obligaciones de compradores y vendedores en el comercio internacional.

Los Incoterms fueron establecidos en 1920 por la Cámara Internacional de Comercio (CCI), con el afán de facilitar las relaciones comerciales internacionales. Los cambios respecto al intercambio electrónico de datos y a los avances tecnológicos, especialmente en el transporte, han llevado a que se realicen enmiendas a los Incoterms, siendo su última revisión en el año 2000.

1.2.2 Importancia.

El avance tecnológico de las últimas décadas, ha contribuido con el avance del comercio internacional. El acceso a mercados internacionales se ha visto beneficiado con este avance. Hoy en día en el mercado se puede encontrar mercancías de diversos países y en grandes cantidades.

La economía global ha permitido a los negocios un acceso más amplio a los mercados de todo el mundo, y de esta manera el volumen y la complejidad en el comercio para la interpretación de los términos comerciales más utilizados internacionalmente ha dado lugar a malos entendidos y litigios entre compradores y vendedores.

Debido a esto “el adecuado uso y aplicación de los Incoterms, en las transacciones internacionales propenden en gran medida por: facilitar la gestión de toda operación en comercio internacional, delimitar claramente las obligaciones de las partes y disminuir el riesgo por complicaciones legales”.⁶

Los Incoterms se clasifican en grupo C, D, E y grupo F. En el ANEXO 1 podemos ver su respectiva clasificación.

Otra herramienta muy importante dentro del comercio internacional son los convenios y

⁶ <http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm>. Fecha de acceso: 3 de Agosto, 2009.

acuerdos entre los diferentes socios comerciales. Es así el caso entre el Ecuador y Estados Unidos, ya que a través de los años han mantenido estrechas relaciones comerciales.

A continuación trataremos los principales convenios vigentes entre los dos países basándonos en uno de los principales productos que el Ecuador exporta a Estados Unidos, el banano.

1.3 Convenios vigentes entre Estados Unidos y Ecuador respecto al comercio del banano.

Estados Unidos es el socio comercial más importante para el Ecuador tanto en importaciones como exportaciones, es por eso que el Ecuador siempre ha tratado de mantener buenas relaciones con el país del norte. Si bien en los últimos años las relaciones entre los dos países se han vuelto un poco tensas debido a las fallidas conversaciones acerca del TLC y asuntos políticos, el comercio entre estos países se ha mantenido en crecimiento.

En la actualidad el principal convenio con el que cuentan Ecuador y Estados Unidos es la Ley de Preferencias Arancelarias Andina o más conocido como ATPDEA, llamado así por sus siglas en inglés de “*Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act*”. A continuación tenemos una breve explicación de lo que implica para el Ecuador este convenio.

1.3.1 Ley de Preferencias Arancelarias Andinas.

El ATPDEA tiene como objetivo principal el promover el desarrollo de los países a través de un mayor acceso al mercado estadounidense, además de estimular la inversión en sectores no tradicionales con el fin de diversificar la oferta exportable de los productos andinos⁷, y derrotar el flagelo del tráfico de drogas mediante la provisión de alternativas

⁷http://www.mic.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=160%3Aatpdea&catid=7%3aaacuerdos-comerciales&Itemid=8. Fecha de acceso: 24 de Agosto, 2009.

económicas sostenibles a la producción de cosechas de drogas en Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú.

Este convenio consiste en la liberación de aranceles a las importaciones unilateralmente por parte de Estados Unidos a ciertos productos provenientes de los 4 países andinos. Este programa entro en vigencia en el año 1992, concluyendo en el 2006. Sin embargo desde el 2006 se han ido dando ampliaciones para su continuación hasta la fecha.

Dentro del acuerdo los entre los productos exentos al pago de aranceles se encuentran las flores, productos agrícolas, artículos de cobre, joyería, plásticos, zinc, madera, cuero, calzado, relojes, entre otros. Cabe recalcar que existen ciertas excepciones dependiendo del producto a exportar.

Si bien el banano se encuentra bajo esta medida, el ingreso del mismo a Estados Unidos con un arancel de 0, se da debido al tratamiento de la Nación Más Favorecida. Este término es una disposición adoptada en un tratado internacional, el mismo que implica que los países no pueden normalmente establecer discriminaciones entre sus diversos interlocutores comerciales. Si se concede a un país una ventaja especial se tiene que hacer lo mismo con todos los demás Miembros de la Organización Mundial de Comercio.⁸

1.3.1.1 Requerimientos.

Para que un país sea beneficiario debe cumplir con ciertos requerimientos establecidos por los Estados Unidos, entre ellos están el cumplir con las obligaciones ante la Organización Mundial de Comercio, proteger los derechos de propiedad intelectual, proteger los derechos laborales internacionalmente reconocidos, erradicar el trabajo infantil, cumplir con los criterios de certificación antidrogas, convertirse en parte de la Convención Interamericana de Lucha contra la Corrupción y principalmente apoyar a los Estados Unidos en la lucha contra el terrorismo y las drogas.⁹

⁸http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/fact2_s.htm. Fecha de acceso: 3 de Febrero, 2010.

⁹http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/platano2.htm. Fecha de acceso: 17 de Junio, 2009.

1.4 Proceso productivo del banano.

El Banano es una planta herbácea que pertenece al género *Musa*, familias de las musáceas; posee algunas especies como *Musa sapientum*, *Musa paradisiaca*, *Musa textilis*, *Musa ornamental*, de las cuales las dos primeras son las más cultivadas en nuestro medio sin desconocer que la *Musa textilis* también es un producto de exportación.

El Banano comestible, se originó a través de una serie de mutaciones y cambios genéticos, a partir de especies silvestres no comestibles, de fruto pequeño con numerosas semillas. (Núñez 1)

El Banano no es un árbol en una planta que alcanza grandes alturas, llegando así hasta los 15 metros. El fruto no crece desde una semilla, sino desde un rizoma. El tiempo que transcurre desde la siembra hasta la cosecha es de alrededor de 9 a 12 meses, mientras que la flor aparece en el sexto o séptimo mes. Cabe recalcar que el banano puede ser sembrado en cualquier época del año.

IMAGEN 1



Fuente: Almendra Banano¹⁰

¹⁰<http://www.almendra-bananas.com.mx/plantaciones.html>. Fecha de acceso: 3 de Febrero, 2010.

1.4.1 Características botánicas del banano.

1.4.1.1 Rizoma.

Como lo mencionamos anteriormente el banano es una planta herbácea, que forma una mata conocida como cepa, de la misma que surgen los frutos. La cepa produce una yema vegetativa que sale de la planta madre y sufre un cambio anatómico y morfológico de los tejidos y al crecer va formando el rizoma.

IMAGEN 2



Fuente: Sociedad en Red.¹¹

1.4.1.2 Sistema radicular.

Cuando emergen las raíces son de colores blancos y superficiales, pero al pasar el tiempo van tomando un color amarillo. Su poder de penetración es débil. Su diámetro

¹¹<http://sociedadened.com.ar/banana>. Fecha de acceso: 3 de Febrero, 2010.

oscila entre 5 y 8 mm., mientras que la longitud varía y puede llegar de 2,5 a 3 metros lateralmente y hasta 1,5 metros de profundidad. (Núñez 3)

IMAGEN 3



Fuente: Sociedad en Red.

1.4.1.3 Sistema foliar.

Las hojas del banano son de gran tamaño, alcanzando de 2 a 4 metros de largo y hasta 0,50 metros de ancho. Estas se originan en la parte superior del bulbo, emergiendo en forma enrollada y tomando una coloración verde. Existen varios tipos de hoja de banano, entre ellas se encuentran: capote, normales, lanceoladas, espadas y escamosas.¹²

¹²<http://www.inta.gov.ar/yuto/info/jornadas%20t%c3%a9cnicas/furtales%20tropicales/el%20cultivo%20de%20banano%20en%20las%20provincias%20de%20salta%20y%20.pdf>. Fecha de acceso: 18 de Junio, 2009.

IMAGEN 4



Fuente: Revista Mercados.¹³

1.4.1.4 El fruto.

Al fruto le conocemos como banano, el mismo que se desarrolla de los ovarios de las flores pistiladas. Este tarda entre 80 y 180 días en desarrollarse por completo. En total por espiga se puede producir unos 300 a 400 frutos, pesando más de 50 kg.¹⁴ Su tamaño oscila entre los 7 a 30cm de largo y hasta 5cm de diámetro, formando un racimo compacto. Su forma es cilíndrica y angulosa según la variedad. La pulpa tiene un color de blanco a amarillo, conteniendo almidón y dulce.¹⁵

¹³http://www.revistamercados.com/img/articulos/1561_1.jpg. Fecha de acceso: 3 de Febrero, 2010.

¹⁴http://es.encarta.msn.com/encyclopedia_761554562/banano.html. Fecha de acceso: 17 de Junio, 2009.

¹⁵<http://www.mmree.gov.ec/mre/documentos/promocion/alianza/banano.htm>. Fecha de acceso: 16 de Junio, 2009.

IMAGEN 5



Fuente: Agrimundi.¹⁶

1.4.1.4.1 Variedades.

En el mundo existen alrededor de 1000 variedades de bananos subdivididos en 50 grupos. Entre las principales variedades de banano se encuentran: *Musa Paradisiaca*, y *Musa Cavendish*. Estas son utilizadas para la exportación.

1.4.1.4.1.1 *Musa Paradisiaca*.

Su nombre científico es *Musa paradisiaca*, más conocida como bananero, bananera, platanero, platanera. Esta proviene de la familia Musáceas. Su altura es de 1.5 a 6 m. dependiendo de las especies.

El cultivo de esta variedad se ha extendido por todo el mundo, debido a la gran demanda de sus frutos, es decir los plátanos. Estos frutos solo son comestibles si se asan o cuecen.¹⁷

¹⁶<http://www.agrimundi.com/>. Fecha de acceso: 3 de Febrero, 2010.

¹⁷<http://fichas.infojardin.com/arbustos/musa-paradisiaca-bananero-bananera-platanera.htm>. Fecha de acceso: 16 de Junio, 2009.

Dentro de esta variedad se encuentran las especies: Brier, Gran enana, Gruesa palmera, Johnson negra, Pequeña enana, Zelig, Lacatan, Poyo, Grand naine, Laidler, Curraré, Dominico, Balangon. A continuación se describe brevemente a las principales especies de esta variedad.

1.4.1.4.1.1.1 Lacatan.

Esta especie alcanza alturas de 4 a 6 mts con racimos largos de forma cilíndrica. El fruto aparece como aplastado al extremo y curvado, siendo este sensible a los parásitos Tiene péndulos largos y frágiles. (Núñez, 7)

1.4.1.4.1.1.2 Poyo.

Tiene una altura entre 2,8 mts. y 4 mts., por lo que es más resistente al viento. Sus hojas son más cortas y son de rápido desarrollo. Su racimo es compacto por tener sus entrenudos cortos y sus frutos son rectos y largos. (Núñez, 7)

1.4.1.4.1.1.3. El Giant Cavendish.

Tiene una altura entre 2,8 mts. y 3 mts. Las dos primeras manos de su racimo se mantienen rectas pero están curvadas en las demás manos. Esta variedad es muy productiva. (Núñez, 8)

1.4.1.4.1.1.4 Cavendish Enano.

Esta especie posee un pseudotallo con altura de 2 mts. Los racimos presentan una forma troncocónica definida porque sus manos están más cerca unas con otras y abiertas en relación al eje. (Núñez, 8)

1.4.1.4.1.2 Musa Cavendish.

A esta variedad la conocemos con el nombre de bananas o plátanos de postre. Son los que no necesitan de cocción para comerlos. La fruta, en su estado verde contiene más almidón y menos azúcar que cuando ha madurado.

Esta variedad es la que mas se cultiva en el Ecuador. Siendo las siguientes especies las principales empleadas para la exportación:

1.4.1.4.1.2.1 Cavendish Valery.

La variedad Cavendish fue descubierta en el sur de China por los británicos a finales del siglo XIX.¹⁸ Esta variedad es a la que llamamos banano comestible o para consumo. De acuerdo a la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones del Ecuador (CORPEI), el banano fresco tipo Cavendish Valery es el producto, dentro del sector del banano, que más exporta el Ecuador con una participación del 94% para el año 2008.¹⁹

1.4.1.4.1.2.2 Gross Michel.

Esta es una variedad grande y robusta, su pseudotallo alcanza una longitud de 6 u 8 mts. Sus racimos penden y son alargados de forma cilíndrica con 10 a 14 manos promedio. Cuando los frutos están maduros se les conoce como “Guineos de Seda”, que han sido consumidos por miles de familias alrededor del mundo.²⁰

¹⁸<http://www.lavozdegalicia.es/hemeroteca/2007/05/13/5802290.shtml>. Fecha de acceso: 21 de Junio, 2009.

¹⁹http://www.ecuadorexporta.org/archivos/documentos/perfil_banano_2008.pdf. Fecha de acceso: 20 de Junio, 2009.

²⁰www.sica.gov.ec/agronegocios/biblioteca/.../perfiles.../banano.pdf. Fecha de acceso: 21 de Junio, 2009.

1.4.2 Cultivo de banano.

1.4.2.1 Generalidades.

Los sistemas utilizados para la producción de banano varían dependiendo del área en donde se encuentren. En Latinoamérica existen grandes plantaciones que requieren gran infraestructura e inversión, además de tecnología para la transportación, irrigación, y drenaje. Debido a esto, la mayor parte de la producción de banano en Latinoamérica está controlada por las grandes trasnacionales.

Por otro lado debido a la falta de recursos los países del Caribe, la producción de banano en esa área es más laboriosa.

A continuación podemos observar las principales características de la producción en los países del Caribe y los países Latinoamericanos.

TABLA 1
CARACTERÍSTICAS DEL CULTIVO DE BANANO

Países de Centroamérica y el Caribe	Países Sudamericanos
Áreas de cultivo altas o montañosas	Largas planicies
Malas condiciones del suelo y bajo rendimiento	Buenas condiciones del suelo y alto rendimiento
Pequeños agricultores independientes	En su mayoría las grandes plantaciones pertenecen a transnacionales
Salarios mas altos que en Latinoamérica	Bajos salarios y malas condiciones para los trabajadores
Costos de transportación más altos debido a pequeños volúmenes	Costos de transportación más bajos debido a grandes volúmenes

Fuente: Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD)

Elaborado por: María José Yáñez

1.4.2.2 Requerimientos del cultivo.

1.4.2.2.1 Suelo.

Aunque el banano tolera una gran variedad de terrenos, es preferible contar con un suelo con textura: franco arenosa, franco arcillosa, franco arcillo limoso, y franco limoso.²¹ Es de vital importancia poseer un excelente drenaje interno y alta fertilidad. El PH es otro factor de gran importancia, siendo necesario para el cultivo de banano un PH de 6,5, tolerando un PH mínimo de 5,5 y máximo de 7,5. (Núñez, 8)

1.4.2.2.2 Clima.

El clima adecuado para el cultivo de banano es el tropical, con una temperatura promedio de 27°C, y con precipitaciones de 200-250 cm anuales. El banano requiere de buena luminosidad y ausencia de vientos fuertes debido a su altura y débil del pseudo-tallo.²²

1.4.2.2.3 Irrigación.

Existen diversos sistemas de riego utilizados dependiendo del ambiente en que se encuentre el cultivo. En ambientes áridos y semiáridos el riego por goteo es el sistema más utilizado, dado que permite regar las raíces confinadas de forma frecuente y eficiente. En los trópicos, donde llueve la mayor parte del año, la mayor parte de las plantaciones usan aspersores de riego bajo el follaje.²³

1.4.2.2.4 Fertilización.

El banano consume grandes cantidades de nutriente, principalmente potasio y nitrógeno.

²¹<http://www.inta.gov.ar/yuto/info/documentos/tropicales/Microsoft%20Word%20%20ficha%20banana%20completa.pdf>. Fecha de acceso: 9 de Junio, 2009.

²²<http://www.unctad.org/infocomm/anglais/banana/crop.htm>. Fecha de acceso: 27 de Junio, 2009.

²³http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/platano.htm#. Fecha de acceso: 25 de Junio, 2009.

Debido a que su metabolismo de nutrientes es muy rápido, con frecuencia se desarrolla una deficiencia de los mismos. Es por esto que el fertiriego es necesario a lo largo del año para de esta manera mantener un nivel de nutrientes adecuado. La fertilización debe ser adecuada y de acuerdo a las diferentes zonas o regiones variando la cantidad de fertilizantes a aplicarse.²⁴

1.4.2.2.5 Control de plagas y enfermedades.

Debido a que el banano es sensible ante las plagas, es necesario realizar un control intenso de las mismas. Este se lo realiza de forma manual y química, mediante herbicidas.

1.4.2.2.6 Enfunde.

Esta es una práctica común en las plantaciones de banano, puesto que ayuda a proteger el racimo de daños causados por insectos, por productos químicos y por el ambiente en general. Para esto se utiliza una funda de polietileno perforada. La época más oportuna para el enfunde es cuando ha caído la tercera bráctea de la inflorescencia y queda abierta la correspondiente mano; se sujeta la funda al tallo de la inflorescencia a una altura conveniente.²⁵

1.5 Sistema fitosanitario.

1.5.1 Generalidades.

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), se define al producto fitosanitario como la sustancia o mezcla de sustancias destinadas a prevenir la acción de, o destruir directamente, insectos, ácaros, moluscos, roedores, hongos, malas hierbas, bacterias y otras formas de vida animal o vegetal perjudiciales para la salud pública y

²⁴<http://www.plastro.com/spanish/catalog/product.asp?pbar=2&ProdId=103&SubCategoryId=6&CategoryId=1>. Fecha de acceso: 27 de Junio, 2009.

²⁵<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/.../6006/.../articulo%20cicyt.ps>. Fecha de acceso: 26 de Junio, 2009.

también para la agricultura. Incluidos los plaguicidas, defoliantes, desecantes y las sustancias reguladoras del crecimiento vegetal o fitorreguladores.²⁶

Dentro de la actividad bananera el sistema fitosanitario es un factor importante y determinante para lograr una buena cosecha y para cumplir con los estándares de calidad requeridos en los mercados mundiales. Por lo tanto, los productores de la fruta tienen mucho cuidado en este aspecto.

1.5.2 Principales plagas y enfermedades de las musáceas.

La producción del banano es esencial para cientos de millones de personas que consumen este alimento, pero el mismo enfrenta el peligro de las plagas. Estas plagas podrían afectar en forma sensible la capacidad de producción de algunas variedades de alto consumo en el mundo si no se logra una fórmula para detener su avance.²⁷ Entre las plagas que se presentan comúnmente tenemos:

1.5.2.1 Sigatoka Negra.

La sigatoka negra es causada por el hongo *Mycosphaerella fijensis* Morelet var. *Difformis*.²⁸ El hongo se propaga a través del agua y viento. El riego por aspersión ayuda a propagar la enfermedad en el plantío. La Sigatoka negra no es percibida por todos los productores como problema. Esta es capaz de ocasionar severos daños al follaje de la planta destruyendo su capacidad de respiración y fotosíntesis, reduciendo con ello el rendimiento y calidad de la fruta; si el ataque se produce sobre todo en las hojas jóvenes de la planta, la pérdida de la producción es total. La fruta que se ha obtenido de plantaciones atacadas por este mal, se madura rápidamente en el trayecto a los mercados, con las consiguientes pérdidas para los agro-exportadores.²⁹

²⁶<http://www.cricyt.edu.ar/enciclopedia/terminos/ProducFito.htm>. Fecha de acceso: 25 de Agosto, 2009.

²⁷<http://www.tierramerica.net/2003/0302/index/plagasdelbanano.html>. Fecha de acceso: 25 de Agosto, 2009.

²⁸<http://www.galeon.com/bananasite/plagas.htm>. Fecha de acceso: 25 de Agosto, 2009.

²⁹http://www.sica.gov.ec/agronegocios/productos%20para%20invertir/organicos/organicos_ecuador/sigatoka_organico.htm. Fecha de acceso: 25 de Agosto, 2009.

1.5.2.2 Mal de Panamá.

Esta enfermedad es producida por el hongo *Fusarium Oxysporum f. sp. Cubense*. Se trata de una de las amenazas, de extensión internacional, más graves de las plataneras y causante de cuantiosas pérdidas económicas. Esta ataca las raíces e invade el sistema vascular de la platanera, impide su normal alimentación y ocasiona una progresiva deshidratación, amarillamiento de la hoja, marchitez y, por fin, la muerte de la planta.³⁰

La enfermedad en América solo se encuentra en la Florida (EE.UU.) y en Bahamas, mientras que en Asia y África se ha detectado en Brunei, China, Israel, Indonesia, Malasia, Myanmar, Pakistán, Filipinas, Sri Lanka, India, Tailandia, Vietnam, Burkina Faso, Congo y otros.³¹

1.5.2.3 Mosca Blanca.

La mosca blanca es una plaga que también ataca al banano, uno de los principales síntomas de que el insecto se encuentra en los cultivos es la formación de fumagina, que es un hongo que se produce debido a la secreción azucarada que pudre la parte inferior de la hoja impidiendo su respiración, ya que ahí está la mayor cantidad de estomas, lo que reduce notablemente el área foliar.

Para controlarla los técnicos recomienda utilizar el aceite agrícola combinado con los fungicidas, de igual manera, aconseja no utilizar químicos para este tipo de plagas. Esta mosca blanca es de la misma familia que ataca a las cucurbitáceas, está catalogado como un insecto muy agresivo.

En Ecuador las zonas más afectadas están en El Guabo, provincia de El Oro, y parte en el Guayas, en el cantón Naranjal.³²

³⁰<http://www.inpla.es/malpanama.htm>. Fecha de acceso: 26 de Agosto, 2009.

³¹http://www.sica.gov.ec/agronegocios/Biblioteca/Ing%20Rizzo/banano/mal_panama.htm. Fecha de acceso: 25 de Agosto, 2009.

³²<http://www.sica.gov.ec/agronegocios/Biblioteca/banano/plagas.htm>. Fecha de acceso: 24 de Agosto, 2009.

1.5.2.4 Nematodos.

Los nematodos son gusanos minúsculos de unos 0,2 milímetros que solo se ven cuando se usa microscopio. Existen varios géneros de nematodos: *Meloidogyne* sp., *Pratylenchus* sp., *Ditylenchus* sp., *Heterodera* sp., *Tylenchus* sp. , etc. Estos debilitan el anclaje de las plantas afectando sus raíces, debido a que se introducen en ellas y absorben sus jugos.

No hay suelo que no tenga nematodos, aunque para producir daños su número tiene que ser elevado y las especies de plantas tienen que ser sensibles a ellos. Debido a que son microscópicos, para saber si un suelo tiene niveles altos de nematodos se tendría que analizar muestras de raíces y de tierra.³³

1.5.3 Buenas prácticas agrícolas.

En las últimas décadas el comercio internacional ha ido creciendo de una manera acelerada, por lo tanto diversos estándares han sido creados para mejorar y facilitar el comercio de los diferentes productos. Dentro del comercio de productos alimenticios uno de estos estándares es la de Buenas Prácticas Agrícolas (GAP), por sus siglas en inglés *Good Agricultural Practices*.

El consumo de frutas y hortalizas frescas producidas sin buenas prácticas agrícolas está asociado con brotes de enfermedades gastrointestinales, hepáticas, y hasta con enfermedades crónicas.³⁴

Bajo este antecedente la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), la Organización Mundial de Salud (OMS) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) se encargan de revisar los sistemas de inocuidad alimentaria y a publicar regulaciones, códigos o guías para aplicar buenas

³³http://articulos.infojardin.com/PLAGAS_Y_ENF/PLAGAS/Nematodos.htmggg. Fecha de acceso: 25 de Agosto, 2009.

³⁴[http://www.sesa.gov.ec/buenas_practicas/\(Gu_355aBPA31-7-06\).pdf](http://www.sesa.gov.ec/buenas_practicas/(Gu_355aBPA31-7-06).pdf). Fecha de acceso: 25 de Agosto, 2009.

prácticas agrícolas y de manejo en los procesos de producción de frutas y hortalizas frescas.³⁵

Las buenas prácticas agrícolas garantizan que los productos de consumo humano, cumplan los requisitos mínimos de inocuidad de los alimentos, seguridad de los trabajadores, y la rastreabilidad de los alimentos de origen agrícola.

Para garantizar la salud y el bienestar de los consumidores, la mayoría de mercados imponen como requisito el uso de buenas prácticas agrícolas para el ingreso de productos.

1.5.4 Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro.

La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro conocida como AGROCALIDAD, es la Autoridad Nacional Sanitaria, Fitosanitaria y de Inocuidad de Alimentos. Esta agencia está encargada de la definición y ejecución de políticas, y de la regularización y control de actividades productivas del agro nacional.³⁶ En lo referente al banano esta agencia en convenio con el Ministerio de Agricultura y Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), crearon el Programa de Inspección Fitosanitaria del Banano y Musáceas de Exportación del Ecuador.

1.5.4.1 Programa de Inspección Fitosanitaria del Banano y Musáceas de Exportación del Ecuador.

El Programa de Inspección Fitosanitaria del Banano y Musáceas de Exportación del Ecuador (SANIBANANO) fue creado con el propósito de asegurar la calidad fitosanitaria de la fruta de exportación.³⁷

En el comercio internacional la calidad es un factor determinante para acceder a los diferentes mercados, es así que si se logra una óptima calidad del banano ecuatoriana,

³⁵<http://www.sica.gov.ec/cadenas/banano/docs/eurepgap1.htm>. Fecha de acceso: 24 de Agosto, 2009.

³⁶<http://www.agrocalidad.gov.ec>. Fecha de acceso: 3 de Febrero, 2010.

³⁷<http://www.sesa.gov.ec/anterior/.../sanibanano.htm>. Fecha de acceso: 24 de Agosto, 2009.

también se logrará incrementar el valor de la fruta, lo que es de gran beneficio para todo el sector bananero.

El proceso de inspección sanitaria y fitosanitaria se enmarca en un esquema de cuarentena que tiene como objetivo prevenir y controlar el ingreso de plagas y enfermedades que afectan a los productos agropecuarios. Este sistema se implemento en puerto para el banano y el resto de musáceas de exportación. (SANIBANANO, 1:2002)

El sistema en puerto se realiza mediante el muestreo de cajas para la exportación por cargamentos seleccionados. Luego se establece un informe basado en el nivel de plagas, enfermedades y la calidad comercial.³⁸

Sanibanano se enfoca en el Puerto de Guayaquil, en donde se exporta alrededor del 70% del banano ecuatoriano y en el Puerto Bolívar, en donde se exporta el 30% del mismo producto. (Sanibanano, 5)

Como podemos ver en lo explicado anteriormente, el banano es un producto que requiere de gran cuidado durante todo el proceso de cultivo hasta finalmente su exportación. Se debe cumplir con estándares internacionales, no solo para darle un valor agregado sino para que pueda ingresar a los grandes mercados internacionales. Debido a la importancia que tiene el banano dentro de la producción del Ecuador y debido a todos los requerimientos que implica su exportación, los exportadores de la musácea se han agremiado para poder trabajar conjuntamente y facilitar el proceso de exportación.

1.6 Análisis de la comercialización del banano.

Luego de pasar por el proceso productivo del banano, el siguiente paso es el proceso de comercialización del mismo. En el Ecuador existen diferentes empresas comercializadoras del producto, entre las principales Bananera Noboa, Dole, Chiquita, entre otras.

³⁸<http://www.sesasicgal.gov.ec/esp/index2.php?option=com>. Fecha de acceso: 25 de Agosto, 2009.

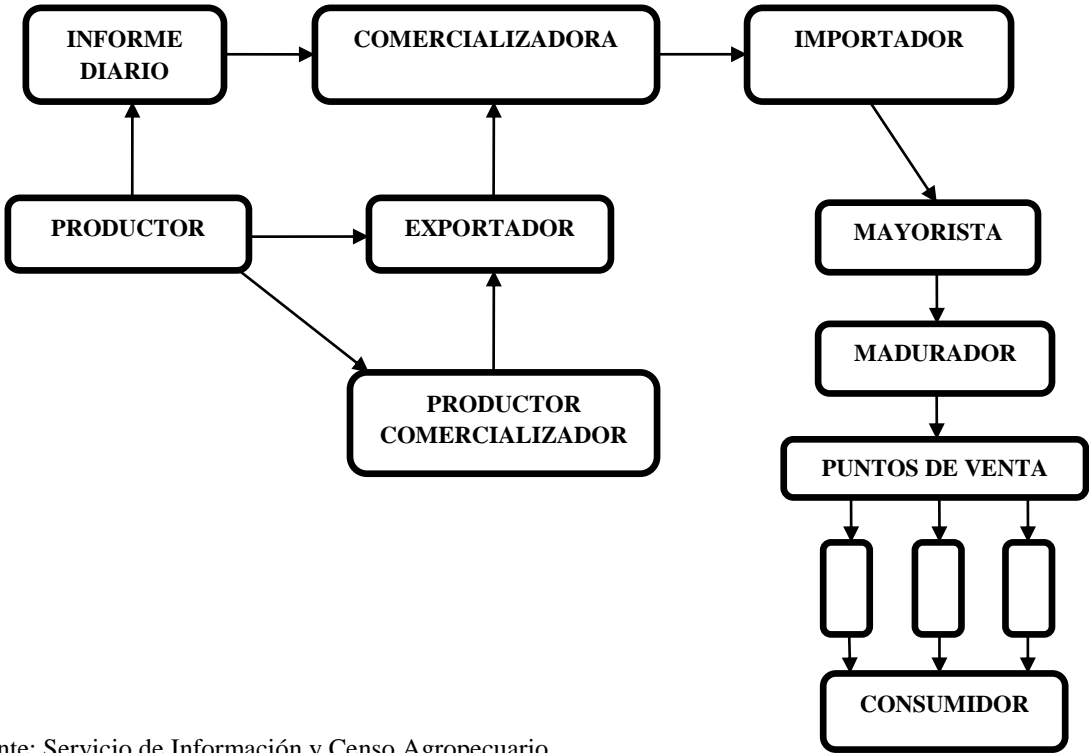
Parte de la fruta exportada es producida por las compañías comercializadoras y el resto por pequeños y medianos productores. Un caso específico es el de la Bananera Noboa, la misma que tiene sus propias fincas de producción, pero también adquiere la fruta de pequeños productores.

En el país el problema radica debido a la falta de contratos entre las comercializadoras y los productores, desencadenando abusos e irrespetos al precio oficial de la caja de banano.

Para que la comercialización tenga resultados positivos, es necesario que exista una coordinación y un minucioso control del proceso a través de un informe de calidad. Para esto el personal que realice este trabajo debe poseer gran experiencia tanto en la producción como en la comercialización de la fruta.

1.6.1 Esquema de la cadena de comercialización del banano hacia el mercado externo.

GRÁFICO 1



Fuente: Servicio de Información y Censo Agropecuario
Elaborado por: María José Yáñez

Como se puede observar en el esquema el proceso para la exportación parte del proceso productivo, el mismo que esta bajo responsabilidad del productor, pero de la misma manera bajo la coordinación del comercializador que es quien pide determinada cantidad de la fruta.

Cuando el banano esta en las manos del comercializador, este se encarga de coordinar con el exportador, que por lo general en el Ecuador es el mismo. El exportador es el encargado de realizar todo clase de trámites necesarios para la salida del producto a su lugar del destino. Este debe cumplir con todas las normas impuestas por el país de destino.

Una vez que la fruta se encuentra apta para su exportación y habiendo cumplido con las normativas correspondientes, parte para el país importador. El importador asume la responsabilidad una vez que el producto ingresa a su destino, el mismo será el encargado de nacionalizar la fruta. El importador se encarga de la distribución a los mayoristas.

El mayorista es el encargado de distribuir a los diferentes puntos de venta. Al ser el banano un producto perecible, es importante tomar en cuenta que durante todo el proceso mencionado, la fruta pasa por la maduración. Es así que cuando llega a los puntos de ventas se encuentra listo para el consumo.

1.6.2 Reglamentos para la comercialización del banano.

En el Ecuador existe el Reglamento a la Ley para Estimular y Controlar La Producción y Comercialización del Banano, Plátano (barraganete) y otras Musáceas afines destinadas a la Exportación.

Este reglamento contempla las disposiciones impuestas por el Ministerio de Agricultura y Ganadería y Pesca para los productores, exportadores o intermediarios. Así también es el órgano encargado de imponer las sanciones correspondientes a las violaciones de este reglamento.³⁹

³⁹<http://www.sica.gov.ec/cadenas/banano/docs/comercializacio.htm>. Fecha de acceso: 8 de Abril, 2009.

Por otro lado en el año 2004 el Honorable Congreso Nacional expidió la Codificación de la Ley Para Estimular y Controlar la Producción y Comercialización del Banano, Plátano (barraganete) y otras Musáceas afines, destinadas a la Exportación.

En este código se prevé que el precio mínimo de sustentación es el equivalente al costo de producción promedio nacional, más una utilidad razonable de cada uno de los distintos tipos autorizados de cajas conteniendo banano de exportación. Se fijará en dólares de Estado Unidos de Norteamérica.⁴⁰ Además se imponen sanciones a las personas naturales o jurídicas que pagasen al producto un precio menor al fijado.

Si bien estos reglamentos plantean una organización en la actividad bananera, en la realidad no se cumple con el mismo. Este problema persiste ya que las grandes exportadoras irrespetan el precio oficial fijado y pagan a los pequeños productores precios bajos fijados por ellos mismos según la demanda de banano que se presente. Esto no ha sido controlado por el Ministerio de Agricultura , Ganadería y Pesca, por lo que el problema persiste año tras año, siendo los únicos perjudicados los pequeños productores que se ven obligados a vender su producto las grandes exportadoras , quienes son las que controlan la actividad bananera en el país.

Los reglamentos estipulan que debe existir un contrato previo entre exportadores o intermediarios y productores. Esto sería de gran ayuda para los productores, pero lamentablemente en el país la realidad es otra, debido a que pocas son las empresas que realizan contratos con los productores. La mayoría de las ventas de los productores se realizan de forma informal, sometiéndose a los requerimientos de los exportadores, quienes solo ven por su bienestar buscando mayores beneficios para ellos.

⁴⁰http://www.aebe.com.ec/data/files/DocumentosPDF/MarcoLegal/Reglamento_LeyEstimularyControlar.pdf. Fecha de acceso: 5 de Abril, 2009.

1.6.3 La comercialización del banano en la actualidad.

La actividad bananera está directamente vinculada al mercado internacional, por lo que no está ajena a las dificultades que la competencia genera, a las disciplinas tanto comerciales como técnicas impuestas por los países compradores, a las condiciones de comportamiento de la naturaleza y a las condiciones económicas y políticas internacionales.

Una de las principales características de la producción y de la comercialización del banano a nivel mundial es la presencia de tres grandes empresas multinacionales: Chiquita Brands International Inc., Dole Food Company Inc. y Del Monte Fresh. Sin embargo a diferencia del resto de países productores y exportadores de banano en el Ecuador existen empresas nacionales con gran peso internacionalmente como es el caso de la Exportadora Bananera Noboa, Wong y Reybanpac.⁴¹ Es así que las multinacionales no tienen una presencia directa como productores en el Ecuador.

Los productores ecuatorianos venden su fruta a tres tipos de compañías exportadoras: multinacionales, exportadoras nacionales grandes y otros exportadores nacionales. Usualmente estas empresas pagan un precio mejor que el resto de productores en el país, además que en la mayoría de los casos realizan contratos con los productores. Las multinacionales compran a todos los productores ya sean grandes, medianos o pequeños. Estas empresas exigen un alto grado de tecnificación en la producción para controlar la calidad, es por esto que establecen un régimen de productores seleccionados.

Los grandes exportadores nacionales están básicamente representados por las empresas mencionadas anteriormente. Estas compañías poseen plantaciones propias, pero también compran la fruta a los pequeños y medianos productores. Respecto a la tecnificación no son muy exigentes como las multinacionales, el problema se presenta debido a que no respetan los precios oficiales.

⁴¹<http://www.sica.gov.ec/cadenas/banano/docs/mercado%20mundial.pdf>. Fecha de acceso: 6 de Abril, 2009.

Los otros exportadores nacionales son algunas empresas que se dedican a comprar banano y exportarlo a mercados marginales, especialmente a Latinoamérica. Estas compañías son de propiedad de un pequeño número de medianos y grandes exportadores que exportan el rechazo de las multinacionales y de las exportadoras nacionales grandes. Por este motivo los precios que pagan son los más bajos del mercado.

1.7 Asociación de Exportadores de Banano.

1.7.1 Generalidades.

La Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador (AEBE), es un gremio formado por los exportadores de banano del país. Su principal objetivo es promover el desarrollo integral del sector exportador ecuatoriano, mediante la colaboración directa de entidades del sector público y privado.

Ante la necesidad de acciones más solidas y con mayor fuerza dentro del sector bananero, en enero de 1999, representantes de las principales exportadoras del país, es decir, Bananera Noboa, Excelban S.A., Unión de Bananeros del Ecuador (UBESA), Rey Banano del Pacifico, Costa Trading y Grupo 7 S.A., deciden conformar un gremio que los represente, y busque el progreso del sector. Formándose así la Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador.⁴²

El ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca, aprueba la creación de este gremio mediante Acuerdo Ministerial No. 999054, el 11 de Febrero de 1999.⁴³

1.7.2 Socios.

A partir de la creación de la AEBE con sus cinco miembros, más empresas se han ido asociando al gremio. De acuerdo a datos brindados por la AEBE, en la actualidad los socios

⁴²http://www.aebe.com.ec/data/files/DocumentosPDF/MarcoLegal/UEcontenidos_Maximos_Residuos.pdf
Fecha de acceso: 15 de Julio, 2009.

⁴³<http://www.concayo.com/portal/.../detallepublicacion.asp>. Fecha de acceso: 12 de Julio, 2009.

que conforman la asociación son el 98% de las empresas exportadoras de banano del país y son las siguientes:

TABLA 2

SOCIOS DE LA AEBE

EMPRESA	EMPRESA
Exportadora Machala	Fruta rica
Bananafresh S.A.	Isbelni S.A.
Asociación Bananeros "El Guabo"	Soprisa S.A
Banana Exchange del Ecuador	Unión de Bananeros
Obsa, Oro Banana S.A.	Nelfrance Export S.A.
Delindecsa	Galbusera S.A.
Fyffes Ecuador S.A.	Yudafin S.A.
Brundicorpi S.A.	Brunet S.A.
Vio-Ecuador	Lizzard S.A.
S.w.t. Trader	Jorcorp S.A.
Bandecua	Banonecomsa
Bonanza Fruit Company	Rey Banano del Pacifico

Fuente: AEBE

Elaborado por: María José Yáñez

1.7.3 Responsabilidad social.

Cuando hablamos de responsabilidad social empresarial (RSE) nos referimos a las acciones que realizan las empresas a favor de la sociedad tanto en el ámbito social, económico y ambiental.

Para la Organización Internacional del Trabajo (OIT) la responsabilidad social de la empresa es el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores.⁴⁴

Si bien en el Ecuador la RSE no ha tenido mayor relevancia dentro de las empresas, a nivel mundial, las grandes empresas transnacionales tienen establecidos programas especiales dedicados a la responsabilidad social.

Dentro del sector bananero la RSE es de gran importancia y sobretodo esencial, puesto que al ser un sector dedicado al comercio internacional, mantiene negocios con los principales mercados, los mismos que exigen a sus proveedores programas de RSE como requisito para hacer negocios.⁴⁵

Tomando en cuenta estos antecedentes la A.E.B.E., crea el Proyecto de Responsabilidad Social 2007-2017. Este proyecto esta dividido en 6 áreas para su ejecución, las mismas que son:

⁴⁴http://www.ilo.org/global/What_we_do/InternationalLabourStandards/lang--es/index.htm. Fecha de acceso: 12 de Julio, 2009.

⁴⁵http://www.aebe.com.ec/data/files/DocumentosPDF/HistorialNoticias/2007/ENE07/estrategia_social.pdf. Fecha de acceso: 11 de Julio, 2009.

1. Área de salud.
2. Área de vivienda.
3. Área de educación básica y capacitación.
4. Área de iniciativas empresariales.
5. Área de protección y cuidado del medio ambiente.
6. Área de trabajo infantil.

1.7.4 Marco normativo.

Al estar la A.E.B.E directamente relacionada con el comercio internacional, sus miembros rigen sus actividades dentro de normas y leyes nacionales e internacionales.

1.7.4.1 Nacional.

Dentro del ámbito nacional, los exportadores de banano tienen que acatarse a diferentes leyes creadas para regular este sector de la economía. Dentro de las principales leyes y normas tenemos las siguientes:

1.7.4.1.1 Ley para estimular y controlar la producción y comercialización del banano, plátano (barraganete) y otras musáceas afines, destinadas a la exportación.

Esta ley fue creada con el afán de regular el comercio del banano. Uno de los aspectos principales dentro de esta ley es la fijación del precio mínimo de sustentación que deberá recibir el productor bananero, el mismo que será fijado por un acuerdo entre los ministros de Agricultura y Ganadería y, de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Turismo.

De la misma manera se fijará los precios referenciales (FOB) a declarar por parte del exportador. Para este fin, el Ministerio de Agricultura y Ganadería organizará mesas de negociación; cada tres meses, en las que participarán representantes de los productores y

exportadores con los dos ministros de estado, para establecer dichos precios de manera consensuada.⁴⁶

Para fijar el precio mínimo de sustentación se toma en cuenta el costo de producción promedio nacional, más una utilidad razonable de cada uno de los distintos tipos autorizados de cajas que contienen banano de exportación.⁴⁷

Del mismo modo esta ley tiene el fin de regular las condiciones necesarias para que una persona pueda comercializar el banano, además de imponer sanciones a quienes infrinjan la misma.

1.7.4.1.2 Reglamento para el control de productores de banano, plátano (barraganete) y otras musáceas.

Básicamente, este reglamento se centra en las obligaciones del productor y también sobre los requisitos para ser productor calificado por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

Dentro de las obligaciones del productor esta el realizar comercio únicamente con los exportadores que hayan sido calificados por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, caso contrario deberá acatarse a las sanciones. De igual manera debe notificar a la misma entidad acerca de los cambios en las extensiones de las plantaciones de banano, en caso de que exista alguna modificación.⁴⁸

Además de las normas mencionadas anteriormente el sector bananero debe cumplir con normas ambientales, sanitarias, fitosanitarias, derechos humanos, código de trabajo, leyes tributarias, entre otras.

⁴⁶<http://www.aebe.com.ec/data/files/DocumentosPDF/MarcoLegal/LeyEstimularyControlar.pdf>. Fecha de acceso: 15 de Julio, 2009.

⁴⁷[http://www.sica.gov.ec/privado/Precios mínimos de sustentación -990206.htm](http://www.sica.gov.ec/privado/Precios%20m%C3%ADnimos%20de%20sustentaci%C3%B3n%20-990206.htm). Fecha de acceso: 15 de Julio, 2009.

⁴⁸http://www.aebe.com.ec/MarcoLegal/Reglamento_LeyEstimularyControlar.pdf. Fecha de acceso: 15 de Julio, 2009.

1.7.4.2 Internacional.

El Ecuador es el primer país productor de banano a nivel mundial, por lo tanto este producto accede a diferentes mercados mundiales, como es el caso de Estados Unidos, Rusia, la Unión Europea, Asia, entre otros. Cada uno de estos mercados tienen sus normas y reglas establecidas para el ingreso esta fruta, debiendo cada país exportador cumplir con las mismas. Entre las principales normas y leyes tenemos las siguientes:

1.7.4.2.1 Normas Euregap.

Estas son un conjunto de normas para los productores de frutas, vegetales y plantas ornamentales implementadas por *Euro-retailer Produce Working Group*, que es una asociación que reúne a grandes supermercados europeos líderes en el sector alimentario.

Los estándares del EUREPGAP están basados en: las buenas prácticas agrícolas, los análisis de peligros y puntos críticos de control, el manejo integrado del cultivo, el manejo integrado de plagas, el análisis del suelo con todas sus implicaciones y estudios, los chequeos visuales, la calidad de agua y el tratamiento de la misma y la capacitación del personal, entre otros.⁴⁹

1.7.4.2.2 Aranceles en los mercados mundiales.

Otra norma que deben cumplir los productos para ingresar a los diferentes mercados mundiales son los aranceles, los mismos que son fijados por cada país. Para el banano ecuatoriano existen diversos aranceles impuestos, dependiendo del mercado. A continuación en el cuadro se expone algunos de estos aranceles.

⁴⁹<http://www.aebe.com.ec/data/files/DocumentosPDF/MarcoLegal/Euregap.pdf>. Fecha de acceso: 15 de Julio, 2009.

TABLA 3

ARANCELES PARA EL BANANO ECUATORIANO

País	Derechos de importaciones \$ USD/t o derecho ad valoren	Tipo de impuesto y otras gravámenes	Porcentaje de impuesto y otras gravámenes	Restricciones
Chipre	32,5% + 1213 USD\$/t + 6%			
Egipto	60%			
Hungría	23%			
Rep. Corea	70%			
Nueva Zelandia				Solo se importa banano de países con acuerdos comerciales bilaterales. El Ecuador no posee un acuerdo con Nueva Zelanda
Polonia	0%	IVA	22%	
Rusia	5%			
Rumania	32%			
Uruguay	1% +1,10+0.20%			

Fuente: A.E.B.E

Elaborado por: María José Yáñez

1.7.4.2.3 Contenidos máximos de residuos.

Esta norma fijada por la Comunidad Europea se refiere al control de los residuos debido a la exposición continuada de los consumidores a plaguicidas a través de los residuos que pueden permanecer en algunos productos alimenticios.

Básicamente se han centrado en cinco plaguicidas: pimetrozina, linurón, triadimenol, piraclostrobina y óxido de fenbutaestán, para esto se ha fijado una dosis aguda de referencia. Lo que se busca es que los productos alimenticios no superen esta dosis de referencia, por lo tanto los países exportadores deben cumplir con este requerimiento para que su producto pueda ingresar en la Unión Europea.⁵⁰

Además de las normas mencionadas anteriormente, es preciso recalcar que cada país establece sus leyes y reglamentos, por lo tanto están variaran dependiendo del país al cual se exporte el producto.

1.8 Problemas del sector bananero.

1.8.1 Precio mínimo de sustentación.

El precio mínimo de sustentación del banano en el Ecuador, como lo he explicado anteriormente, es establecido mediante acuerdo interministerial producto de mesas de negociaciones integradas por los ministerios de Agricultura e Industrias, cinco representantes del sector productor y cinco representantes del sector exportador.⁵¹

Sin embargo siempre han existido conflictos entre los exportadores y productores, siendo los últimos quienes creen que el precio no es justo debido a los altos costos de producción. Además de que el precio oficial no es respetado por las grandes exportadoras de la fruta, las mismas que pagan el precio que ha ellos les conviene.

⁵⁰http://www.sica.gov.ec/comext/docs/14acuerdos_comerciales/147otros_acuerdos/1472%20preferencias/1472atpaeuu/situacion_actual.htm. Fecha de acceso: 25 de Agosto, 2009.

⁵¹<http://www.elmercurio.com.ec/220506-modificado-reglamento-a-la-ley-del-banano.html>. Fecha de acceso: 18 de Enero, 2010.

Las quejas de los productores son constantes, muchos de ellos dicen que las compañías exportadoras les condicionan la compra de banano. Han existido casos en que las compañías reciben las cajas de banano a los pequeños productores en el puerto de Guayaquil, y luego los obligaban, condicionando el pago, a firmar un cheque a nombre de otra empresa. Una vez entregado y firmado ese documento, la empresa procedía a pagarles.⁵²

El problema se mantiene porque pese a la explotación de la que dicen ser objeto los pequeños y medianos productores, por parte de los exportadores, ninguno de los perjudicados se atreve a denunciar su caso ante las autoridades del ramo.

De igual manera los exportadores se quejan de trabajar a pérdida debido a los bajos precios internacionales, que no compensan los gastos de transporte y logística.

Estos problemas debido al precio del banano son permanentes, es así que el mes de septiembre del año 2009, el ministro de Agricultura de ese entonces, Ramón Espinel afirmó que “Los costos de producción de la fruta oscilan entre \$3,50 y \$4,50, por lo que en tiempos de precios bajos tanto exportadores como productores trabajan a pérdida”.⁵³

1.8.2 Imagen del sector banano ecuatoriano.

El sector bananero ecuatoriano tiene una imagen negativa debido a los diversos conflictos y denuncias por abusos de los derechos humanos, respecto al trabajo infantil, condiciones inaceptables de trabajo problemas sindicales, entre otros.

Es conocido que en los cultivos de banano laboran niños con jornadas largas y en un ambiente nocivo para su bienestar físico y psicológico. Los menores están expuestos a pesticidas, usar herramientas afiladas, arrastrar pesadas cargas de bananos desde los

⁵²<http://www.cre.com.ec/Desktop.aspx?Id=133&e=136567>. Fecha de acceso: 9 de Febrero, 2010.

⁵³<http://www.eluniverso.com/2009/09/03/1/1356/nueva-crisis-sector-bananero-precios.html>. Fecha de acceso: 18 de Enero, 2010.

campos hasta las empacadoras, carecer de agua potable e instalaciones sanitarias y en muchos casos sufrir acoso sexual.

Otro problema es el trabajo de las mujeres, las mismas que si bien no pueden acceder directamente a trabajos en las bananeras, lo realizan de forma indirecta ayudando a sus familiares que trabajan ahí. Los empleados deben cumplir con las labores en los sectores asignados para cada trabajador para recibir sus salarios, por lo que buscan ayuda de su familia, siendo ahí en donde las mujeres intervienen. Estas mujeres asumen trabajos realizados en sus casas como es el caso del lavado de las fundas de los racimos, los que contienen residuos de pesticidas. Debido a que el lavado se realiza en sus hogares, estos se contaminan, lo que afecta a las personas que viven ahí.

Los problemas con los sindicatos han afectado la imagen del país internacionalmente. Dentro de las grandes bananeras, los empleados se sienten atemorizados porque si crean sindicatos, les despiden. Si bien los derechos de los trabajadores respaldan la constitución de sindicatos, dentro del sector bananero los trabajadores prefieren evitar los problemas que ello implica. Aunque reciben salarios bajos y sin las prestaciones de ley, ellos no se arriesgan a denunciar a sus empleadores.

1.8.3 Situación de los productores.

La situación actual de los productores del banano en el Ecuador es complicada debido a la inestabilidad del sector. El sector bananero es cíclico, teniendo épocas de auge épocas de crisis, relacionadas directamente con la demanda y por consiguiente el precio de la fruta.

Adicionalmente se debe tomar en cuenta que el sector producto es el más débil dentro de los actores del sector bananero, puesto que no existe cooperación entre ellos. Esta falta de cooperación y de asociación entre ellos los hace vulnerables ante el sector de los exportadores, el mismo que se encuentra representado por la A.E.B.E, por lo que es considerado un sector fuerte.

Otro de los problemas que afrontan es la falta de recursos económicos y tecnológicos, lo que hace difícil que el Ecuador pueda continuar por mucho tiempo en su posición de primer país exportador de la fruta. Si bien el banano ecuatoriano cumple con las normas de calidad necesarias para poder ingresar en los diferentes mercados internacionales, es de suma importancia contar con tecnología que permita optimizar el proceso.

Por otro lado, la localización geográfica del Ecuador trae beneficios en el nivel de producción. El clima favorable es el principal beneficio, ya que hace que pese a la mayor tecnificación de nuestros mayores competidores, se produzca banano de excelente calidad y en gran cantidad, lo que nos permite ser los primeros exportadores de banano en el mundo.⁵⁴

1.9 Análisis del manejo de la marca Ecuador.

1.9.1 Concepto.

“Se define a la Estrategia de Marca País (EMP) como el uso de las características típicas de la vida nacional como medio de influir en la imagen y percepción del país en la sociedad civil, la opinión pública, y los medios de comunicación extranjeros, incrementando el prestigio internacional del Estado, y mejorando su posición política y su competitividad económica en el sistema mundial”.⁵⁵

Todos los países poseen características únicas que los diferencian de los demás, estas van desde su flora, fauna, arquitectura, productos, características naturales, entre otras. La marca lo que hace es que esos productos de exportación o características naturales, se distingan en el mercado mundial, y que el mundo asocie a determinado producto o lugar turístico con el país de origen. La marca país simboliza calidad del producto, y al mismo tiempo ayuda a su promoción en el mundo. Esta marca país a hecho que varios países logren un valor agregado para sus productos.

⁵⁴<http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/3577>. Fecha de acceso: 12 de Enero, 2010.

⁵⁵<http://www.sica.gov.ec/cadenas/banano/docs/propuesta%20regulacion.pdf>. Fecha de acceso: 6 de Abril, 2009.

1.9.2 Antecedentes.

El Ecuador es un país rico en recursos naturales, sin embargo el problema se da porque no lo ha sabido explotar. Estos recursos han llevado a que el país sea un atractivo turístico a nivel mundial. Sin embargo para promocionar al país se necesitan herramientas de marketing que ayuden a lograr el objetivo. Es por esto que el año 2001, el Ministerio de Turismo, a cargo de la ex ministra Rocío Vásquez propone promocionar el turismo a nivel internacional a través de la creación de la marca país, con el objetivo de que esta posibilite proyectar una imagen gráfica que caracterice al Ecuador y a sus *clusters* turísticos.⁵⁶

A partir de esta iniciativa la Presidencia de la República, el Ministerio de Relaciones Exteriores, el Ministerio de Comercio Exterior, Pesca y Competitividad y la Corporación para la Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI), unieron esfuerzos para crear la marca Ecuador.

Los principales objetivos de la marca Ecuador son que mediante su logotipo se identifique a todas las actividades productivas del país, se promocióne y posicione al Ecuador como un país megadiverso, pluricultural, único, y que se proyecte internacionalmente al Ecuador como país productivo y exportador.⁵⁷

La marca Ecuador fue presentada oficialmente en Febrero 8 del 2007, en la feria de frutas y vegetales “Frutilogística” en Berlín. A partir de esa fecha la presentación se dio en diferentes ferias internacionales.⁵⁸

⁵⁶<http://www.historia-actual.com/hao/Volumes/Volume1/Issue16/esp/vli16c11.pdf>. Fecha de acceso: 2 de Mayo, 2009.

⁵⁷http://www.visitaecuador.com/index.php?hasta=260&codi_seccion=0&cod_seccion=4&codigo=ixvrEMm. Fecha de acceso: 3 de Mayo, 2009.

⁵⁸<http://www.ecuadorexporta.org/contenido.ks?contenidoId=2763&contenidoId=2763>. Fecha de acceso: 2 de Mayo, 2009.

1.9.3 Logotipo.

El logotipo está conformado por dos elementos gráficos: isotipo (sol) y las logoletras (Ecuador); el símbolo promocional del país debe trascender como plataforma de comunicación para transmitir una filosofía de país en las diferentes instancias de mercadeo.

IMAGEN 5



Fuente: CORPEI

El isotipo está constituido por cuatro áreas de colores simbólicos que rodean a la estrella, en cuyo centro se enmarca la letra E del nombre Ecuador. La estrella se dirige desde el centro con las puntas hacia fuera, y demarca las 4 regiones del país y los 4 puntos cardinales.

IMAGEN 6



Fuente: CORPEI

La simbología cromática representa, en efecto, a las cuatro regiones del país. Amarillo, azul y rojo identifican los colores de la bandera nacional y el verde, además, pone en evidencia la riqueza natural y la biodiversidad del Ecuador. El sistema de colores facilita la comunicación e identificación de regiones.

Las letras atravesadas de izquierda a derecha por una línea de color blanco evocan la línea equinoccial, distintivo geográfico del país.

Los elementos logran una forma estilizada bajo los esquemas del diseño contemporáneo, resaltando la forma del sol andino, multicolor, omnipresente, símbolo relevante del pasado precolombino y del presente por la posición geográfica ecuatorial del país ubicado en el centro del mundo, que se expande por sobre sus fronteras para mostrar las variadas gamas de su fertilidad y riqueza.⁵⁹

IMAGEN 7



Fuente: CORPEI

⁵⁹<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos///anteriores/n32/etrujillo.html>. Fecha de acceso: 2 de Mayo, 2009.

1.9.4 Situación actual.

A partir de su implementación la marca Ecuador ha tratado de surgir con el turismo, las flores y el cacao, pero cada uno de manera independiente. Esto ha llevado a que la marca país no tenga mayor peso a nivel mundial. Si bien en el mercado mundial se ha logrado que se asocie las flores y el cacao con el Ecuador, se necesita más que eso para posicionar a la marca país.

En la actualidad el principal producto símbolo de la marca Ecuador es el cacao, sin embargo no se ha logrado proyectos específicos a largo plazo debido a los cambios de gobierno. Los cacaoteros representados en ANECACAO han pedido iniciativas al Ministerio de Turismo para que no se desligue el tema de turismo de la historia del Ecuador, que incluye la labor cacaotera, sin embargo poco o nada se ha logrado respecto al tema.⁶⁰

Las flores son otro producto símbolo de la marca Ecuador, pero de igual manera en este sector es poco lo que se ha logrado para promover y promocionar al producto. Si bien la marca Ecuador ha sido presentada en varias ferias a nivel mundial, no se han podido alcanzar los objetivos planteados en la creación de la marca país.

Los diferentes sectores productores del país no han hecho ningún esfuerzo conjunto para promocionar la marca Ecuador, por lo que hasta la fecha no se han visto resultados para el país. No se puede centrar únicamente en las flores, cacao y el turismo, dejando de lado al resto de productos exportables como el banano, y el camarón.

Si se quiere mostrar al mercado mundial que el Ecuador tiene productos exportables de calidad que son competitivos mundialmente, lo que se necesita es cambiar la reputación del país ante los ojos del mundo. Para ello se requiere un esfuerzo mancomunado entre los sectores productivos y el estado ecuatoriano. Pero la inestable situación política que ha

⁶⁰<http://archivo.eluniverso.com/2007/03/04/0001/9/1E830A170A4B4F69ADB14C711755CE87.aspx>. Fecha de acceso: 3 de Mayo, 2009.

enfrentado el país en los últimos años ha hecho que los proyectos planteados por el sector productivo no lleguen a realizarse. Por consiguiente la marca Ecuador no está dando los frutos esperados.

1.10 Conclusiones.

En el mundo globalizado en que vivimos el comercio internacional es fundamental para el progreso de los países. Para facilitar el comercio es importante el uso de herramientas y la intervención de organismos internacionales que regulen el mismo.

En el caso del banano ecuatoriano para su comercialización con los Estados Unidos debe cumplir con normas para su producción, como es el caso del sistema fitosanitario, siendo este de vital importancia para obtener un producto de calidad. Y consecuentemente para su ingreso a los mercados internacionales.

Debido a la importancia y magnitud del comercio del banano ecuatoriano se ha conformado la Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador, la misma que ha desempeñado la función para la que fue creada, capacitando y colaborando con los exportadores en los diferentes asuntos que requieran.

La comercialización de la fruta se realiza a través de un proceso desde su producción hasta que llega al consumidor final. El problema está en que dentro de este proceso se dan ciertas irregularidades como es el caso del irrespeto del precio mínimo de sustentación.

Aunque el gobierno ha realizado intentos de promocionar los diversos productos ecuatorianos a través de la CORPEI, con el proyecto marca país, en el caso del banano es muy poco lo que se ha hecho para promocionarlo en los mercados internacionales.

CAPÍTULO 2

ANÁLISIS GENERAL DEL ENTORNO

2.1 Análisis del entorno económico durante el período 2004-2008.

2.1.1 Ecuador.

2.1.1.1 Generalidades.

El nombre oficial es República del Ecuador, su capital es Quito. Su moneda oficial es el dólar estadounidense. De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), el país cuenta con una población de 14.066.022 habitantes.⁶¹ La población está distribuida en la zona urbana con un 61% y en la rural se encuentra el 39% de la población del país.

2.1.1.2 Balanza comercial.

Según el Banco Central del Ecuador, las exportaciones e importaciones no han presentado una balanza comercial negativa durante los últimos 5 años, sin embargo como podemos darnos cuenta en el cuadro a continuación la diferencia entre las exportaciones e importaciones es mínima. Así podemos ver que en el año 2006 y 2007 se mantuvo constante con un valor de \$1. 426.075,10 (cifras en miles) en el 2007, pero para el 2008 tuvo una decaída llegando al valor de \$1.095.250,17 (cifras en miles).

⁶¹<http://www.inec.gov.ec/web/guest/inicio>. Fecha de acceso: 22 de Octubre, 2009.

TABLA 4

EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DEL ECUADOR						
(cifras en miles)						
AÑO	EXPORTACIONES (X)		IMPORTACIONES (M)			BALANZA COMERCIAL
	PESO (kilos)	FOB (dólar)	PESO (kilos)	FOB (dólar)	CIF (dólar)	XFOB-MFOB (dólar)
2004	26'614.277,46	7'752.891,48	6'965.798,75	7'282.424,59	7'872.467,64	470.466,89
2005	27'321.778,42	10'100.030,72	8'449.372,63	9'549.361,55	10'286.883,63	550.669,17
2006	28'608.966,08	12'728.242,97	10'073.930,27	11'266.018,48	12'113.559,76	1'462.224,49
2007	27'732.718,48	14'321.315,71	10'843.703,62	12'895.240,61	13'893.461,43	1'426.075,10
2008	27'933.718,28	18'510.599,64	11'355.414,29	17'415.349,47	18'685.546,08	1'095.250,17

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: María José Yáñez Cardoso.

2.1.2 Estados Unidos.

Su nombre oficial es Estados Unidos de América, con su capital Washington. Cuenta con una superficie marítima de 469,495 km² y una superficie continental de 9.631,418 km². Su población es de aproximadamente 303'824.646 personas. La moneda oficial es el dólar.⁶²

Estados Unidos se dedica a la industria del petróleo, acero, automóviles, espacio aéreo, electrónica, telecomunicaciones, sustancias químicas, industria alimenticia, bienes de consumo, y a la minería.⁶³

⁶²http://www.indexmundi.com/es/estados_unidos/poblacion.html. Fecha de acceso: 16 de Abril, 2009.

⁶³http://www.mmree.gov.ec/mre/documentos/promocion/comercio/ecuador_usa.pdf. Fecha de acceso: 16 de Abril, 2009.

Sus principales exportaciones son de bienes de capital, automóviles, provisiones industriales, materia prima, bienes de consumo, y productos agrícolas. Sus principales socios comerciales en exportación son Canadá, México, Japón, y Reino Unido. Mientras que importa petróleo crudo, productos refinados de petróleo, maquinaria, automóviles, bienes de consumo, materia prima, alimentos y bebidas. Sus principales socios de importación son Canadá, México, China, Japón, y Alemania.⁶⁴

2.1.3 Relaciones comerciales Ecuador- Estados Unidos durante el período 2004-2008.

El Ecuador y Estados Unidos mantienen fuertes nexos comerciales. Entre los principales productos que el Ecuador exporta hacia los Estados Unidos están: los aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso, banano tipo cavendish vallery, rosas, nafta disolvente, atunes, crudo, y productos frescos o refrigerados. Entre los principales productos de importación se encuentran teléfonos móviles, impresoras, unidades de memoria, máquinas para almacenamiento o procesamiento de datos, diesel, polietileno, nafta disolvente, textiles, etc.⁶⁵

2.1.3.1 Balanza comercial Ecuador-Estados Unidos.

La Balanza comercial entre dos países es el resultado de las exportaciones y de las importaciones. Anteriormente se menciona los principales productos de exportación del Ecuador hacia los Estados Unidos y los principales productos que el país importa desde los Estados Unidos. Cabe recalcar que esos son solo algunos de los productos porque para el 2008 el número de partidas que se exportaron fue de 1217, mientras que el número de partidas que se importaron en el 2008 año fue de 4894.⁶⁶

⁶⁴http://www.usaenred.com/content/guia_paises/estados-unidos/datos-generales/16. Fecha de acceso: 22 de Octubre, 2009.

⁶⁵<http://www.portal.bce.fin.ec/vtobueno/ComercioExterior.jsp>. Fecha de acceso: 14 de Abril, 2009.

⁶⁶<http://www.portal.bce.fin.ec/ComercioExterior/Estadísticas.jsp>. Fecha de acceso: 14 de Abril, 2009.

Como podemos ver existe una gran diferencia en el número de partidas de exportación y de importación. El país está exportando en su mayoría materia prima, y a su vez importa productos manufacturados, especialmente productos tecnológicos.

Para el año 2004 la balanza comercial de los dos países era de \$1'748.140,67, mientras que para el 2005 tuvo un incremento llegando a \$3'096.139,53. Como podemos ver cada año ha ido aumentando el valor de la balanza comercial, pero en lapso del año 2006 al 2007 hubo un decrecimiento \$741.329,69, para llegar al final del 2007 con un valor de \$3'454.012,32.

En la siguiente tabla se observa tanto los valores en peso-kilos y FOB-dólar de las exportaciones y de las importaciones durante el periodo 2004-2008.

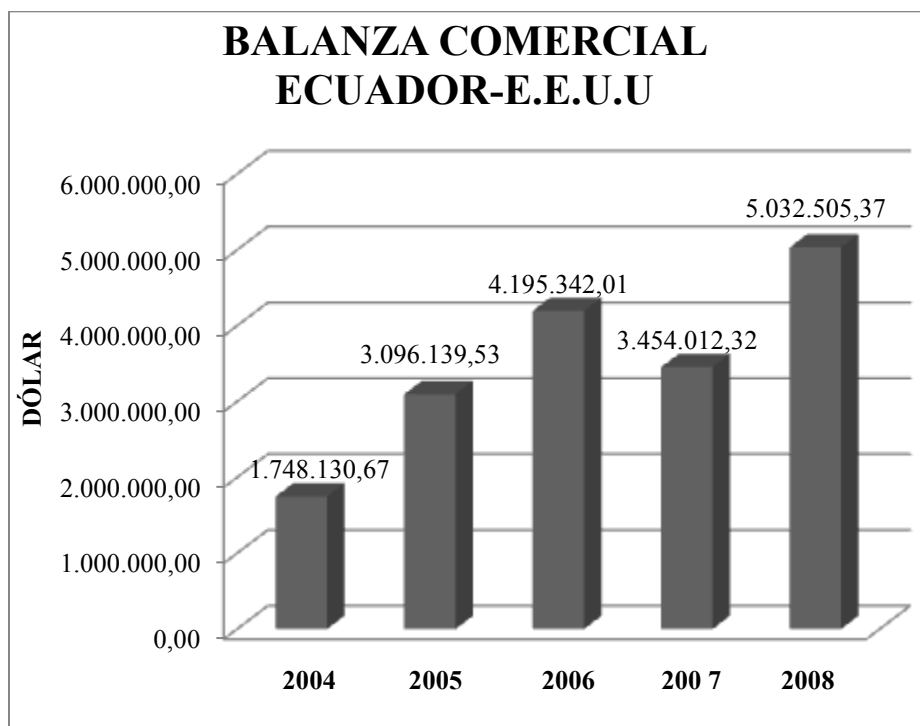
TABLA 5

RELACIONES COMERCIALES DE ECUADOR CON ESTADOS UNIDOS (cifras en miles)					
AÑO	EXPORTACIONES (X)		IMPORTACIONES (M)		BALANZA COMERCIAL
	PESO-KILOS	FOB-DOLAR	PESO-KILOS	FOB-DOLAR	XFOB-MFOB
2004	11'344.330,83	3'273.724,17	1'226.550,59	1'525.593,50	1'748.130,67
2005	14'297.181,77	3'273.724,17	1'316.011,81	1'920.733,12	3'096.139,53
2006	16'434.338,03	6'791.447,26	2'530.812,18	2'596.105,25	4'195.342,01
2007	12'679.690,27	6'142.049,92	2'192.196,42	2'688.037,60	3'454.012,32
2008	12.920.958,86	8.350.177,96	2.844.327,22	3.317.672,59	5.032.505,37

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: María José Yáñez

GRÁFICO 2



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: María José Yáñez

2.1.3.2 Relaciones políticas Ecuador-Estados Unidos durante el periodo 2004-2008.

Además de las relaciones comerciales que mantiene Ecuador con los Estados Unidos, las relaciones políticas entre ambos países son de vital importancia. Uno de los vínculos importantes hacia el país del norte es el aspecto de la migración, debido a que en Estados Unidos existe una numerosa población de ecuatorianos. Cada año se va incrementando el número de compatriotas que viajan hacia los Estados Unidos en busca del llamado “sueño americano”, que no es más que mayores ingresos mensuales para sostener a sus familias, que lamentablemente no lo pueden conseguir en el país.

Para los Estados Unidos, el país es considerado importante dentro de la situación del narcotráfico por encontrarse fronterizo con Colombia. Sin embargo esta situación ha acarreado varias diferencias políticas entre ambos estados, especialmente por la

culminación del convenio de la base de Manta, que estuvo vigente desde 1999. Otro aspecto de desacuerdo entre estas naciones ha surgido a partir de las incursiones del ejército colombiano en territorio ecuatoriano para combatir a las Fuerzas Armadas Colombianas Revolucionarias (FARC). Ecuador considera una agresión a su soberanía, mientras que Estados Unidos pide mayor cooperación para combatir el narcotráfico.

Situaciones como las expuestas anteriormente han llevado a cierta tensión en las relaciones bilaterales de los países mencionados, lo que para Estados Unidos estas tensiones están reflejadas en las posiciones que ha tomado el presidente actual Rafael Correa.

Otro claro ejemplo que ha influido en estas tensiones es la cancelación indefinida de las negociaciones del Tratado de Libre Comercio (TLC), entre ambos estados. Luego de varias rondas de negociación, el Ecuador decidió la anulación de las mismas.

Estados Unidos considera al Ecuador como un pequeño país petrolero que durante los últimos 10 años ha atravesado por una gran inestabilidad tanto económica como política⁶⁷, esto ha dificultado las inversiones en el Ecuador. Sin embargo para el año 2007 la inversión directa extranjera en el Ecuador alcanzo el \$1000'000.000. De esta el 44% provino de los Estados Unidos. Siendo el sector petrolero el centro de atracción para las inversiones.⁶⁸

2.2 Análisis de las exportaciones de banano ecuatoriano hacia los Estados Unidos.

2.2.1 El sector bananero ecuatoriano.

La actividad bananera ha sido un importante eje de impulso para la economía ecuatoriana, convirtiéndose en el tercer rubro en importancia en la economía, solo después de la actividad petrolera y de las remesas de los emigrantes. A partir de la década de los 50

⁶⁷<http://www.fas.org/sgp/crs/row/RS21687.pdf>. Fecha de acceso: 4 de Abril, 2009.

⁶⁸http://www.mmree.gov.ec/mre/documentos/ministerio/planex/Ecuador_EstadosUnidos.pdf. Fecha de acceso: 10 de Abril, 2009.

hasta nuestros años la industria bananera ha generado divisas, empleo e ingresos muy importantes para el país.

Respecto al empleo la actividad beneficia tanto directa como indirectamente a varias familias ecuatorianas, tomando en cuenta que cada jefe de familia tiene aproximadamente entre 3 a 5 cargas familiares, la población beneficiada en el país alcanza un importante número.⁶⁹

Indirectamente la industria bananera ayuda impulsar la economía de otros sectores como el transporte, las industrias de papel y cartón, la construcción, entre otros. Es por esto que el número de familias beneficiadas abarca a las relacionadas con todos los sectores que trabajan indirectamente con el sector bananero.

2.2.1.1 Estadísticas de las exportaciones de banano ecuatoriano al mercado mundial durante el periodo 2004-2008.

El Ecuador es considerado el líder en la exportación de banano a nivel mundial. Es por esto que año a año el país ha ido incrementando sus exportaciones a los diferentes mercados. Es así que en el 2004 el valor FOB alcanzó los \$ 984.941,70, pero su incremento se ha ido dando anualmente para llegar con un valor FOB de \$1'578.721,20, para el año 2008.⁷⁰ Claramente podemos darnos cuenta que la industria bananera esta en constante crecimiento, lo que es de gran beneficio para el crecimiento de la economía nacional.

En el siguiente cuadro se puede observar las variaciones que ha tenido las exportaciones de banano en el Ecuador durante el periodo 2004-2008.

⁶⁹<http://www.sica.gov.ec/cadenas/banano/docs/informe2.html>. Fecha de acceso: 17 de Abril, 2009.

⁷⁰<http://www.portal.bce.fin.ec/vtobueno/ComercioExterior.jsp>. Fecha de acceso: 14 de abril, 2009.

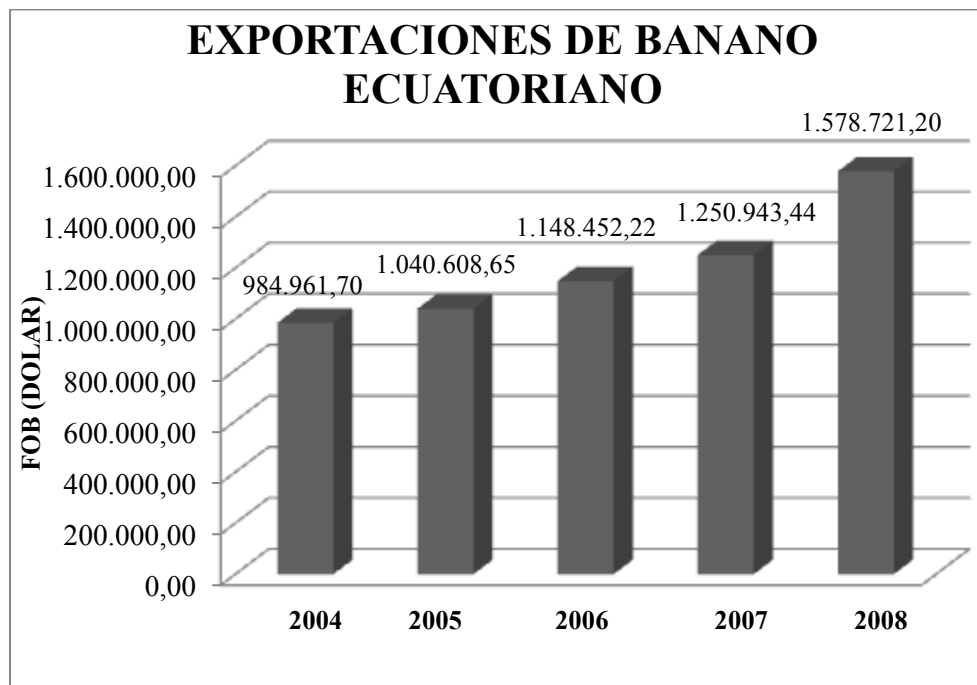
TABLA 6

EXPORTACIONES DE BANANO TIPO CAVENDISH VALERY DEL ECUADOR		
AÑO	PESO-KILOS	FOB-DÓLAR
2004	4'537.034,20	984.961,70
2005	4'653.878,26	1'040.608,65
2006	4'797.795,04	1'148.452,22
2007	5'057.072,54	1'250.943,44
2008	5'132.784,32	1'578.721,20

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: María José Yáñez

GRÁFICO 3



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: María José Yáñez

2.2.1.2 Estadística de las exportaciones de banano ecuatoriano hacia los Estados Unidos.

Dentro de los principales productos de exportación está el banano tipo cavendish vallery, cuyo principal consumidor son los Estados Unidos. Es así que las exportaciones de la fruta han ido incrementando desde el año 2004 al 2005 en un 9.43%, alcanzando un valor FOB-dólar de 223.194,66. Pero para el año 2006 tuvo un incremento del 22% a comparación del 2005 llegando al valor FOB de \$274.025,84. Sin embargo esta incremento constante en esos años tuvo una decaída de un 11.16% para el año 2007 y obteniendo un valor FOB de \$243.443,34.⁷¹ En la tabla a continuación podemos ver los valores de exportación tanto en peso como en el valor FOB-DÓLAR.

TABLA 7

EXPORTACIONES DE BANANO DE ECUADOR A ESTADOS UNIDOS			
(cifras en miles)			
AÑO	PESO (kilos)	FOB (dólar)	% TOTAL FOB BANANO PAIS (dólar)
2004	924.572,22	204.502,22	20,77
2005	956.242,21	223.194,66	21,45
2006	1'061.506,90	274.025,84	23,87
2007	937.379,80	243.443,34	19,47
2008	880.450,06	279.409,58	17,7

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: María José Yáñez

⁷¹<http://www.portal.bce.fin.ec/vtobueno/ComercioExterior/estadisticas.jsp>. Fecha de acceso: 14 de Abril, 2009.

GRÁFICO 4



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: María José Yáñez

2.3 Principales exportadores de banano en el Ecuador.

Desde que comenzó el “boom” bananero en el país en el año de 1944, se ha dado un gran incremento en el número de exportadoras de banano. Si bien al comienzo de las exportaciones de banano eran pocas las empresas dedicadas a este negocio, lo que conllevaba al oligopolio, al pasar de los años y del incremento en la producción, las inversiones en la industria bananera han aumentado considerablemente. Por lo tanto, varias compañías han decidido dedicarse a esta actividad. En el siguiente cuadro se observa las principales compañías

TABLA 8

PRINCIPALES COMPAÑÍAS EXPORTADORAS DE BANANO DE ECUADOR	
Ubesa	Bananera Noboa
Reybanpac	Cipal
Kimtech	JFC Ecuador
SWT Traders	Banana Fresh
Banana Exchange	Nelfrance
Isbelni	Oro Banana
Exp. Machala	Banone
Foraza Fruit	Vio Ecuador
Fruta Rica	Delindecsa
Exbanecua	Galdusera
Sertecban	Bananeros “El Guabo”
Yudafin	Jorcop
Bandecua	Jedesco
Fritties Ecuador	Destysa
Excelban S.A.	Lizard
Sub Banano	Brunet
Preclarcorp	Silver Fruit

Fuente: Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador

Elaborado por: María José Yáñez

A continuación se tiene una reseña de algunas compañías, principalmente de las tres compañías en las que se concentra la exportación de banana hacia los Estados Unidos, las mismas que de acuerdo a la A.E.B.E. son: Bananera Noboa, Ubesa (Dole) y Bandecua (Del Monte).

2.3.1 Bananera Noboa.

En 1946, el empresario Luis Noboa Naranjo constituyó la Exportadora Bananera Noboa (EBN). En 1964, EBN se convirtió en la principal compañía bananera en el Ecuador y exportaba cerca de un tercio de la producción del país.

La compañía tuvo gran influencia al oponerse al ingreso del Ecuador en la Unión de los Países Exportadores de Bananos (UPEB), por lo que lo tuvo más libertad y beneficios en perjuicio de los pequeños productores y trabajadores del sector bananero ecuatoriano.⁷²

La Exportadora Bananera Noboa es la cuarta compañía bananera en el mundo y es la primera exportadora del Ecuador desde 1970. Comercializa sus productos bajo diversos nombres, dependiendo de la calidad y del mercado de destino, de los cuales la principal marca es Bonita. La compañía cuenta con 10 haciendas productoras de banano que son: Clementina con más de 4000 ha, La Julia con 2500 ha, Los Álamos con más de 1200 ha, San Honorato, Martinica, Loma Larga, Ángelo María, Mercedes, Bonita Bicoca y Montaña, que se encuentran distribuidas en las provincias de Los Ríos, Guayas y El Oro.⁷³ Cabe recalcar que EBN además, compra la producción de unos 600 productores asociados y en ocasiones compra también la producción de agricultores independientes.

La compañía se ha visto involucrada en diversos problemas referentes a los precios que paga a los productores, siendo muchas veces criticada por desobedecer los precios fijados por el estado ecuatoriano, por lo mismo ha sido sancionada en varias ocasiones por el gobierno. Además ha enfrentado serios problemas por los sindicatos que se empezaron a crear dentro de las haciendas, pero la compañía los eliminó a través de la creación de tercerizadoras pertenecientes a la misma empresa.

⁷²<http://www.bananalink.org.uk/content/view/64/24/lang,esp/>. Fecha de acceso: 15 de Marzo, 2009.

⁷³<http://ecuabusiness.blogspot.com/2008/09/dole-desplaz-bana-nera-noboa.html>. Fecha de acceso: 14 de Marzo, 2009.

Otra de las críticas que ha recibido la empresa ha sido por el trabajo infantil, pero la misma ha sido justificada aludiendo que en el campo por cultura los padres hacen trabajar en la agricultura en períodos de vacaciones. Debido a estos factores la empresa es considerada por ser la compañía con peores condiciones laborales en la industria bananera.

La Exportadora Bananera Noboa es considerada en ventaja frente al resto de exportadores debido a que el Grupo Noboa es dueño de la operación marítima más grande en la industria del banano, además de prácticamente controlar la industria de agroquímicos y de cartón.

2.3.2 Ubesa (Dole).

Actualmente, la compañía Dole, que opera en algunos países bajo el nombre de Standard Fruit Company, es la compañía productora y comercializadora de fruta fresca, más grande a nivel mundial, con un cuarto de participación en el mercado internacional del banano. Es el número uno en los mercados estadounidenses y japoneses, y en tercer lugar en Europa.

Produce sus bananos en plantaciones propias o compartidas en Costa Rica, Guatemala, Honduras, Ecuador, Colombia, Camerún, Costa de Marfil, Ghana y Filipinas. En el Reino Unido, Dole tiene una participación mayoritaria de JP Fruit, la cual comercializa bananos de Jamaica, Costa Rica y recientemente África Occidental.

Dos países se han convertido como centros de actividades de Dole en el comercio bananero: Costa Rica y Ecuador. Dichos países tienen una baja capacidad o compromiso notorios para poner en práctica su propia legislación laboral y derechos laborales fundamentales.⁷⁴

Dole-Ecuador comenzó a operar en el país desde Enero de 1955 con el nombre de Estándar Fruit Company, la misma que en ese entonces era subsidiaria de Standard Fruit & Steamship Company.

⁷⁴<http://www.ubesa.com.ec/Productores/Informacion/Politica.html>. Fecha de acceso: 15 de Marzo, 2009.

Unión de Bananeros Ecuatorianos S.A. (UBESA), se funda en el año de 1958. A partir de entonces, se realizan una serie de importantes inversiones, como fincas bananeras y una fábrica productora de cartones.

Standard Fruit & Steamship Company, siendo ya subsidiaria de Dole Food Company, adquiere en 1978 las acciones de Unión de Bananeros Ecuatorianos S.A.. En 1990, la Compañía Unión de Bananeros Ecuatorianos S.A. asume definitivamente su papel de única comercializadora de banano Dole en el país.

En la actualidad Ubesa cuenta con empresas que dan servicios varios en la terminal de contenedores, puertos y zonas agrícolas. Además el Grupo Dole Ecuador es dueño de una empresa para la fabricación de cartón, Productora Cartonera, Procarsa S.A. Ubesa comercializa la fruta de fincas bananeras ubicadas en las mejores zonas productivas del país, pertenecientes en su mayor parte a productores independientes.

Exporta sus productos a Estados Unidos, Europa, Asia y Medio Oriente, generando una importante fuente de ingresos para el país. Esta empresa obtuvo la Certificación Internacional de calidad ISO 9002 en Diciembre de 1997. Norma que tiene como su principal objetivo la satisfacción de los clientes.⁷⁵

Actualmente, Dole es considerada como la empresa líder en el mercado ecuatoriano, convirtiéndose en el principal exportador de la fruta desplazando a su principal competidor Bananera Noboa. Sin embargo este repunte de la empresa, se debe a la debilidad que ha estado enfrentando la Bananera Noboa en el mercado internacional, debido a problemas con los productores, y con el estado, específicamente con el Servicio de Rentas Internas (S.R.I).

⁷⁵<http://www.labournet.org.uk/spanish/1998/banana.html>. Fecha de acceso: 15 de Marzo, 2009.

Dole cuenta también con una nueva presentación, una más pequeña de 5 kilos, en la que se exportan los dedos del racimo, los mismos que son las frutas más pequeñas que se venden a EE.UU., bajo pedido.⁷⁶

2.3.3 Rey Banano del Pacífico (Reybanpac).

Reybanpac es la empresa insignia de la Holding Favorita Fruit Company y fue fundada el 19 de Septiembre de 1977, teniendo como objetivo la exportación de banano.

Actualmente Reybanpac, cuenta con 8,000 hectáreas netas de banano, las cuales se distribuyen en la costa ecuatoriana, en las provincias de los Ríos, Guayas y El Oro. Las exportaciones efectuadas por Reybanpac han ido en constante crecimiento, desde 1 millón de cajas exportadas inicialmente a 35 millones, como promedio, en los últimos años.

El banano exportado es de la variedad Cavendish, en cajas de cartón que contienen 18,14 kg, 14 kg o 12 kg netos de fruta, conforme a las preferencias de los diferentes mercados.

Las cajas de banano que exporta Reybanpac resultan de un proceso integrado donde concurren: banano, cartón, plástico, fertilizantes, fumigación y servicios de embarque procedente de empresas de propiedad de Holding Favorita Fruit Company.⁷⁷ La empresa cuenta con la certificación ISO 9001-2000, COFACE y EUREGAP.

2.4 Precios del banano ecuatoriano en los diferentes mercados.

En el Ecuador el precio pagado al productor por caja de banano es fijado a través de un acuerdo interministerial entre el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca y el Ministerio de Industria y Competitividad.

⁷⁶http://www.corbana.co.cr/est_destino.shtml. Fecha de acceso: 14 de Marzo, 2009.

⁷⁷<http://www.reybanpac.com/html/inter.htm>. Fecha de acceso: 14 de Marzo, 2009.

De la misma manera cada país tiene su forma de regular los precios de los diferentes bienes y servicios tanto nacionales como los importados. Es así que en los diferentes mercados mundiales, el banano ecuatoriano tiene un precio referencial.

Para poder tener una idea de lo que cuesta el banano ecuatoriano en el mundo, a continuación tenemos un cuadro con los precios que pagan los importadores del producto en distintos mercados. Cabe recalcar que este es un precio promedio del año indicado, además el transporte se refiere al medio por el cual fue transportado desde el país de origen hasta su destino.

TABLA 9

PRECIO DEL BANANO ECUATORIANO EN HOLANDA

AÑO	PRECIO MINIMO (€)	PRECIO MAXIMO (€)	KG	TRANSPORTE
2004	1,90	2,00	5	Marítimo
2005	1,86	1,88	5	Marítimo
2006	2,07	2,07	5	Marítimo
2007	2,24	2,24	5	Marítimo
2008	2,00	2,04	5	Marítimo

Fuente: Centro Internacional de Comercio.⁷⁸

Elaborado por: María José Yáñez

⁷⁸<http://www.p-maps.org/Client/mns.aspx?id=83415575-f58c-4723-9b36-03ffcbbf5960>. Fecha de acceso: 1 de Septiembre, 2009.

TABLA 10
PRECIO DEL BANANO ECUATORIANO EN ESPAÑA

AÑO	PRECIO MINIMO (€)	PRECIO MAXIMO (€)	KG	TRANSPORTE
2004	2,05	2,12	1	Marítimo
2005	2,44	2,44	1	Marítimo
2006	2,50	2,50	1	Marítimo
2007	2,00	2,00	1	Marítimo
2008	2,10	2,15	1	Marítimo

Fuente: Centro Internacional de Comercio

Elaborado por: María José Yáñez

TABLA 11
PRECIO DEL BANANO ECUATORIANO EN SUECIA

AÑO	PRECIO MINIMO (€)	PRECIO MAXIMO (€)	KG	TRANSPORTE
2004	5,55	5,82	1	Aéreo
2005	5,65	5,76	1	Aéreo
2006	6,96	6,96	1	Aéreo
2008	5,80	5,80	1	Aéreo

Fuente: Centro Internacional de Comercio

Elaborado por: María José Yáñez

TABLA 12
PRECIO DEL BANANO ECUATORIANO EN FRANCIA

AÑO	PRECIO MINIMO (€)	PRECIO MAXIMO (€)	KG	TRANSPORTE
2005	1,43	1,58	1	Marítimo
2006	1,40	1,40	1	Marítimo
2007	1,53	1,53	1	Marítimo
2008	1,73	1,73	1	Marítimo

Fuente: Centro Internacional de Comercio

Elaborado por: María José Yáñez

TABLA 13**PRECIO DEL BANANO ECUATORIANO EN LOS ANGELES**

AÑO	PRECIO MINIMO US\$	PRECIO MAXIMO US\$	PESO KG	TRANSPORTE
2004	9,24	10	15	Marítimo
2005	8,89	10,49	15	Marítimo
2006	9,96	10	15	Marítimo
2007	9,53	9,79	15	Marítimo
2008	10,46	10,97	15	Marítimo

Fuente: Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA).⁷⁹

Elaborado por: María José Yáñez.

TABLA 14**PRECIO DEL BANANO ECUATORIANO EN NUEVA YORK**

AÑO	PRECIO MINIMO US \$	PRECIO MAXIMO US \$	PESO KG	TRANSPORTE
2004	9,48	9,94	15	Marítimo
2005	9,42	9,96	15	Marítimo
2006	9,45	10,42	15	Marítimo
2007	9,88	10,35	15	Marítimo
2008	11,32	12,31	15	Marítimo

Fuente: USDA

Elaborado por: María José Yáñez

⁷⁹http://www.marketnews.usda.gov/portal/fv?&repType=termPriceWeekly&paf_dm=full&repTypeChanger=termPriceWeekly&commAbr=BAN&step2=true&type=termPrice&rowDisplayMax=100&startIndex. Fecha de acceso: 11 de Noviembre del 2009.

TABLA 15**PRECIO DEL BANANO ECUATORIANO EN BOSTON**

AÑO	PRECIO MINIMO US \$	PRECIO MAXIMO US \$	PESO KG	TRANSPORTE
2004	10,47	10,47	15	Marítimo
2005	11,08	11,15	15	Marítimo
2006	11,34	11,36	15	Marítimo
2007	11,63	11,73	15	Marítimo
2008	11,72	12,91	15	Marítimo

Fuente: USDA

Elaborado por: María José Yáñez

2.5 Principales países exportadores de banano hacia Estados Unidos.

En el mundo varios son los países dedicados a la actividad bananera, la que influye drásticamente en su economía nacional. Dentro de estos existen los países conocidos como los exportadores de ‘bananos dólar’, que se encuentran en Centroamérica y Sudamérica. Estos países son: Ecuador, Costa Rica, Colombia, Guatemala, Honduras, Panamá, Brasil, México, Nicaragua, Venezuela y Perú.

Estos países están tradicionalmente bajo la influencia del dólar estadounidense, debido a las fuertes relaciones con Estados Unidos. Es importante mencionar que el crecimiento de sus industrias bananeras fue usualmente asociado con las compañías multinacionales de Estados Unidos, que controlan directa o indirectamente alrededor del 60% de las exportaciones de sus bananos.⁸⁰ Aún en Ecuador, donde las multinacionales casi no poseen tierra propia, estas son responsables de un porcentaje considerable de sus exportaciones. Los bananos representan recurso muy importante en los ingresos especialmente para Ecuador, Costa Rica y Honduras.

⁸⁰<http://www.bananalink.org.uk/content/view/130/80/lang,esp/>. Fecha de acceso: 20 de Abril, 2009.

Los principales proveedores de Estados Unidos de banano son Ecuador, Costa Rica y Guatemala. A continuación analizaré algunos rasgos sobre la producción y comercialización de Guatemala y Costa Rica hacia Estados por ser considerados los principales competidores del Ecuador.

2.5.1 Costa Rica.

2.5.1.1 Datos Generales.

Costa Rica está ubicada en Centroamérica, limitando al norte con Nicaragua, al sur con Panamá, al este con el mar Caribe y al oeste con el océano Pacífico. Esta ubicación le brinda a Costa Rica un clima tropical, con abundante vegetación y bosques húmedos. Su territorio comprende de 51.100 kilómetros cuadrados. El país posee amplias fronteras en el litoral Caribe y el océano Pacífico, en total suman 1.500 km de costas.⁸¹

Las excelentes condiciones climáticas y de los suelos en la región del Caribe permiten localizar las plantaciones bananeras destinadas a la exportación en ese lugar, convirtiéndose en una de las zonas con mejores condiciones para la industria del banano en Centroamérica.

2.5.1.2 Historia de la industria bananera.

El inicio de la industria bananera costarricense estuvo ligado al desarrollo ferroviario del país, debido a que nació por la falta de recursos que sufría la última etapa del ferrocarril del atlántico. Por tal motivo el ingeniero director de la obra Minor Keith, propuso cultivar productos exportables en las áreas cercanas a la línea férrea. Es así que en 1880 zarpa de Puerto Limón, rumbo a Estados Unidos el primer cargamento de banano con 360 racimos de la fruta.⁸²

A raíz de esta situación Costa Rica empieza ha incrementar el área sembrada y por lo tanto sus exportaciones aumentaban constantemente. Lo que ha implicado fuentes de

⁸¹http://www.corbana.co.cr/est_industria.shtml. Fecha de acceso: 7 de Abril, 2009.

⁸²<http://ww.corbana.co.cr/ubicacion.htm>. Fecha de acceso: 7 de Abril, 2009.

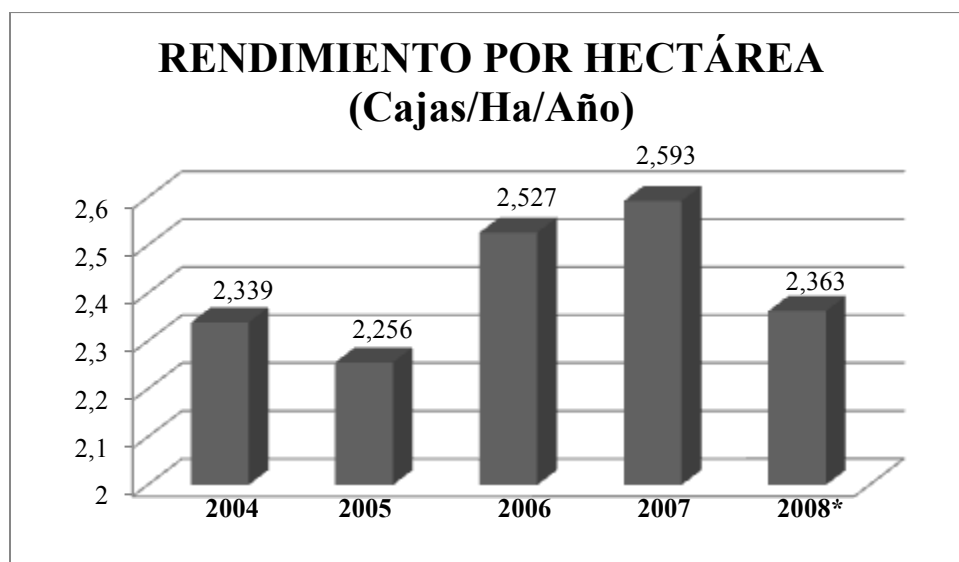
empleo y también incremento en las divisas del país. Es por esto que hoy en día Costa Rica es considerada como el segundo exportador mundial de banano.

2.5.1.3 Productividad.

De acuerdo a la Corporación Bananera Nacional de Costa Rica (CORBANA), la productividad es el resultado aritmético de dividir el volumen de exportación entre hectáreas de plantación. Es así que Costa Rica es considerada como líder a nivel mundial en cuestión de productividad bananera.

A continuación podemos observar como ha variado esta productividad durante el período 2004-2008. Cabe recalcar que en año 2007 el país ha alcanzado su mayor productividad y de acuerdo a CORBANA, esta ha sido la más alta en los últimos 15 años.

GRÁFICO 5



Fuente: CORBANA *Datos del 2008 corresponden al primer semestre

Elaborado por: María José Yáñez

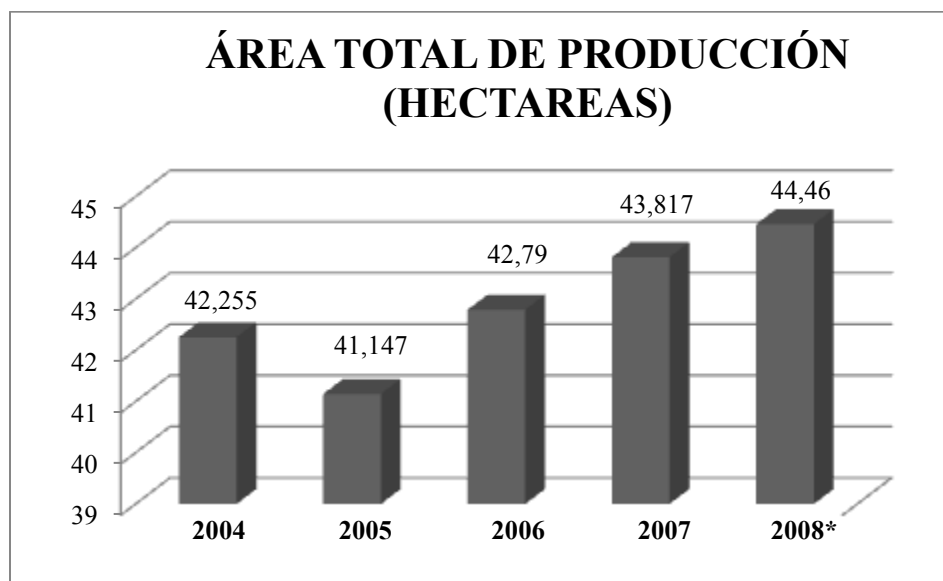
2.5.1.4 Producción y volumen de exportación.

En los últimos 4 años el área destinada a las plantaciones de banano en Costa Rica se ha mantenido estable, a pesar de tener ligeras variaciones, que no tienen mayor significado en el en área destinada a la producción.

A partir del año 2005 se han ido incrementando las hectáreas destinadas a la producción de la fruta, llegando al primer trimestre del 2008 con un total de 44.460 ha.

En el siguiente cuadro podemos observar como ha variado esta área desde el año 2004 hasta el 2008.

GRÁFICO 6



Fuente: CORBANA *Datos del 2008 corresponden al primer semestre

Elaborado por: María José Yáñez

2.5.2 Guatemala.

2.5.2.1 Datos Generales.

El nombre oficial es República de Guatemala, está ubicado en Centroamérica, con una población de 13'677.815 (2008) habitantes. Su capital es la ciudad de Guatemala, la misma que es la más poblada del país. El idioma oficial es el español. El país cuenta con una extensión de 108.889 km². Su moneda es el Quetzal. Los productos agrícolas principales son café, caña de azúcar, bananos y plátanos. También se cultiva tabaco, algodón, maíz, frutas y todo tipo de hortalizas.⁸³ En Guatemala el único metal existente en grandes cantidades es el níquel, cuya extracción se destina mayoritariamente a la exportación.

Los principales productos de exportación son: azúcar, banano, café, cardamomo y petróleo. Teniendo como principales destinos a Estados Unidos, El Salvador, Honduras, México y la Unión Europea.

Entre los principales productos de importación se encuentran la materia prima, materiales de construcción, combustibles, bienes de consumo, bienes de capital. Siendo sus principales proveedores Estados Unidos, México, La Unión Europea, El Salvador y Costa Rica.

2.5.2.2 Comercio exterior con los Estados Unidos.

Estados Unidos es el principal socio comercial de Guatemala, debido a que la mayoría de las exportaciones van dirigidas al país del norte y la mayoría de las importaciones provienen del mismo país.

Desde el año 2004 se ha notado un porcentaje estable en el incremento de las exportaciones hacia los Estados Unidos, sin embargo este porcentaje es mínimo por que no representa realmente un valor notable. En el 2004 el valor FOB-dólar alcanzó un valor de

⁸³<http://www.banguat.gob.gt/estaeco/envolver.asp?kanio=2004&kdir=ceie%5Ccg&karchivo=ceie01&ktomadir>. Fecha de acceso: 6 de Abril, 2009.

\$2'660.392,90, mientras que para el 2005 hubo un incremento del 0,97% llegando a \$2'686.448,00 de FOB-dólar. Para el 2006 en comparación del 2005 el incremento fue de 3,5%. Mientras que para el 2007 el valor FOB alcanzó un valor de \$2'903.814,30 y en el 2008 \$3'041.168,50.

En el siguiente cuadro se puede observar el incremento de las exportaciones de Guatemala hacia los Estados Unidos.

TABLA 16

EXPORTACIONES ANUALES HACIA LOS ESTADOS UNIDOS (miles de US dólar)	
AÑO	FOB-DÓLAR
2004	2'660.392,90
2005	2'686.448,00
2006	2'781.851,20
2007	2'903.814,30
2008	3'041.168,50

Fuente: Banco Central de Guatemala

Elaborado por: María José Yáñez

GRÁFICO 7



Fuente: Banco Central de Guatemala⁸⁴

Elaborado por: María José Yáñez

2.5.2.3 Industria bananera.

Los principales productos de exportación de Guatemala son el azúcar, el café y el banano. Este último ocupa un lugar muy importante dentro de la economía guatemalteca, brindando trabajo a miles de familias del país. Sin embargo esta industria se encuentra empañada debido a graves conflictos por bajos salarios que fluctúan entre los 800 quetzales (\$130) y 1.100 quetzales (poco más de \$180).⁸⁵

La industria bananera ha tenido sus altos y bajos a través de la historia. Los principales destinos del banano guatemalteco son los Estados Unidos y la Unión Europea.

En el año 2004 alcanzó un valor FOB-dólar de 228.183,80 y en el 2005 llegó a \$236.164,80. Pero para el año 2006 tuvo un decrecimiento del 8,69% en relación al año

⁸⁴<http://www.banguat.gob.gt/estaeco/envolver.asp?kdir=ceie%5Ccg&karchivo=ceie022&kto=madir=1&kname=ceie%2Fmenuhist.htm>. Fecha de acceso: 9 de Abril, 2009.

⁸⁵<http://www.eumed.net/eve/resum/o6-03/wdm.htm>. Fecha de acceso: 10 de Abril, 2009.

anterior. Su valor FOB-dólar aumento para el 2007 a \$298.773,70 y para el 2008 a \$337.261,40, como lo podemos ver en el gráfico a continuación.

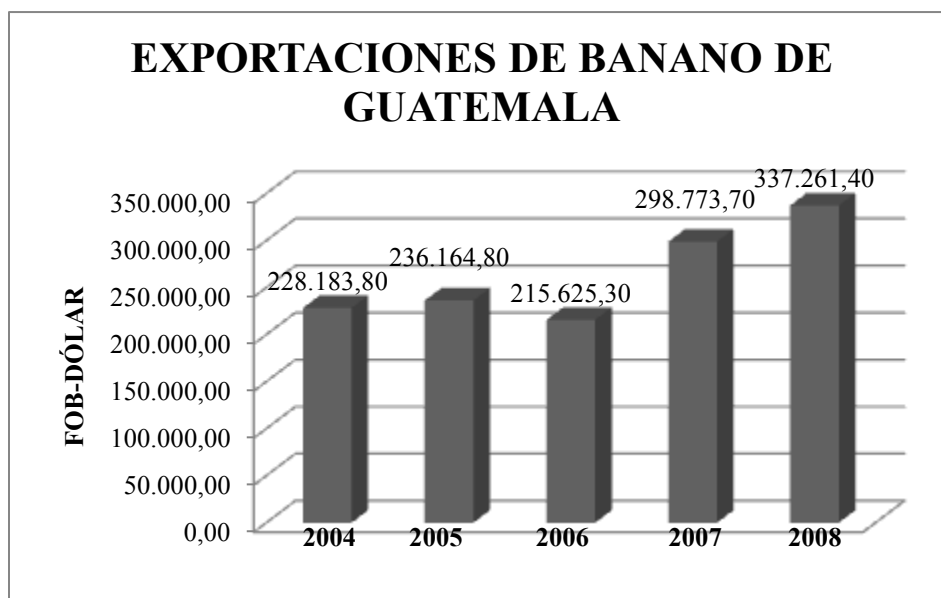
TABLA 17

EXPORTACIONES ANUALES DE BANANO DE GUATEMALA (miles de US dólar)	
AÑO	FOB-DÓLAR
2004	228.183,80
2005	236.164,80
2006	215.625,30
2007	298.773,70
2008	337.261,40

Fuente: Banco Central de Guatemala

Elaborado por: María José Yáñez

GRÁFICO 8



Fuente: Banco Central de Guatemala

Elaborado por: María José Yáñez

2.6 Acceso al mercado de Estados Unidos.

Todos los productos que son comercializados en mercados internacionales deben cumplir con ciertos requerimientos para su ingreso, dependiendo del país de destino, y las leyes y normas que rigen en el mismo, así como otros requisitos como es el caso del embalaje.

2.6.1 Normativa.

El banano es un producto admitido en los Estados Unidos, sin embargo como todos los productos alimenticios, para su importación y comercio esta sujeto a leyes y reglamentos. Las diversas leyes y reglamentos buscan proteger la salud humana, animal y vegetal, además de garantizar la calidad e inocuidad de los alimentos.

Para el ingreso de productos agrícolas frescos a dicho mercado es necesario cumplir con las normas de diferentes agencias encargadas de hacer cumplir los requisitos de los productos importados. Entre las principales agencias tenemos: el Servicio de Comercialización Agrícola del Departamento de Agricultura de los EE.UU., la Agencia para la Protección del Ambiente y la Agencia del Departamento de Salud de EE.UU.⁸⁶

2.6.1.1 Servicio de Comercialización Agrícola.

El Servicio de Comercialización Agrícola del Departamento de Agricultura de los EE.UU, conocido como USDA-AMS, por sus siglas en inglés, es el encargado de administrar programas que faciliten la eficiente y justa comercialización de productos agrícolas.⁸⁷

⁸⁶<http://www.profiagro.org/archivos/file/profiagro/descargas/resumen-problemas-de-ingreso-productos-eeuu-y-ue.pdf>. Fecha de acceso: 5 de Febrero, 2010.

⁸⁷<http://www.ams.usda.gov/AMSV1.0/ams.fetchTemplateData.do?template=TemplateD&navID=AboutAMS&topNav=AboutAMS&page=AboutAMS&acct=AMSPW>. Fecha de acceso: 5 de Febrero, 2010.

2.6.1.2 Agencia para la Protección del Ambiente.

La Agencia para la Protección del Ambiente, conocida como EPA, por sus siglas en inglés, es la encargada de proteger el ambiente y la salud humana. Esta agencia registra todos los pesticidas permitidos y define los límites máximos que pueden tener los alimentos frescos o procesados.⁸⁸

2.6.1.3 Agencia del Departamento de Salud.

Esta agencia conocida como FDA, por sus siglas en inglés, es la responsable de garantizar la inocuidad de los alimentos, a excepción de la carne, aves de corral y de algunos productos echo a base de huevo⁸⁹

2.6.2 Embalaje.

El banano es introducido en los EE.UU. en embalajes de madera, los mismos que son fabricados con madera en bruto. Para su ingreso a dicho país, estos deben ser tratados para impedir el alojamiento de plagas, por lo que EE.UU. exige que estos cumplan con la Norma Internacional para Medidas Fitosanitarias (NIMF).⁹⁰

La norma mencionada describe las medidas que deben ser tomadas y aceptadas por todos los países para eliminar el riesgo de ingreso de nuevas plagas o enfermedades asociadas con el embalaje de madera, fabricado de madera en bruto de coníferas y no coníferas, utilizado en el comercio internacional.

⁸⁸<http://www.profiagro.org/archivos/file/profiagro/descargas/resumen-problemas-de-ingreso-productos-eeuu-y-ue.pdf>. Fecha de acceso: 5 de Febrero, 2010.

⁸⁹<http://www.profiagro.org/contenido.ks?categoriaId=1932&modo=-1&rs=N>. Fecha de acceso: 5 de Febrero, 2010.

⁹⁰<http://www.fedexpor.com/contenido.php?idContenido=40>. Fecha de acceso: 6 de Febrero, 2010.

2.7 Conclusiones.

El sector bananero es muy importante dentro de la economía ecuatoriana, sin embargo no se le ha dado la atención necesaria. Es por esto que se encuentra en un caos, por diversos problemas, y sobre todo por la monopolización de las grandes exportadoras que son las que controlan el sector.

Estados Unidos no solo es el principal importador de banano ecuatoriano, sino también es el principal socio comercial del Ecuador. Si bien las relaciones últimamente no han sido las mejores debido a situaciones políticas y al fracaso del Tratado del Libre Comercio, a lo largo de la historia, la relación comercial entre los países ha sido estable.

CAPITULO 3

PROPUESTA

3.1 Sugerencias para el mejoramiento de la imagen de la marca país del banano ecuatoriano.

La imagen de un producto es un factor fundamental para su acogida por parte de los consumidores y por consiguiente para el éxito o fracaso en su venta. Como hemos explicado anteriormente en los últimos años la marca país ha ido adquiriendo gran fuerza en diferentes mercados especialmente relacionados con el turismo. Pero en el Ecuador no ha tenido gran impacto la marca país. Quizás internamente hemos escuchado de la campaña que se ha venido realizando para promover en producto ecuatoriano, pero internacionalmente poco o nada se ha hecho.

Creo que es necesario dar a conocer los productos ecuatorianos a nivel internacional y difundir las grandes cualidades y valores agregados que poseen.

A continuación me enfoco en la imagen del banano ecuatoriano y en sugerencias para mejorar la misma a nivel internacional.

3.1.1 Sector bananero.

Para crear una imagen de marca nacional es necesario analizar al sector que se quiere difundir. Me refiero al sector porque de esta manera se facilita una campaña de difusión puesto que enfocándonos a un solo sector se puede dar un mayor relieve a las capacidades y cualidades del mismo.

Para asumir que el sector bananero es apto para crear una imagen marca nacional me he basado en diversos factores.

1. Es el mayor sector productivo del país, siendo el que ocupa el segundo lugar en las exportaciones después del petróleo.
2. Tiene un incremento en el volumen de exportaciones cada año, como lo podemos notar en la tabla 6, lo que demuestra que es un sector que se va fortaleciendo cada vez mas.
3. Gracias a la Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador, se podría trabajar conjuntamente con todo el sector, debido que ahí están agremiados los principales exportadores de la fruta.
4. El banano ecuatoriano posee una buena imagen en los diferentes mercados como es el caso de los Estados Unidos y Europa, lo que facilitaría la difusión de la marca nacional.
5. El esfuerzo sería justificado debido a la cantidad de empresas y de familias que se encuentran inmersas en la actividad bananera, y por lo que este sector contribuye a la economía nacional.

3.1.2 Objetivo.

El objetivo principal de la imagen del banano ecuatoriano como marca país es básicamente el incrementar las exportaciones del producto a largo plazo, decimos a largo plazo porque la marca país toma varios años en dar resultados, debido a lo que esta implica. Podemos tomar como ejemplo el caso del café colombiano, este proceso ha llevado años y sigue necesitando de más años para que la gente de los diferentes mercados acepte y reconozca a Colombia por su exquisito café de calidad.

3.1.3 Recursos económicos.

El crear una marca nacional implica una fuerte inversión, si bien la CORPEI ha sido la entidad encargada del manejo de la marca Ecuador, lamentablemente la misma solo se ha enfocado en las flores y el cacao, asilando de cierta manera al banano.

Además se debe tomar en cuenta que si bien la CORPEI ha sido la encargada del proyecto de la marca país, sin embargo por parte del presidente Rafael Correa se ha anunciado que esta entidad ya no recibirá las aportaciones obligatorias de los exportadores e importadores, así como la intención de crear una agencia adscrita al Ministerio de Relaciones Exteriores y Comercio Exterior para la promoción de exportaciones.⁹¹ Por lo tanto, a futuro no se sabe exactamente si esta entidad seguirá o no encargada de la promoción de la marca país.

Para empezar a difundir la imagen del banano ecuatoriano se necesita la asignación de recursos por parte del gobierno, los mismos que serían a través del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, ya que no se puede dejar solo a la CORPEI o a la entidad que la reemplace, o a la AEBE esta responsabilidad, el esfuerzo debe ser mutuo entre estas tres entidades. Claramente no nos podemos referir a cifras exactas pero sin recursos no se puede sacar adelante este proyecto que va ser de gran beneficio para todo el país, tomando en cuenta la importancia de las exportaciones de banano para la economía nacional.

Los recursos son necesarios para poder no solo difundir la marca en el mundo si no para realizar un estudio previo de la imagen que ya se tiene del banano ecuatoriano en el mundo.

Se necesita valorar al producto y sus características, capacitar a las personas que se deben involucrar y trabajar en el proyecto. Todo esto requiere de una fuerte inversión.

3.1.4 Determinación de una idea central.

Para poder tener una idea central de lo que se quiere mostrar al mundo del banano, es necesario realizar un análisis de las fortalezas y debilidades que tiene el sector, además de la percepción que se tiene del país, tanto interna como externamente.

⁹¹<http://www.eluniverso.com/2009/09/15/1/1356/corpei-entrara-pelea-competencias.html>. Fecha de acceso: 10 de Febrero, 2010.

Desde mi punto de vista una de las percepciones positivas sería la calidad del banano que se ha ido adquiriendo para que puedan entrar a los mercados internacionales. Como todos sabemos los diferentes mercados tienen ciertos requerimientos para los productos que ingresan a su territorio. Otro aspecto que se puede asociar es que el Ecuador cuenta con un área geográfica idónea para el cultivo de la fruta, de cierta manera esta se la podría asociar con la imagen turística que tiene el país, la misma que si ha tenido gran difusión a nivel internacional.

Sin embargo la imagen del sector bananero se ha visto empañada por los sonados escándalos de trabajo de menores de edad en las plantaciones lo que incurre en un irrespeto a los derechos humanos, el salario injusto que es percibido por los trabajadores del sector, y sobre todo el precio considerado injusto que es pagado a los pequeños productores que se sienten abusados por parte de las grandes exportadoras.

Tomando en cuenta lo antes mencionado, creo que la calidad sería la idea central del mensaje que se debe difundir.

3.2 Recomendaciones para mejorar la imagen del sector bananero ecuatoriano a nivel mundial.

Anteriormente nos referimos a la imagen del banano ecuatoriano como marca país, pero en esta ocasión me refiero a la imagen del sector bananero a nivel mundial, en lo referente al respeto de los derechos humanos, de las leyes laborales, y del ambiente idóneo necesario para conservar la salud y el bienestar de los trabajadores.

3.2.1 Trabajo infantil.

Si bien las leyes ecuatorianas prohíben el trabajo de menores de edad, en las bananeras es usual que se encuentre a niños trabajando ilegalmente.

Para poder controlar esto creo que es indispensable la intervención del gobierno, el mismo que debe controlar y hacer respetar las condiciones laborales. Las bananeras que permitan el trabajo de menores deben ser sancionadas por incumplir la ley y promover el maltrato y abuso de los infantes. Solo con el respectivo control se podrá eliminar el trabajo infantil.

También las entidades que controlan los derechos humanos deberían hacerse presentes y evitar que se siga agrediendo los derechos de los más desprotegidos que son los niños.

Además el Ministerio de Inclusión Social, debería encargarse de concienciar a los padres de estos menores, de los riesgos que corren al permitir el trabajo de los menores. El único medio que puede ayudarles en un futuro a los niños es la educación, por lo que este ministerio debería realizar programas para reinserta a los menores a las escuelas.

3.2.2 Sindicatos.

Para evitar los despidos ilegales, violencia e intimidación que se dan en las grandes bananeras como consecuencia de intentos de actos sindicales, creo que primero es necesario que se brinde capacitación a los empleados por parte del gobierno, para darle a conocer sus derechos y las condiciones en las que deben trabajar.

Los sindicatos son permitidos por las leyes laborales ecuatorianas. A su vez estos sindicatos deben acatarse a estas leyes para su constitución.

Para poder hacer respetar los derechos de los trabajadores se debe exigir la elaboración de contratos para los empleados, porque de esa manera podrán recibir todos los derechos y prestaciones que por ley les corresponde y sobre todo tener una base que los respalde. La mayoría de trabajadores trabajan sin contratos y por ello aceptan salarios bajos, para evitar ser despedidos.

La única manera de controlar este tipo de abusos por parte de las bananeras es haciéndoles respetar la ley, para que los trabajadores tengan empleos estables, bien remunerados, y en condiciones idóneas para su bienestar.

Si se cumplen las leyes laborales, el sector bananero trabajara legalmente, evitando que su imagen a nivel mundial se vea empañada por los diferentes escándalos que indignan a las empresas y consumidores de EE.UU, quienes exigen un comercio justo, respetando los derechos humanos y derechos laborales.

3.3 Ideas de nuevos productos derivados de banano exportables.

Lamentablemente el Ecuador solo se ha enfocado en ciertos productos para la exportación, sin tomar en cuenta que de estos mismos se pueden conseguir mayores beneficios, al utilizarlos completamente.

En el caso del banano creo que un ejemplo claro de que podemos sacar provecho de sus derivados que pueden ser exportados y también utilizados para el consumo interno del país. Si bien mi conocimiento en casi nulo respecto a producción de alimentos, creo que entre los productos que nos serían útiles tanto para exportar a los EE.UU. y para la venta interna se encuentran los siguientes:

3.3.1 Harina de banano.

Si bien este producto es comercializado internamente en el país, no ha tenido una gran aceptación pero creo que debido a la falta de difusión. Pienso que su comercialización internacional podría abrir una gran puerta para los pequeños productores de banano, los mismos que podrían especializarse en esta área para lograr su expansión tanto en el mercado local como en el internacional.

La harina de banano ecuatoriano podría alcanzar una gran acogida por sus nutrientes y por su sabor, esta podría ser utilizada como reemplazo de la harina de trigo para realizar diversas recetas o mezclas.

3.3.2 Dulce de banano.

Este producto básicamente podría ser comercializado en las diferentes cadenas de supermercados de EE.UU, tales como Wall Mart, Kroger Co, Safeway Inc, Supervalu Lu, Ahold USA Inc, Publix Super Markets, los mismos que se encuentran en los primeros lugares del ranking de los 25 principales supermercados en EE.UU (Corpei,113). La preparación del mismo no requiere de gran tecnología o inversión, por lo que podría en principio ser muy beneficioso para las familias que se encuentran inmersas dentro del sector bananero. Para poder exportar este producto, primero se debería capacitar a micro empresarios para que cumplan con las debidas normas y cuidados en la producción y comercialización del mismo.

3.3.3 Galletas de Banano.

Es conocido que Estados Unidos es un gran consumidor de este tipo de producto, por lo que seria bueno que el Ecuador pueda introducir galletas de banano a ese mercado. Además es importante recalcar que seria un producto con altos nutrientes, lo cual contribuiría a una dieta sana.

3.3.4 Compota de banano.

Al hablar de la compota de banano me refiero al alimento que es utilizado para infantes. En nuestro país así como en el resto del mundo estos productos para infantes gozan de una gran demanda. Es conocido que los pediatras acostumbran a recomendar la ingesta de estas papillas a niños debido a los nutrientes y vitaminas con las que se cuentan. Debido a esto creo que sería una excelente opción introducir este producto al mercado estadounidense. Debemos tomar en cuenta que nosotros les proveemos de banano, mientras que EE.UU lo

utiliza para elaborar productos derivados de este como es el caso de las compotas que el Ecuador las importa. Por lo mismo deberíamos nosotros mismo elaborarles y venderlas al mercado estadounidense.

3.3.5 Pulpa de banano.

La pulpa de banano es un producto utilizado para diversos fines, como es el caso de la pulpa congelada que puede ser utilizada para la elaboración de jugos, batidos, helados, yogurt, entre otros. Además es utilizada para fines medicinales. En partes de América central, la pulpa del banano cocinada se da como un remedio para la diarrea.⁹² Este producto podría ser una opción para el comercio con los EE.UU, tomando en cuenta las grandes cadenas de supermercados que podrían distribuir el mismo.

3.3.6 Escamas de banano.

Producido a partir del banano maduro pelado, tamizado, pasteurizado deshidratado en tambor a vapor. Es utilizado para mezclas de frutas secas; preparación de bebidas, ingrediente para tortas, etc.⁹³ Si tomamos en cuenta que el banano es un producto que tiene gran demanda en los EE.UU, por lo que se debe aprovechar y exportar este tipo de productos que son derivados del banano.

3.3.7 Esencia de banano.

Esta es producida por la condensación de los componentes volátiles en una base de agua pura natural del banano. Produce un efecto natural a banano maduro cuando es usado especialmente en bebidas refrigeradas y en productos lácteos refrigerados ó congelados. Puede ser usado también en combinación con el puré de banano y otros ingredientes para mejorar el aroma de banano en un producto.⁹⁴

⁹²http://www.ladosis.com/articulo_interno_nd.php?art_id=117#2. Fecha de acceso: 4 de Enero, 2010.

⁹³<http://www.confoco.com/confoco/banano>. Fecha de acceso: 12 de Diciembre, 2009.

⁹⁴<http://www.confoco.com/confoco/banano>. Fecha de acceso: 12 de Diciembre, 2009.

3.3.8 Torta de banano.

La torta de banano es un producto que podría ser exportado hacia los EE.UU, debido a los grandes beneficios para la salud de la fruta, este tipo de producto tendría gran acogida en las cadenas de supermercados. Este producto tiene cabida en casi todas las dietas, incluidas las de diabetes y adelgazamiento, claro esta que se debe tomar en cuenta la ración de consumo.⁹⁵ Por sus propiedades nutritivas, su consumo es muy recomendable para los niños, los jóvenes, los adultos, los deportistas, las mujeres embarazadas o madres lactantes y las personas mayores.

3.3.9 Bocaditos de banano.

Al hablar de bocaditos de banano me refiero a los diferentes postres pequeños que se pueden elaborar con la harina del banano, y la fruta en sí. Estos podrían ser diferentes variedades de arepas, budines, muffins, entre otros. Estos productos se podrían comercializar fácilmente en los supermercados y podrían ser utilizados para el consumo en los hogares estadounidenses y para cualquier tipo de eventos como matrimonios, fiestas, entre otros, en donde es común el consumo de este tipo de producto.

3.3.10 Pan de banano.

El pan es un alimento esencial en la dieta de los latinoamericanos, y si tomamos en cuenta el numero de inmigrantes latinoamericanos que viven en los EE.UU, este producto iría directamente dirigidos a ellos. Claro esta que también tendría acogida dentro de las familias estadounidenses. Este producto es fácil de preparar, simplemente se debería seguir las normas de calidad y los diversos procesos para prolongar su duración.

⁹⁵<http://www.alimentacion-sana.com.ar/informaciones/Chef/banana.htm>. Fecha de acceso: 10 de febrero, 2010.

3.4. Recomendaciones para estimular la producción nacional.

3.4.1 Tecnificación.

Dentro de la agricultura la tecnología es un factor de suma importancia, porque permite optimizar la producción. Sin embargo dentro de la producción bananera ecuatoriana, la tecnología no es precisamente un factor que ha sido tomado en cuenta. Es importante tomar en cuenta que la mayoría de productores son pequeños y medianos, los mismos que no poseen ni recursos económicos para tecnificar la producción y en su mayoría tampoco poseen el conocimiento necesario sobre esta área. Es por ello que la intervención del gobierno es necesaria, primero ayudando a los pequeños y medianos productores recursos económicos para que puedan mejorar su producción e incrementarla. Especialmente el gobierno debería crear proyectos que faciliten la adquisición de tecnología necesaria para la irrigación, el drenaje, la conservación y sanidad, que son vitales para lograr una agricultura exitosa.

Ligada a la tecnología se encuentra los recursos económicos que es lo que impide a los productores adquirir tecnología.

3.4.2 Recursos económicos.

Básicamente los recursos que necesitan los productores deberían ser facilitados por el gobierno a través de la Banco Nacional de Fomento (B.N.F). Si bien en la actualidad B.N.F brinda microcréditos a los agricultores, estos deberían ser mas accesibles, sin tanta dificultad para su tramitación. Se debe tomar en cuenta que los pequeños productores necesitan estos créditos para las fumigaciones, fertilización y demás labores en sus plantaciones, que son requeridas de suma urgencia, y que están no pueden esperar hasta que se realicen los diversos tramites largos y complicados en la B.N.F, por lo creo que se debería dar prioridad y agilizar los mismos.

3.4.3 Fumigaciones.

Como lo hemos mencionado anteriormente la fumigación es fundamental en el sector agrícola, y más aún dentro del cultivo de banano, por las diferentes plagas que se deban combatir. En este punto, pienso que para la reactivación del sector bananero por parte del gobierno, las fumigaciones gratuitas serían de gran ayuda, especialmente en las épocas bajas para el sector y debido a la crisis por la sequía que afronta el país.

3.4.4 Capacitación.

Desde mi punto de vista, este es el punto principal dentro de estas recomendaciones, debido a que en su mayoría, los productores son personas con bajos niveles de educación. Y por más que accedan a créditos, y a la tecnología, sin la debida capacitación no podrán realizar un buen uso de esos recursos. La capacitación debe ser continua por parte del Ministerio de Agricultura.

3.4.5 Nuevos mercados.

Las exportaciones de banano del Ecuador tienen como principales destinos a Europa y Estados Unidos, entre otros. Si bien en los últimos años las exportaciones se han ido incrementando, muchas veces ha existido sobre producción. Lo que ha ocasionado grandes perjuicios a los productores que aparte de aceptar valores inferiores al precio oficial, en muchas ocasiones se quedan con la fruta. Creo que la mejor manera de evitar estos perjuicios es con la búsqueda de nuevos distribuidores dentro del mercado de EE.UU. Esta actividad debería estar a cargo de entidades como la CORPEI, o de la entidad que vaya a encargarse de la promoción de las exportaciones.

El banano es un producto altamente consumido en los EE.UU, se debe buscar la distribución del mismo en las grandes cadenas de supermercados. Si bien el banano ecuatoriano tiene presencia en la mayoría de estados, con la venta del mismo en más supermercados, la demanda podría incrementar.

3.5 Recomendaciones para lograr un precio justo para los productores y respeto del banano.

A continuación presento ciertas recomendaciones que pueden ser de utilidad para lograr un precio justo de la fruta.

3.5.1 Productividad.

La productividad es el factor más importante que ayudará a lograr un precio justo. Para comprender este punto, es importante tomar en cuenta que los precios internacionales del banano fluctúan según la época, ya sea época alta o baja refiriéndonos a la demanda del producto. Cuando nos encontramos en época baja, los precios tienden a bajar, por la poca demanda, sin embargo no quiere decir que los costos de producción y comercialización también bajen. Es aquí cuando los productores y exportadores sufren grandes pérdidas porque el precio oficial en el país baja al igual que el precio en los diferentes mercados internacionales. Dentro de este problema surge otro que es que los exportadores incumplen el precio mínimo de sustentación y pagan valores inferiores a los productores, que vienen a ser los más perjudicados.

Pero si los productores incrementan su productividad, los costos serán diferentes porque tendrán mayor cantidad del producto, por lo tanto los costos que no varían podrán ser divididos para mayor cantidad de producto. Y cuando los precios bajen, podrán obtener rentabilidad, así sea con márgenes pequeños, pero obviamente ya no trabajarán a pérdida. Para lograr el incremento de la productividad se necesita que el gobierno adopte medidas en beneficio de los pequeños productores que son los más afectados.

3.5.2 Control del sector bananero.

Si bien el precio oficial del banano se obtiene en base a un análisis de los costos de la producción, el problema se da cuando los exportadores no respetan ese precio, siendo los productores los perjudicados. Al ser estos pequeños productores y sobre todo por la falta

de organización entre ellos, no han podido hacer respetar este precio. Aunque la ley del banano, estipula sanciones hacia los exportadores que incurran en el irrespeto del precio, nada se ha podido hacer para controlarlos mucho menos sancionarlos.

El gobierno es el ente que puede ejercer el control sobre el sector, por lo tanto debe realizar acciones inmediatas para proteger a los productores. Nada se saca si se tiene la ley pero si esta no es ejecutada.

3.5.3 Regularización de productores.

Dentro de los productores, los más vulnerables ante los exportadores son los productores informales, quienes aceptan valores muy por debajo del precio oficial. Estos pequeños productores no son capaces de denunciar a las grandes exportadoras por temor de que no les vuelvan a comprar su producto. Para poder ayudar a estos productores es necesaria su regularización a través del Ministerio de Agricultura. Si estos no constan como productores no podrán recibir los beneficios que la ley les da. Por este motivo creo que es indispensable que el Ministerio de Agricultura trabaje conjuntamente capacitándolos y dándoles a conocer las leyes para que puedan ejercer sus derechos y evitar la explotación por parte de las grandes exportadoras, y de los intermediarios o conocidos como “cuperos” quienes abusan al ejercer ilegalmente esa actividad.

3.5.4 Sistema de Pagos Interbancarios.

De acuerdo al Banco Central del Ecuador (BCE), el Sistema de Pagos Interbancarios (S.P.I) “es una cámara de compensación de transferencias electrónicas de fondos, donde las instituciones participantes presentan al Banco Central del Ecuador, las órdenes de pago que sus clientes han dispuesto a favor de clientes en otras instituciones participantes para la correspondiente compensación y liquidación en sus cuentas”.⁹⁶

⁹⁶<http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/ServiciosBCentral/SistemaPagos/EsquemaSPI.pdf>.
Fecha de acceso: 19 de Enero, 2010.

La reforma hecha a la Ley de Banano, establece la utilización del S.P.I, para controlar que los productores de banano reciban un justo precio por la fruta.⁹⁷ El problema radica en que no se cumple con esta ley y no dan las sanciones. Si los exportadores realizan los pagos a través de este sistema, ya no será necesario las denuncias para controlar el respeto del precio justo, simplemente a través del BCE se podría ver quienes pagan y quienes no el precio oficial.

No se puede aceptar que siendo en precio oficial a la fecha de enero del 2010 de \$ 5,40 por caja de fruta, en estos días se comercialice entre \$1,20 y \$2,50, según denuncias de productores.⁹⁸

3.6 Conclusiones.

El sector bananero necesita de medidas urgentes por parte del gobierno para controlar el caos en el que se encuentra. De la misma manera el resto de actores que son los productores y exportadores, deben juntar esfuerzos para sacar adelante al sector.

El fortalecimiento de la marca país, será de vital importancia para encontrar nuevos mercados para la fruta, y para posicionar al banano ecuatoriano en los mercados internacionales en los que ha entrado.

Además se debe trabajar para borrar la mala imagen a nivel mundial que tiene el sector bananero por los escándalos producto del irrespeto de los derechos humanos y problemas sindicales.

Si se quiere que el país siga siendo el primer país exportador de banano en el mundo, se necesitan soluciones inmediatas dentro del sector, para incrementar la productividad, y lograr un precio justo que beneficie a productores y exportadores.

⁹⁷http://www.derechoecuador.com/index.php?option=com_content&task=view&id=5219&Itemid=555. Fecha de acceso: 19 de Enero, 2010.

⁹⁸<http://www.eluniverso.com>. Fecha de acceso: 19 de Enero, 2010.

CAPITULO 4

CONCLUSIONES

1. El comercio internacional brinda a los países la posibilidad de abrir fronteras para que sus productos lleguen a todo el mundo, lo que es de gran beneficio para la economía de los mismos. Para que funcione de una manera correcta se requiere diversas herramientas como son los incoterms, acuerdos comerciales, aranceles, entre otros. Así como de la intervención de organismos internacionales que son los encargados de regular el comercio internacional.
2. Dentro de la economía ecuatoriana, las exportaciones de banano ocupan un lugar muy importante, siendo superadas únicamente por el petróleo, en cuanto a exportaciones se refiere. Por lo tanto son miles las familias beneficiadas por esta actividad. Se debe tomar en cuenta que no solo son los productores, sino diversos sectores que trabajan indirectamente para esta actividad.
3. Plagas y enfermedades afectan a los cultivos de banano, las que en varias ocasiones han devastado hectáreas de los mismos. Es por esto que el sistema fitosanitario es esencial y sobretodo debe ser tratado con el mayor cuidado para permitir la obtención de una fruta de excelente calidad y que cumpla los requerimientos de los mercados internacionales.
4. La actividad bananera ha atravesado por diversos problemas a través de la historia, lo lamentable es que continúen hasta la fecha sin que nadie haya intervenido para encontrar una solución y sacar adelante esta actividad que tantos beneficios da al país. Entre los principales problemas se encuentran los relacionados con el proceso de comercialización, el precio de la fruta; el mismo que no es respetado por los exportadores, causando grandes pérdidas a los productores. Así mismo problemas referentes a las fluctuaciones de los precios internacionales, que en la temporada baja, no recompensan la inversión requerida para la producción y comercialización de la fruta.

5. Dentro del sector bananero existe gran desigualdad debido a que en su mayoría la comercialización del producto se encuentran a cargo de las principales exportadoras como lo son Exportadora Noboa, Ubesa (Dole) y Reybanpac. Estas han monopolizado el sector afectando a los pequeños productores y también a las pequeñas exportadoras que son incapaces de competir en términos equitativos con estas empresas.
6. Estados Unidos es el principal socio comercial del Ecuador, y de igual manera dentro de las exportaciones de banano mantiene ese lugar. Si bien existe el ATPDEA, el banano posee un arancel de 0 debido al concepto de la nación más favorecida. Por lo que la anulación de esa ley no afectaría a las exportaciones de la fruta.
7. Si bien existen leyes para regular la comercialización y producción del banano, estas no se cumplen. No existen sanciones para las compañías que incumplan con la ley, por lo que estas continúan desobedeciendo las leyes sin que nadie los controle. Los derechos humanos son violados dentro del sector bananero, y los derechos laborales no se cumplen, resultando afectados los miles de trabajadores del área. Debido a estos a los empresarios estadounidenses les resulta inaceptable trabajar con compañías con este tipo de problemas.
8. El comercio justo debe ser promovido dentro del sector, porque de lo contrario la imagen del sector en los EE.UU continuará empañada, lo que conlleva a que la demanda del banano ecuatoriano sea afectada por su imagen.
9. Si bien las exportaciones de banano generan grandes beneficios para la economía del país, se debe diversificar la oferta con productos derivados de la fruta, los mismos que podrán ser acogidos en el mercado estadounidense.
10. El debido manejo y promoción de la marca país, enfocado en el banano, permitirá el fortalecimiento del mismo en los EE.UU, lo que favorecerá al sector. Se debe asumir con gran responsabilidad la difusión de la imagen de los productos ecuatorianos.

11. Por lo anteriormente mencionado, se requiere la intervención urgente del estado para regular y controlar este sector. Pero la intervención debe ser justa sin beneficiar únicamente a las grandes compañías como ha pasado hasta el momento. Se necesita de inversión por parte del gobierno para reactivar la producción interna del país, y continuar con esta actividad que genera beneficios para la economía del país.

ANEXO 1

CLASIFICACION DE LOS INCOTERMS

Grupo C.

Este grupo de términos es utilizado cuando el vendedor contrata y paga el costo del transporte hasta un destino acordado sin asumir los riesgos inherentes al transporte.⁹⁹ Dentro de este grupo se encuentran los siguientes términos:

Costo y flete.

El término costo y flete (CyF) implica que la mercadería es puesta en puerto de destino, con flete pagado pero no seguro cubierto. Esto exige al vendedor el despacho aduanero de la mercancía para la directa exportación y solamente puede ser utilizado para el transporte marítimo. (Estrada, 35)

Costo, seguro y flete.

El Costo, Seguro y Flete (CIF) por su abreviatura en inglés, implica que el vendedor realiza la entrega cuando la mercadería sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido.¹⁰⁰ El vendedor debe pagar los costos, el flete y el seguro necesarios para llevar la mercancía al puerto de destino.

Transporte pagado hasta.

A este término se lo conoce como CPT por sus abreviaturas en inglés (*Carriage Paid To*), el mismo que significa que el vendedor realiza la entrega de la mercancía cuando la pone a disposición del transportista designado por el. (Estrada, 36)

⁹⁹ <http://www.eumed.net/cursecon/dic/incoterms.htm>. Fecha de acceso: 2 de Agosto, 2009.

¹⁰⁰ <http://www.e-salinasc.com/incoterms6.htm>. Fecha de acceso: 2 de Agosto, 2009.

Transporte y seguros pagados hasta.

Este término conocido como CIP por sus siglas en inglés (*Carriage and Insurance Paid to*), implica que el vendedor realiza la entrega cuando la pone a disposición del transportista y además de adquirir un seguro de transporte hasta que la mercancía haya sido entregada.

Grupo D.

Dentro de este grupo se encuentran los términos DAF, DES, DEQ, DDU y DDP.

Entrega en frontera, lugar convenido.

Llamado DAF, por sus siglas en inglés (*Delivery At Frontier*), implica que el vendedor entregue la mercancía en el lugar de frontera acordada, pero antes de aduana fronteriza.¹⁰¹

Entrega en barco, puerto de destino convenido.

El DES, por sus siglas en inglés (*Delivered Ex-Ship*), implica que la mercancía debe ser puesta a disposición del comprador a bordo del buque, sin despacharla de aduana para la importación, en el puerto de destino convenido. (Estrada, 39)

Entrega en lugar de destino convenido sin pago de tributos.

El DDU, por sus siglas en inglés (*Delivered Duty Unpaid*), quiere decir que el vendedor ha cumplido entrega la mercadería en el lugar convenido del país de importación, no despachados para el importe, y no descargadas de los medios de transporte utilizados,

¹⁰¹<http://www.proexport.com.co/vbecontent/NewsDetail.asp?ID=395&IDCompany=1>. Fecha de acceso: 2 de Agosto, 2009.

además debe asumir todos los gastos y riesgos relacionados con llevar la mercadería a ese lugar.¹⁰²

Entrega en lugar de destino con pago de tributos.

En inglés *Delivered Duty Paid* (DDP), implica que el vendedor debe entregar la mercadería despachada de aduana para la importación y sin descargarlos del transporte en el lugar de destino convenido.¹⁰³

Entrega en muelle.

Este término conocido como *Delivered Ex-Quay* (DEQ), quiere decir que el vendedor entrega la mercancía en el muelle del puerto de destino, sin despacho aduanero.

Grupo E.

Dentro de este grupo solo esta el termino *Ex-Works* o en español en fabrica.

En fábrica.

Como su nombre lo indica al utilizar este término se refiere a que el vendedor entrega los productos en su fábrica, almacén, bodega o tienda.

Grupo F.

Este grupo está conformado por los términos FCA, FAS y FOB.

¹⁰²<http://www.abanfin.com/modules.php?tit=ddu-delivered-duty-unpaid&name=Manuales&fid=em0bcam>.
Fecha de acceso: 2 de Agosto, 2009.

¹⁰³http://www.qualitysoftec.com/Incoterms/inco_ddp.htm. Fecha de acceso: 2 de Agosto, 2009.

Franco transportista.

Franco transportista o en inglés *Free Carrier* (FCA), indica que la responsabilidad del vendedor se termina cuando ha puesto la mercadería, libre de trámites de aduana a disposición del transportista designado por el comprador.¹⁰⁴

Franco al costado del buque.

Este término conocido en inglés como *Free Alongside Ship* o internacionalmente FAS, quiere decir que la responsabilidad del vendedor llega hasta que entrega la mercadería al costado del buque, y despache la misma en aduana para su exportación.

Libre a bordo.

Este es el término mas utilizado en nuestro país, el mismo que en inglés es llamado *Free On Board* (FOB) implica que el vendedor entrega la mercadería cuando la misma sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido.¹⁰⁵ La mercadería debe ser despachada en aduana para la exportación por el vendedor.

¹⁰⁴<http://www.economia48.com/spa/d/franco-transportista/franco-transportista.htm>. Fecha de acceso: 2 de Agosto, 2009.

¹⁰⁵<http://www.e-salinasc.com/incogterms4.htm>. Fecha de acceso: 2 de Agosto, 2009.

BIBLIOGRAFÍA

Textos:

APPLEYARD, Davidson, 2003. *Economía Internacional*. Mc Graw Hill.

CANELOS, Marco, 2008. *Como Exportar e Importar*. FEDEXPOR.

CORPEI, 2009. *Guía para exportar a Estados Unidos*. Corpei.

ESTRADA, Patricio, 2006. *Lo que se debe saber para exportar*. Quito, Producciones digitales Abya-Yala.

ESTRADA, Patricio, 2006. *Como hacer importación*. Quito, Producciones digitales Abya-Yala.

LUNA, Luis, 2004. *Diccionario de Términos de Economía Internacional*. Ecuador, Pudelco Editores.

NUÑEZ, Remigio, 1989. *El Cultivo de Banano*. Ecuador, Ministerio de Agricultura y Ganadería.

STANTON, William J, 2004. *Fundamentos de Marketing*. Mc Graw Hill.

SANIBANANO, 2003. *Informe Anual 2002*. Sanibanano.

Páginas de Internet:

AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO
<http://www.sesa.gov.ec> (Agosto, 2009)

ASESORES BANQUEROS Y FINANCIEROS

<http://www.abanfin.com> (Agosto, 2009)

ASOCIACION DE EXPORTADORES DE BANANO DE ECUADOR

<http://www.aebe.com.ec> (Julio, 2009)

BANANA LNK-REINO UNIDO

<http://www.bananalink.org.uk> (Marzo, 2009)

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

<http://www.bce.fin.ec> (Marzo, 2009)

BANCO DE GUATEMALA

<http://www.banguat.gob.gt> (Abril, 2009)

BUSSINESS COLOMBIA

<http://www.businesscol.com>. (Agosto, 2009)

CAMARA DE COMERCIO INTERNACIONAL

<http://www.iccspain.org>. (Junio, 200)

CENTRO D E INFORMACION DE LAS NACIONES UNIDAS

<http://www.cinu.org.mx> (Marzo, 2009)

CENTRO REGIONAL DE INVESTIGACIONES CIENTIFICAS Y TECNOLOGICAS
DE ARGENTINA

<http://www.cricyt.edu.ar> (Agosto, 2009)

ECUABUSINESS

<http://ecuabusiness.blogspot.com>. (Marzo, 2009)

CONCAYO. REVISTAS DIGITALES

<http://www.concayo.com> (Julio, 2009)

CORPORACION BANANERA NACIONAL-COSTA RICA

<http://www.corbana.co.cr> (Marzo, 2009)

CORPORACION DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DEL
ECUADOR

<http://www.ecuadorexporta.org> (Junio, 2009)

<http://www.corpei.org> (Abril, 2009)

DERECHO ECUADOR

<http://www.derechoecuador.com> (Enero, 2010)

DIARIO EL UNIVERSO

<http://archivo.eluniverso.com> (Enero, 2010)

ENCICLOPEDIA Y BIBLIOTECA VIRTUAL DE LAS CIENCIAS SOCIALES,
ECONÓMICAS Y JURÍDICAS

<http://www.eumed.net> (Agosto, 2009)

ENCICLOPEDIA ENCARTA

<http://es.encarta.msn.com/>. (Junio, 2009)

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

<http://www.dspace.espol.edu.ec>. (Junio, 2009)

FEDERATION OF AMERICAN SCIENTISTS

<http://www.fas.org> (Abril, 2009)

FONDO MONETARIO INTERNACIONAL

<http://www.imf.org> (Marzo, 2009)

GRUPO SALINAS-LOGISTICA INTEGRAL

<http://www.e-salinasc.com> (Agosto, 2009)

INFO-AGRO

<http://www.infoagro.com> (Junio, 2009)

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS DEL ECUADOR

<http://www.inec.gov.ec> (Octubre, 2009)

INSTITUTO NACIONAL DE TECNOLOGIA AGROPECUARIA DE ARGENTINA

<http://www.inta.gov.ar> (Junio, 2009)

INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION

<http://www.ilo.org>. (Julio, 2009)

LA GRAN ENCICLOPEDIA DE ECONOMIA

<http://www.economia48.com> (Agosto, 2009)

LA VOZ DE GALICIA

<http://www.lavozdegalicia.es> (Junio, 2009)

MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD DEL ECUADOR

<http://www.mic.gov.ec> (Agosto, 2009)

MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERIA Y PESCA DEL ECUADOR

<http://www.sica.gov.ec> (Junio, 2009)

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES, COMERCIO E INTEGRACION DEL
ECUADOR

<http://www.mmrree.gov.ec> (Junio, 2009)

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO

<http://www.wto.org> (Marzo, 2009)

PORTAL PARA NUEVOS EMPRENDEDORES EN EL PERU

[http://www.invesca.com/.](http://www.invesca.com/) (Marzo, 2009)

PROEXPORT COLOMBIA

<http://www.proexport.com.co.> (Agosto, 2009)

PROGRAMA FITOSANITARIO PARA EL AGRO

<http://www.profiagro.org/inicio.ks.> (Febrero, 2010)

QUALITY SOFT

<http://www.qualitysoftec.com> (Agosto, 2009)

REY BANANO DEL PACIFICO C.A

<http://www.reybanpac.com> (Marzo, 2009)

UBESA

<http://www.ubesa.com.ec> (Marzo, 2009)

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD)

<http://www.unctad.org> (Junio, 2009)

UNITED STATE DEPARTMENT OF AGRICULTURE

<http://www.marketnews.usda.gov> (Noviembre, 2009)

TRADE MAP

<http://www.p-maps.org> (Septiembre, 2009)

VISITA ECUADOR

<http://www.visitaecuador.com> (Mayo, 2009)