



Yura: Relaciones internacionales

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio

Revista electrónica ISSN: 1390-938x

N° 29: Enero - marzo 2022

Comportamiento sectorial en las operaciones de exportación de banano como generador de un sistema oligopolista pp. 73 - 96

Mariño Cruel, Alan Rothman; Solís Zambrano, Wendy Mishel

Red cultural Yuracomplexus - Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE

Sangolquí, Ecuador

Av. Gral Rumiñahui

armarino@espe.edu.ec; wmsolis1@espe.edu.ec

Comportamiento sectorial en las operaciones de exportación de banano como generador de un sistema oligopolista

Comportamiento sectorial en las operaciones de exportación de banano como generador de un sistema oligopolista

*Mariño Cruel, Alan Rothman; Solís Zambrano, Wendy Mishel
Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE*

armarino@espe.edu.ec; wmsolis1@espe.edu.ec

Resumen

El Ecuador es conocido en los mercados internacionales por un producto muy apetecido, el banano. Su alta demanda debería generar un mercado muy competitivo, sin embargo, este no es el caso; en el país, una porción muy pequeña de las empresas exportadoras de banano, tienen la mayor participación de mercado, por lo que ante la sospecha de oligopolio y de que el Estado, los compradores internacionales y el sector bananero tienen un comportamiento económico que permite este modelo imperfecto de competencia, se decide hacer una investigación con un alcance empírico y bibliográfico. Para este estudio se utilizó la denominación plátanos frescos y secos, que corresponden a la subpartida 0803.90.11.90, la variante más vendida de esta especie. Además, se realizó encuestas a expertos y empresarios del sector bananero, que contribuyeron con su criterio y experiencia para esta investigación. Mediante el uso del software estadístico SPSS, y un muestreo sistemático, se pudo extraer información que reveló que las variables más importantes del comportamiento sectorial del banano, que generan oligopolios son la cantidad de empresas únicamente comercializadoras que participan en el mercado, y los requerimientos y procedimientos gubernamentales para la exportación de banano. Se concluye que las normativas que pretenden regular este tipo de mercados, a pesar de ser estrictas y claras, fallan en su ejecución y no impiden que el sector bananero se comporte de tal forma que fomente la creación de modelos oligopolísticos.

Palabras claves

Oligopolio, banano, comportamiento sectorial, exportación.

Abstract

Ecuador is known in international markets for a very desirable product, bananas. Its high demand should generate a very competitive market, however, this is not the case; in the country, a very small portion of the banana exporting companies have the largest market share, so given the suspicion of oligopoly and that the State, international buyers and the banana sector have an economic behavior that allows this imperfect model of competition, an investigation with an empirical and bibliographic scope is performed. For this study, the denomination fresh and dry bananas was used, which corresponds to subheading 0803.90.11.90, the most sold variant of this species. In addition, surveys were carried out on experts and businessmen from the banana sector, who contributed with their criteria and experience to this research. Through the use of SPSS statistical software, and systematic sampling, it was possible to extract information that revealed that the most important variables of the banana sector's behavior, which generate oligopolies, are the number of only trading companies that participate in the market, and the requirements and government procedures for the export of bananas. It is concluded that the regulations that seek to regulate this type of market, despite being strict and clear, fail in their execution and do not prevent the banana sector from behaving in such a way that it encourages the creation of oligopolistic models.

Keywords

Oligopoly, banana, sector behavior, export.

Comportamiento sectorial en las operaciones de exportación de banano como generador de un sistema oligopolista

Las estructuras de los mercados internacionales alcanzan ejes interdisciplinarios debido a que existe una gran cantidad de sectores que se ajustan a las condiciones de diversidad existentes en las relaciones comerciales. En todos los países, el gobierno es el encargado de configurar una política comercial que permita el funcionamiento eficiente de todos los actores económicos, con el fin de generar bienestar y una mejor calidad de vida para su población, para esto es fundamental comprender cómo el comercio exterior, es una herramienta que impulsa la internacionalización de los productos nacionales alrededor del mundo, mejorando el flujo económico, aumentando un intercambio de bienes y servicios entre los agentes económicos que conforman una nación.

75

La demanda internacional es el conjunto de familias en el exterior que desean adquirir un producto o servicio local que satisfaga sus necesidades, esta adquisición se da mediante operaciones de comercio exterior, ya sean importaciones o exportaciones. Por otro lado, la oferta internacional, se define como la cantidad de bienes y servicios que las empresas locales ponen a disposición de los mercados en el exterior. Esta oferta internacional tiene diversas formas de configuración, tales como, empresas, asociaciones, o grupos con capacidad de acaparar cadenas de suministros enfocadas en obtener la mayor participación del mercado de un sector en específico, estos grupos pueden irrumpir el comportamiento de las fuerzas del mercado, dificultando la libre competencia y el comercio justo.

Las dimensiones de esta particular estructura de mercado deben ser estudiadas a partir de diferentes pilares que conforman las operaciones económicas a nivel internacional, tales como, las políticas comerciales, las estrategias empresariales de cobertura, el comportamiento del consumidor y la legislación vigente para regulación de monopolios.

La configuración de los estados modernos a partir de la declaración de las soberanías en Westfalia, nos indujo a desarrollar, en primera instancia, pensamientos, y en segunda instancia, políticas que nos llevarían a configurar ideas mercantilistas, en donde, los bienes deberían convertirse en mercancías, y posteriormente en capital. Las naciones alcanzarían niveles de crecimiento aceptables siempre y cuando sus instrumentos económicos generen crecimiento en el producto interno bruto, en estabilidad de precios, en balanzas comerciales positivas y en balanzas de pagos que denoten la solidez del Estado.

“El mercantilismo es una teoría de comercio que sostiene que la riqueza de un país se mide por sus tenencias de “tesoro”, que, por lo general, era sinónimo de oro. Esta teoría constituyó el fundamento del pensamiento económico de alrededor de 1500 a 1800. Según esta

teoría, los países deben exportar más de lo que importan y, si tienen éxito, recibirán oro de los países que operan con déficit. El oro otorgaba poder a los gobiernos centrales, mismo que lo invertían en ejércitos e instituciones nacionales.” (Daniels, 2010)

El mercantilismo incidía directamente en el poder militar de una nación y en el desarrollo de su comercio exterior. La exportación se consideraba como la premisa principal, mientras mayores eran las exportaciones, mayores eran los ingresos económicos para el país, generando saldos positivos de las balanzas comerciales. Por este motivo, la fuerte intervención del estado era fundamental en la economía, estableciendo barreras proteccionistas que promovieron subsidios a las exportaciones, limitaban las importaciones y la promoción de grandes compañías monopólicas.

El proteccionismo al ser una política comercial busca posicionar la hegemonía y el liderazgo de una nación frente a sus adversarios, con la finalidad de salvaguardar el desarrollo industrial local y mantener una balanza comercial superavitaria. Para este fin, el proteccionismo emplea barreras comerciales que aumentan el costo de las importaciones, mediante mecanismos arancelarios y no arancelarios.

“La política económica basada en el proteccionismo tiene su origen en el mercantilismo del siglo XVI al XVIII y resurge en una segunda etapa a mediados del siglo XX. Tiene como finalidad proteger el mercado interno a través de poner barreras a la entrada de mercancías a los países. La ventaja principal es que se protege a sectores de la economía en proceso de crecimiento, mientras que las desventajas son que fomenta la dependencia y conlleva al uso ineficiente de los recursos.” (Gonzales Romo, 2018)

El gobierno es el responsable de escoger los instrumentos, que beneficien a los intereses del estado y la población. Sin embargo, se ve influenciado por un gran número de factores. Por una parte, es sensible a las demandas de los grupos de interés, algunos de estos grupos demandan barreras comerciales para protegerse de la competencia extranjera, impulsando las restricciones mencionadas anteriormente. Por otra parte, es consciente de los beneficios de la liberalización comercial que aumenta el bienestar y la eficiencia, al mismo tiempo permite a los consumidores acceder a una mayor variedad de bienes a menores precios.

Con el nacimiento de la Escuela Clásica de la mano de Adam Smith, tras la publicación de su obra “Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones” en 1776, seguido por la revolución independentista en EE.UU., la revolución francesa de 1789 y el auge de la revolución industrial inglesa comienza un nuevo periodo de expansión comercial en la

Comportamiento sectorial en las operaciones de exportación de banano como generador de un sistema oligopolista

economía mundial. En este sentido, las ideas y prácticas mercantilistas comenzaron a perder fuerza, frente al liberalismo político y la teoría de ventaja absoluta propuesta por Adam Smith.

“En 1776, Adam Smith cuestionó el supuesto mercantilista que la riqueza de un país depende de sus tenencias de tesoro. Más bien, afirmó, la riqueza real de un país consiste en los bienes y servicios disponibles para sus ciudadanos. Smith desarrolló la teoría de la ventaja absoluta, según la cual algunos países producen ciertos bienes con mayor eficiencia que otros; por tanto, la eficiencia global se puede incrementar por medio del libre comercio.” (Daniels, 2010)

Smith menciona en la teoría de ventaja absoluta que los ciudadanos de un país deberían adquirir los bienes extranjeros cuando son más baratos que los bienes producidos a nivel local, de esta manera cada país tendría la oportunidad especializarse en productos que tuvieran una ventaja competitiva, desarrollando industrias eficientes, los excedentes de producción serían destinados para la importación de productos de mejor calidad a un menor precio.

Las ventajas de los países se pueden ver reflejadas en distintos factores ya sean naturales o adquiridos. Por una parte, las ventajas naturales se producen por condiciones climatológicas, la disponibilidad de personas capacitadas para una labor o acceso a ciertos recursos de manera privilegiada. Por otra parte, las ventajas adquiridas generalmente se centran en la tecnología de un producto o la innovación de un proceso, permitiendo reducir costos y siendo más eficiente a nivel internacional.

Asimismo, David Ricardo postula la teoría de ventaja comparativa contrario a lo que propone Adam Smith, es decir, en lugar de producir lo que hacen mejor con respecto a sus propios recursos y a los de otros competidores, de forma absoluta, es mejor producir lo que se hacen mejor con respecto a los recursos propios, de forma relativa; sin importar si es que hay otros competidores que pueden ser más eficientes en la generación de un determinado bien. Por lo tanto, la diferencia con la teoría de la ventaja absoluta radica en que no se produce lo que al competidor le cuesta menos, sino aquel bien que tiene menores costes comparativos.

El liberalismo impulsado desde diferentes perspectivas por Adam Smith y David Ricardo podría ser considerado como una de las causas principales de la aparición de los monopolios, oligopolios y la competencia imperfecta. Se argumenta que el acceso privilegiado al capital para el desarrollo de sus actividades productivas permite a las naciones con más poder influenciar en diversos sectores de la economía. De acuerdo a (Samir Amin, 2008), ese acceso privilegiado les otorga una autoridad particular y poderosa en la configuración de los mercados,

regulados para su beneficio. Es precisamente ese grupo oligopólico de la burguesía que domina el mercado y la economía global.

Para adquirir mayor poder comercial las empresas emplean estrategias de integración utilizadas para tener mayor control y aumentar su poder de negociación frente a los competidores, distribuidores y proveedores. Debido al entorno competitivo y a las variables cambiantes del mercado, las estrategias de integración permiten a las empresas aumentar su capacidad productiva diversificando sus productos o incorporándose con mayor presencia en la cadena de suministros.

Las estrategias de integración se diferencian en dos clases: la integración horizontal, enfocada en diversificar sus productos o aumentar la participación de la empresa en el mercado mediante alianzas con otras empresas que comparten su actividad económica principal y la integración vertical, que se entiende como la incorporación de la empresa en actividades relacionadas a la cadena de suministros tanto con los proveedores (hacia atrás) como con los distribuidores (hacia adelante), como resultado de la implementación de “Las Estrategias de Integración” las empresas logran eficiencias productivas asociadas a la disminución en los costos, control de suministros y la mayor calidad del bien o servicio para el consumidor final.

En economía existen una serie de factores que determinan la demanda y oferta, ya sean las políticas comerciales impulsadas por los gobiernos, las estrategias implementadas por las empresas y el consumidor que es un agente económico que satisface sus necesidades o deseos al adquirir un producto que puede ser tangible e intangible.

El consumidor es parte de la última etapa de la cadena productiva, debido a que es aquel que va a dar uso al producto terminado. Al consumidor están dirigidas las estrategias de marketing, promociones y mercadeo que estudia los patrones de comportamiento respecto al consumo de los bienes que satisfacen sus necesidades.

La elección del consumidor examina las decisiones que enfrentan los individuos cuando desean adquirir un bien que satisfaga sus necesidades. Un consumidor al comprar una mayor cantidad de un bien, su capacidad para adquirir otros bienes disminuye, así también, cuando gasta más de su ingreso en el consumo presente, ahorra menos para el futuro. El estudio de la elección del consumidor examina el vínculo entre el ingreso y el gasto. La información sobre el poder adquisitivo de las familias y la información acerca de los precios de los productos, hace posible distinguir aquellas combinaciones de bienes y servicios que son accesibles de las que no lo son, identificando diversos grupos de individuos, con características similares.

En el Ecuador la producción y exportación del banano es una de las principales fuentes de ingresos y generación de empleo, su mercado tanto a nivel nacional e internacional se caracteriza por ser competitivo. La cadena productiva entre agricultores, mayoristas, comercializadores y exportadores, define al sector bananero como un mercado vertical. La comercialización de banano ecuatoriano en mercados internacionales ha crecido a lo largo de los años, posicionando al producto nacional como uno de los mejores en todo el mundo, generando un signo distintivo acompañado de la calidad del producto y la ventaja natural que tiene respecto a su competencia.

Los modelos de competencia imperfecta en el sector bananero del Ecuador, son un problema relevante para gran parte del sector económico, especialmente porque perjudica la entrada de nuevos competidores en el mercado y limita las opciones que tienen los consumidores; los empresarios por otra parte implementan estrategias agresivas destinadas a adquirir la mayor participación en el mercado nacional e internacional, desapareciendo a las nuevas industrias o competidores más pequeños.

Es importante destacar que las exportaciones de esta fruta ha sido una fuente constante de divisas para el país, sin embargo, los productores carecen de conocimiento técnico y la mayor parte únicamente han desarrollado su actividad económica mediante los conocimientos empíricos. Los productores bananeros se sienten en un entorno de comercio injusto debido a que sus ganancias son limitadas por la presencia de empresas transnacionales que cubren la mayor parte de los procesos en la cadena de suministros, abaratando costos mediante alianzas de economía de escala, conocimientos técnicos, financiamiento privado y dificultado el acceso a nuevos empresarios.

El objetivo de este artículo académico es identificar las condiciones actuales del sector bananero, comprender el comportamiento de las exportaciones y evaluar el entorno como generador de un sistema oligopolístico. Este documento plantea la pregunta: ¿El comportamiento de la industria bananera del Ecuador está generando las condiciones necesarias para el surgimiento de un oligopolio? Esta cuestión será respondida realizando un estudio bibliográfico, interdisciplinario y estadístico de las variables que rodean a las empresas bananeras con el fin de encontrar cuáles podrían ser las razones que generan estas condiciones.

Método

Modelo de estudio



El método utilizado en la presente investigación es el análisis de información con base estadística y matemática. Consiste en la recolección de información en fuentes primarias y secundarias, analizar la relación entre variables de una base de datos donde el resultado debe demostrar la fuerza y el sentido de la relación, evidenciando el resultado del objetivo planteado en el presente documento. Para analizar la relación entre variables se utilizan los «coeficientes de correlación». El método se realiza sobre variables cuantitativas o cualitativas, dependiendo de la necesidad de la investigación.

Para realizar esta correlación, es necesario identificar una variable dependiente, y una o más variables independientes; su relación será de causalidad, siendo que la variable dependiente ocurrirá, o no, y variará, como resultado de las variables independientes. Para demostrar que la relación causal en el método de la correlación tiene sentido, utilizaremos otros estadísticos de prueba como el coeficiente de correlación de Pearson, el cual también puede ayudarnos a identificar si la correlación es directa o inversa. Si es directa, cuando las variables independientes aumentan, igualmente lo hará la variable dependiente; si la correlación es inversa, cuando las variables independientes aumentan, la variable dependiente disminuye, y viceversa.

Comportamiento sectorial en las operaciones de exportación de banano como generador de un sistema oligopolista

Las variables independientes de esta investigación tienen que ver con el comportamiento sectorial, el mismo que se puede medir con el impacto de las leyes y requisitos para exportar; la eficiencia de los procesos puede ser un limitante que propicia un ambiente favorable para la generación de oligopolios, por lo que también se utilizará en el contexto de esta investigación. La variable que dependerá de todos estos factores, serán los oligopolios en el sector del banano en el Ecuador. Los oligopolios ocurren cuando un número reducido de empresas en el mercado controlan y acaparan las ventas de determinados productos. La cantidad de competidores es un indicador de la presencia de oligopolios y es una de las variables que utilizaremos para la investigación. Una correlación inversa fuerte, indicaría que el comportamiento del mercado favorece la aparición de oligopolios en la industria bananera.

81

Metodología

La metodología aplicada a la presente investigación es la evaluación de variables de correlación, mediante el estudio del Sector Bananero en Ecuador, interpretando los datos de exportación del sector, condiciones de las exportaciones, frecuencias y número de empresas con actividades económicas continuas en el exterior. El uso de base de datos, información estadística y análisis sectorial será adquirido en las plataformas de inteligencia de negocios, tales como, Trade Map, Mendel, Global Help desk, MAGAP, Unibanano y el Ministerio de Comercio Exterior-PRO ECUADOR.

Posteriormente desarrollaremos un estudio del sector con ayuda de los empresarios de interés, actores del sector público que se encarguen de la promoción de exportaciones entre otros, con preguntas claves dirigidas a identificar la percepción del comercio internacional del banano que nos permitan analizar el ambiente en el que se desarrolla el sector en la actualidad.

Resultados

Exportaciones del Ecuador

1. Análisis de los datos de exportación

El banano es una de las frutas más apetecidas por sueltas propiedades nutritivas y gran valor como una fuente importante de calorías y a un costo relativamente asequible, los principales consumidores de esta fruta, se encuentran en Norteamérica, Europa y países bajos. (Tabla 1).

Tabla 1

Participación Principales Importadores de Banano a Nivel Mundial 2016-2020

Importadores	Participación en valor en las importaciones del mundo en 2016	Participación en valor en las importaciones del mundo en 2017	Participación en valor en las importaciones del mundo en 2018	Participación en valor en las importaciones del mundo en 2019	Participación en valor en las importaciones del mundo en 2020
Estados Unidos	17,90%	17,40%	17,40%	17,10%	17,30%
Bélgica	8,40%	8,80%	8,30%	6,70%	7,20%
Rusia,	6,80%	7,20%	7,10%	7,00%	6,90%
Alemania	6,90%	6,40%	5,90%	6,30%	6,30%
Japón	6,30%	5,40%	5,60%	6,00%	6,10%
China	4,00%	3,70%	5,50%	6,80%	5,80%
Países Bajos	2,90%	4,30%	5,00%	5,60%	5,70%
Reino Unido	5,60%	5,20%	4,70%	4,60%	4,50%
Francia	3,10%	3,40%	3,80%	3,50%	3,90%
Italia	3,30%	3,30%	3,50%	3,20%	3,40%

Nota: Describe los mayores importadores de banano en el mundo.

Fuente: Trademap

La rentabilidad del banano impulsa a muchos países, especialmente de climas tropicales, a incursionar en la producción de esta fruta, el resultado de la cosecha son los racimos que aproximadamente tardan un año desde su plantación, un racimo puede llegar a tener de 80 a 400 frutos, la producción de esta fruta es continua durante todo el año y su duración puede llegar hasta los 15 años.

Tabla 2

Participación Principales Exportadores de Banano a Nivel Mundial 2016-2020

Exportadores	Participación en valor en las exportaciones del mundo en 2016	Participación en valor en las exportaciones del mundo en 2017	Participación en valor en las exportaciones del mundo en 2018	Participación en valor en las exportaciones del mundo en 2019	Participación en valor en las exportaciones del mundo en 2020
Ecuador	25,50%	26,30%	25,60%	23,50%	25,70%
Filipinas	5,80%	5,90%	11,90%	13,70%	11,20%
Costa Rica	9,30%	9,00%	8,10%	7,10%	7,60%
Colombia	8,50%	7,90%	6,80%	6,60%	6,90%

Comportamiento sectorial en las operaciones de exportación de banano como generador de un sistema oligopolista

Guatemala	7,40%	7,60%	7,10%	6,70%	6,50%
Países Bajos	3,70%	4,20%	4,40%	4,90%	5,20%
Bélgica	9,20%	9,10%	7,60%	6,20%	5,20%
Estados Unidos	4,00%	3,90%	3,50%	3,20%	3,10%
Côte d'Ivoire	1,30%	1,40%	1,40%	1,20%	2,80%
Myanmar	0,40%	0,60%	1,00%	2,80%	2,60%

Nota: Describe los mayores exportadores de banano en el mundo.

Fuente: Trademap

83

En Ecuador, el principal tipo de banano para la exportación es la variedad Cavendish Valery, como los bananos orgánicos y convencionales. Una de las ventajas naturales que tiene el Ecuador en relación a la exportación bananera es la condición climática que posee, la producción de la fruta se evidencia principalmente en la región costera del país, donde el clima tropical es el óptimo para que la producción bananera se desarrolle durante todo el año. Estas plantaciones son muy adaptables a climas tropicales cuyas temperaturas promedio oscilan entre 26°C y 28°C, requiriendo además precipitaciones provenientes o adquiridas por los sistemas de riego por drenaje de las fincas. Por este motivo el Banano ecuatoriano es el más apetecido a nivel mundial, adquiriendo la mayor participación en el mercado de exportación alrededor de los años. (Tabla 3).

Tabla 3

Participación de los Principales Destinos de Exportación para el Banano Ecuatoriano

Importadores	Participación en valor en las exportaciones del país que reporta en 2016	Participación en valor en las exportaciones del país que reporta en 2017	Participación en valor en las exportaciones del país que reporta en 2018	Participación en valor en las exportaciones del país que reporta en 2019	Participación en valor en las exportaciones del país que reporta en 2020
Federación de Rusia	20,70%	21,10%	20,30%	19,40%	18,30%
Estados Unidos	17,20%	16,30%	14,10%	14,80%	16,20%
Turquía	3,80%	3,50%	5,00%	7,00%	7,70%
Italia	6,20%	8,90%	8,20%	4,00%	5,30%
Alemania	12,00%	8,70%	7,50%	5,10%	4,70%
China	3,10%	2,20%	4,00%	6,70%	4,30%
Países Bajos	2,40%	2,30%	2,90%	4,30%	3,80%
Argentina	4,10%	4,50%	3,60%	3,10%	3,40%
Argelia	0,40%	0,20%	0,90%	2,90%	3,40%
Arabia Saudita	2,60%	2,70%	2,70%	3,10%	3,00%

Nota: Describe los mayores importadores de banano en el mundo desde el Ecuador

Fuente: Trademap

Los datos de las exportaciones de banano en todo el Ecuador del último periodo, revelan estadísticas muy interesantes con respecto a la estructura del mercado. En el año 2021, se registraron 351 exportadores distintos de banano. La distribución de los valores de exportación FOB es la siguiente: las cuatro principales empresas (Ubesa, Reybanpac, Bandecua y Tropicalfruit) tienen el 25% de participación en el mercado. Las siguientes 14 empresas se ubican en el segundo cuartil de la distribución; después, 34 empresas más conforman el 75%; y el resto, es decir, 349 empresas, se ubican en el último cuartil, abarcando la totalidad de exportaciones de banano. Esto quiere decir que menos de un 15% de todas las empresas exportadoras de banano, representan alrededor del 75% de todo el banano comercializado en el exterior. Y al mismo tiempo, que el 1.14% superior de las empresas, participa con un 25% en el mercado. (Tabla 4)

Tabla 4***Principales Empresas que Exportan Banano Ecuatoriano***

Razón Social	FOB USD	Participación individual	Participación Conjunta
Unión de Bananeros Ecuatorianos S.A. UBESA	\$344262992,60	10,06%	10,06%
REYBANPAC, Rey banano del pacífico C.L.	\$235756834,52	6,89%	16,95%
Compañía del desarrollo bananero del Ecuador BANDECUA S.A.	\$148029159,98	4,32%	21,27%
Tropical Fruit Export S.A.	\$126584045,20	3,70%	24,97%

Nota: Describe los mayores exportadores de banano desde el Ecuador.

Fuente: Yuracomplexus

De todas las variedades de banano que exporta el Ecuador, la más comercializada, es la que corresponde a la subpartida 0803.90.11.90, o sea, plátanos o bananos frescos y secos, casi tres cuartos del total. Y luego, el banano orgánico y el orito, que son las siguientes variables más exportadas. (Tabla 5)

Tabla 5***Distribución de la venta de banano de exportación del Ecuador***

Descripción Arancelaria	Proporción del total
Plátanos Frescos	5.17%
Plátanos secos	0.12%
Plátano Orgánico	13.25%

Comportamiento sectorial en las operaciones de exportación de banano como generador de un sistema oligopolista

Bananos o plátanos frescos o secos	72.94%
Orito, manzanito	8.00%
Los demás (red banano)	0.18%
Plátanos deshidratados	0.33%

Nota: Describe las clases de banano exportadas desde el Ecuador.

Fuente: Yuracomplexus

En cuanto a los países que más compran banano ecuatoriano, el primero es Estados Unidos, que representa el 22% de todas las exportaciones del Ecuador, luego está Rusia con un 16%. Países Bajos representa un 5%; a partir de aquí, Turquía, Italia y Alemania comparten con proporciones bastante similares, un 13%. Son destacables otros países como Chile y Argentina que representan un 3% cada uno. A partir de allí, el resto de países pertenecen a Europa y Asia en su mayoría. (Tabla 6)

Tabla 6

Valores de exportación de banano desde el Ecuador 2021

País de Exportación	Suma de FOB U\$S	Proporción del total
UNITED STATES	\$ 754,887,940.77	22.06%
RUSIA	\$ 557,063,171.37	16.28%
PAISES BAJOS	\$ 182,308,318.54	5.33%
TURKEY	\$ 169,631,466.30	4.96%
ITALY	\$ 143,709,829.69	4.20%
GERMANY	\$ 137,792,462.70	4.03%
CHILE	\$ 122,244,224.34	3.57%
BELGIUM	\$ 114,781,550.72	3.35%
ARGENTINA	\$ 112,808,529.25	3.30%
SAUDI ARABIA	\$ 97,812,779.69	2.86%
UKRAINE	\$ 84,890,196.39	2.48%
CHINA	\$ 82,524,017.40	2.41%
JAPAN	\$ 68,468,324.76	2.00%
OTROS	\$ 793,779,118.24	23.19%

Nota: Describe los países a los que Ecuador exportó banano en 2021.

Fuente: Yuracomplexus

Respecto a Estados Unidos, se evidencia que la empresa con mayor volumen de exportación de banano del Ecuador, es también la mayor proveedora del país sajón. Rusia y Países Bajos por otro lado, tienen como mayor proveedor a Reybanpac, la empresa con segundo mayor volumen de exportación.

La actividad principal del exportador es otro factor importante para el estudio del mercado, y en este sector, se da lo siguiente; 43% de las empresas son productoras, pertenecen al sector agrícola. Un 15% de las empresas son únicamente comercializadoras. El resto, tienen como giro de negocios, actividades agrícolas menos convencionales. (Tabla 7)

Tabla 7***Actividad principal de los exportadores de banano del Ecuador en 2021***

Actividad principal del exportador	Proporción del total
Actividades de servicios agrícolas y ganaderos	43.02%
Venta al por mayor de otros productos	15.03%
Cultivos de hortalizas y legumbres, especialidades	13.77%
Otros	11.05%
Cultivo de frutas, nueces, plantas que se utilizan para p	8.34%
Cultivo de productos agrícolas en combinación con la cr	3.97%
Venta al por mayor de materias primas agropecuarias y d	3.87%
Venta al por mayor, de alimentos, bebidas y tabaco	0.56%
Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco	0.22%
<u>Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortal</u>	<u>0.18%</u>

Nota: Describe el giro de negocios de los exportadores de banano.

Fuente: Yuracomplexus

Los controles aduaneros también han sido analizados, en específico, los aforos, que no son muy comunes en el sector bananero, pero que pueden dar una idea de ciertas irregularidades que podrían dar paso a un oligopolio. Las empresas del primer cuartil apenas reciben aforos en sus exportaciones. TropicalFruit es la empresa con mayor proporción, equivalente a un 0.61% de exportaciones que se sometieron al aforo físico intrusivo. En el segundo cuartil, también se evidencian bajas cantidades de aforos físicos o documentales; la mayor proporción es: 0.56%

Comportamiento sectorial en las operaciones de exportación de banano como generador de un sistema oligopolista

de las exportaciones totales de Durexporta S.A., se sometieron a aforos documentales. (Tabla 8)

Tabla 8

Cantidad de aforos de los cuartiles del mercado de banano ecuatoriano 2021

	Aforos automáticos	Aforos documentales	Aforos físicos
1° Cuartil	21807	0	100
2° Cuartil	14927	7	6
3° Cuartil	21356	376	3
4° Cuartil	36774	553	136
Totales	94864	936	245

Nota: Describe la cantidad de aforos a las empresas del sector bananero.

Fuente: Yuracomplexus

En el tercer cuartil, ocurre una excepción a la ausencia de aforos físicos o documentales. La empresa Mendoexport S.A., tiene 376 exportaciones de las cuales todas son aforadas de forma documental. Este valor está severamente alejado del resto de datos de la distribución, y probablemente, no tiene que ver directamente con la estructura de mercado.

En el último cuartil, los porcentajes siguen siendo bajos, pero no tanto en comparación con las empresas con mayor participación en el mercado. 689 aforos físicos y documentales han sido realizados al 25% más bajo; en comparación con los 100 que tiene el 25% más alto, o los 13 que tiene el segundo cuartil y los 379 que tiene el tercer cuartil.

2. Precio de venta de la tonelada métrica de banano.

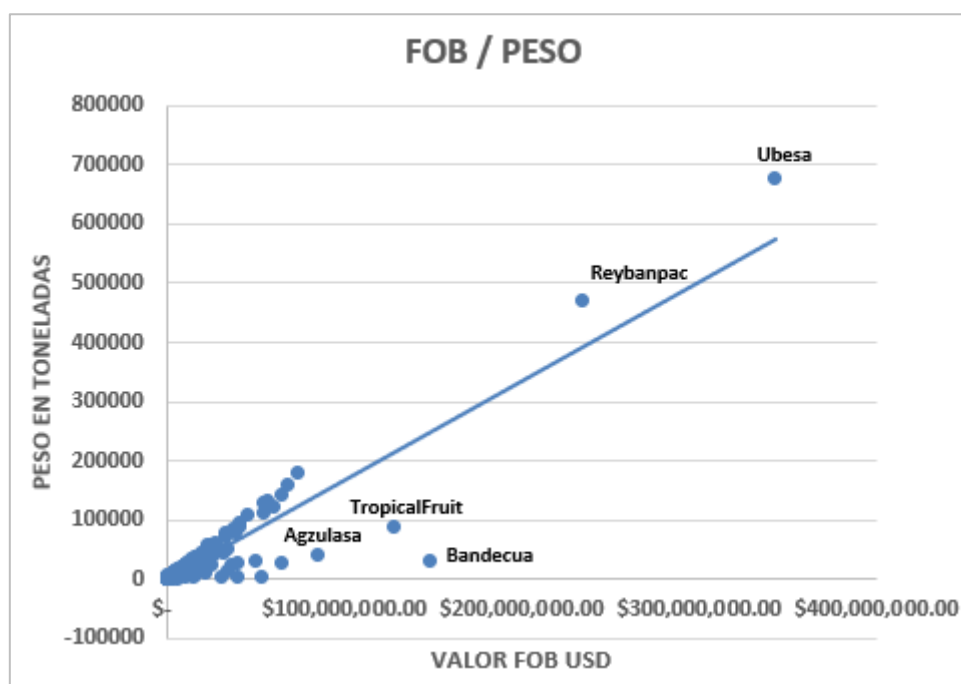
Al analizar los datos del peso de las exportaciones en toneladas métricas con respecto al FOB, se esperaría que la relación entre estas variables fuera lineal en un mercado perfecto. Sin embargo, a pesar de que esto se cumple en el sector bananero, hay ciertas excepciones que permiten ver las ventajas que tienen las grandes compañías respecto a las más pequeñas. (Gráfico 1)

En este gráfico se puede observar como las dos primeras empresas, que en perspectiva, exportan mucho más que el resto del mercado, tienen un precio de tonelada volumétrica (representado por la línea de tendencia) ligeramente superior al promedio. Aun así, las tres

compañías que vienen después, están bastante por debajo, respecto a sus análogas de los dos primeros puestos, obteniendo costos más competitivos.

Gráfico 1.

Gráfico de dispersión del FOB y el peso en toneladas de las exportaciones de banano 2021



Nota: Describe el FOB, el peso, y su relación de precio en el sector bananero.

Realización propia

A pesar de esto, no llegan a ser las más eficientes en términos de costo. La empresa Milevyn Cía. Ltda. es la más competente con un precio de tonelada métrica equivalente a 120 USD. Las empresas menos competitivas pueden rebasar la barrera de los 5000 dólares por cada tonelada métrica exportada. Esta diferencia tan profunda, puede ser explicada con otros factores que se estudian en la encuesta que viene a continuación.

3. Concepciones oligopolistas

Se realizó una encuesta a empresarios y expertos en el sector del banano, con una escala de Likert del 1 al 9, en la cual se generó una pregunta inicial sobre la opinión acerca de que hay un número pequeño de empresas en el sector bananero que tienen mayor participación en el mercado. Luego, se encuestó acerca de los procedimientos y permisos requeridos para exportar banano, sobre las barreras técnicas y fiscales, acerca del financiamiento mediante instituciones financieras, sobre incentivos del gobierno, respecto a controles antinarcóticos, acerca de los

Comportamiento sectorial en las operaciones de exportación de banano como generador de un sistema oligopolista

conocimientos técnicos necesarios, sobre el acceso a canales de distribución internacional, sobre las preferencias de los mercados internacionales sobre una marca específica, y por último, respecto a cuán común es ver marcas de banano en el mercado internacional. (Tabla 9)

Tabla 9

Preguntas de la encuesta con los promedios totales

Pregunta en la encuesta de opinión	Promedio de la puntuación
Usted considera que en el Ecuador existe un número pequeño de empresas que producen banano y lo exportan de manera directa.	7,09
Los PROCEDIMIENTOS para el cumplimiento de las medidas sanitarias y fitosanitarias, mediante organismos gubernamentales, dificultan las operaciones de exportación.	5,91
Las barreras técnicas, ambientales y fiscales son complejas y poco eficientes para las necesidades en la exportación del Sector Bananero.	3
Ha sido difícil acceder a financiamiento de Instituciones financieras PRIVADAS (Bancos, cooperativas) para el Sector Bananero.	4,55
El Gobierno limita los incentivos económicos para fomentar la exportación de banano.	6,73
El costo de los controles ANTINARCÓTICOS en ECUADOR es excesivo y resta competitividad al banano a nivel internacional.	6,09
Los productores de banano carecen de CONOCIMIENTOS TÉCNICOS necesarios para realizar exportaciones de manera directa.	5,09
Considera que al Estado le falta realizar capacitaciones técnicas y de comercio exterior, a los productores del Sector Bananero.	4,91
Los empresarios cuando inician sus actividades comerciales en el extranjero se les dificulta ACCEDER a los canales de distribución internacional.	7,64
Considera que las EMPRESAS GRANDES DE BANANO son las que establecen el precio del producto a nivel nacional e internacional.	6,91
La mayoría de las EMPRESAS EXPORTADORAS Banano son únicamente comercializadoras.	5,82
Considera que los Mercados Internacionales tienen una preferencia hacia pocas marcas de Banano Ecuatoriano.	6,09
Es inusual ver nuevas marcas de BANANO ECUATORIANO en los principales mercados a nivel internacional	4,09

Nota: Preguntas de la encuesta a expertos del sector bananero.

Realización propia

Se observa que, en la pregunta principal, se responde con una media de 7, indicando una opinión inclinada hacia una competencia imperfecta.

Esta inclinación sucede igualmente en cuanto a los requerimientos gubernamentales, la falta de incentivos del gobierno, el acceso a canales de distribución, el establecimiento de precios por parte de las grandes empresas y la preferencia del mercado internacional por ciertas marcas de banano. Mientras que lo inverso sucede con las barreras técnicas, el acceso a financiamiento, los conocimientos técnicos, las capacitaciones del Estado a productores, la existencia de muchas comercializadoras en el mercado internacional, y la frecuencia de marcas de banano ecuatoriano en el exterior.

El banano es un producto con alta demanda a nivel internacional, Ecuador es considerado el mayor exportador de este commodity en el mundo, por lo que esta actividad agrícola y comercial, constituye un importante generador de divisas para el país, su nivel de producción reflejado en la oferta y su relación con la cantidad demandada, repercute en la fijación del precio internacional, el precio promedio de venta de banano por tonelada métrica, durante el periodo 2015-2021 de los principales países exportadores de la fruta, fueron Rusia, Estados Unidos y Países Bajos.

Es altamente probable que el mercado bananero en el Ecuador sea una competencia imperfecta con un modelo de oligopolio. Esto debido a que la proporción de empresas, en relación con la participación de mercado es absolutamente dispareja; el 25% de todo el mercado dominado por cuatro empresas de un total de 351, debe ser suficiente para evidenciar que la distribución estadística de las ventas favorece con creces a las empresas más poderosas.

Además, los controles del estado en cuanto a aduana, dejan ver una preferencia hacia estas empresas. Esto se explica al notar que, a pesar de los altos montos de exportación, y, el número de exportaciones anuales, las compañías más poderosas reciben 6 veces menos aforos físicos y documentales que los pequeños exportadores en el cuartil más bajo.

Dentro del sector de producción, comercialización y exportación de banano en el Ecuador, se encuentran diferentes empresas convergentes a cada una de estas actividades, tal es el caso de industrias empacadoras, cartoneras, empresas productoras y proveedoras de insumos químicos, empresas de fumigación, certificadoras, etc. Las actividades encaminadas a la producción y posterior exportación de banano son dinamizadoras de la economía del país, generando ingresos en cadena para cada una de las empresas inmersas en el sector. Según la

Comportamiento sectorial en las operaciones de exportación de banano como generador de un sistema oligopolista

Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador (AEBE), las empresas colaterales dependen aproximadamente en un 60% del sector bananero.

El banano de exportación se encuentra caracterizado en consideración a las condiciones de venta en el mercado internacional, existe banano comúnmente llamado “de primera” y banano “de segunda”, las diferencias se dan en relación a la calidad de la fruta considerando el grosor y largo de los dedos y la ausencia de defectos en los mismos.

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), de acuerdo a las atribuciones conferidas en la Ley para estimular y controlar la producción y comercialización de banano, plátano (barraganete) y otras musáceas y el correspondiente reglamento; ha establecido los diferentes tipos de cajas de banano y otras musáceas, con el principal objetivo de establecer el precio mínimo de sustentación de la fruta.

En el sector bananero, actúan 3 segmentos claramente identificados que son: producción, comercialización y exportación; dentro de los cuales existen diferentes personas naturales o jurídicas intervinientes, en nuestro estudio realizado a actores del sector hemos identificado diferentes posturas respecto a las operaciones de exportación, mismas que nos han permitido evaluar si existe correlación entre las variables propuestas y la existencia de oligopolios en el Sector bananero del Ecuador.

La tabla muestra la correlación entre la primera pregunta de la encuesta (ligada estrechamente con el oligopolio) y las demás preguntas (posibles comportamientos sectoriales que podrían causar el oligopolio). (Tabla 10)

Tabla 10

Correlación entre la primera pregunta de la encuesta, y las demás.

COEFICIENTE DE CORRELACIÓN PEARSON	
Los PROCEDIMIENTOS para el cumplimiento de las medidas sanitarias y fitosanitarias, mediante organismos gubernamentales, dificultan las operaciones de exportación.	.615*
Las barreras técnicas, ambientales y fiscales son claras y eficientes para las necesidades en la exportación del Sector Bananero.	.363
Ha sido fácil acceder a financiamiento de Instituciones financieras PRIVADAS (Bancos, cooperativas) para el Sector Bananero.	-.259
Existen incentivos económicos del GOBIERNO para ayudar a la exportación de banano.	.411

El costo de los controles ANTINARCÓTICOS en ECUADOR es excesivo y restan competitividad al banano a nivel internacional.	-0.671*
Los productores de banano cuentan con los CONOCIMIENTOS TÉCNICOS necesarios para realizar exportaciones de manera directa.	-0.416
El estado ha realizado capacitaciones técnicas y de comercio exterior, a los productores del Sector Bananero.	-0.250
Los empresarios cuando inician sus actividades comerciales en el extranjero se les dificulta ACCEDER a los canales de distribución internacional.	.228
Considera que las EMPRESAS GRANDES DE BANANO son las que establecen el precio del producto a nivel nacional e internacional.	.060
La mayoría de las EMPRESAS EXPORTADORAS Banano son únicamente comercializadoras.	.503
Considera que los Mercados Internacionales tienen una preferencia hacia pocas marcas de Banano Ecuatoriano.	.331
Es común ver nuevas marcas de BANANO ECUATORIANO en los principales mercados a nivel internacional	-.314

Nota: Coeficiente de correlación de Pearson encuesta de opinión.

Realización propia

La primera pregunta, relacionada con la existencia de oligopolios en el sector bananero del país, se correlaciona con mayor fuerza con la pregunta sobre los procedimientos y requerimientos gubernamentales para la exportación. El coeficiente de correlación de Pearson igual a 0.615 indica una correlación significativa. Luego, la pregunta que cuestiona si las empresas exportadoras solamente son comercializadoras, es la segunda con mayor correlación. El índice de Pearson equivalente a 0.503 indica una correlación leve.

En cuanto al resto de preguntas que podrían indicar una correlación directa, no son lo suficientemente significativas para el estudio y por lo tanto esas variables deben excluirse del posterior análisis.

Otra variable que es interesante mencionar, es la que responde a la pregunta sobre los controles antinarcóticos y cómo estos afectan a las exportaciones de banano. En este caso, ocurre una correlación inversa, con un coeficiente de correlación igual a -0.671, lo cual es significativo para el estudio.

Comportamiento sectorial en las operaciones de exportación de banano como generador de un sistema oligopolista

Se puede deducir entonces, que los procedimientos técnicos y regulaciones contribuyen a la formación de un oligopolio en el sector, especialmente por el costo que estos incluyen.

El que varias empresas sean comercializadoras únicamente, es un factor que influye, pero no tan drásticamente; la proporción de empresas comercializadoras es del 15% con respecto a este sector, y por eso, no es muy clara su participación en la formación de oligopolios.

Por último, respecto a las correlaciones, se halló que los controles antinarcóticos tienen un efecto inverso en la creación de oligopolios. Es decir, a más de estos controles, menor es la posibilidad de que se forme un oligopolio. Esto se da porque esta variable debe tener algún efecto positivo en la producción o venta de banano. Probablemente, los controles desincentivan actividades ilícitas con narcóticos, que podrían tener un perjuicio económico mayor en los exportadores que el costo que implica realizar estas revisiones.

El mercado bananero del Ecuador se desenvuelve en un ambiente competitivo en la producción, pero se enfrenta a mercados de competencia imperfecta. Los productores bananeros no sólo enfrentan un grupo concentrado de exportadores, sino que el banano mismo, se vende en mercados con mayoristas y grandes cadenas de supermercados que presentan también altos niveles de concentración y características de oligopolios. Los efectos de la liberalización comercial son limitados bajo la presencia de mercados con competencia injusta, como lo son la gran mayoría de mercados relacionados a los alimentos.

Al momento de que autoridades agrícolas, productores y exportadores decidan establecer correctivos o simplemente discutir el comportamiento de esta industria, es necesario tomar en cuenta la complejidad de un sistema vertical y más aún, en mercados consecutivos que se caracterizan por tener comportamientos que saturan los mercados. La transmisión de precios es crítica, la falta de acuerdos propicia a que existan perdedores y ganadores en el Sector Bananero, es fundamental regular el porqué el precio al nivel de finca varía del precio al consumidor final para promover un comercio justo, donde todos ganen por su participación y no por su falta de oportunidades.

En Ecuador, la normativa vigente para la reducción, prevención y penalización de las actividades relacionadas con el abuso de poder y la formación de monopolios y oligopolios es la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder del Mercado.

Esta normativa menciona variables como el volumen de negocios, la cual se ha visto en este documento, y que ha servido para evaluar la posibilidad de un oligopolio dentro del sector bananero. Ahora, es importante mencionar que el volumen de mercado y el poder de mercado

no son similares y no tienen que estar necesariamente correlacionados. Para ello, es muy importante que se presenten otras características que son las siguientes: participación en el mercado, es decir el proporcional del volumen de negocios de una empresa con respecto a las demás de su giro de negocios. También barreras y elementos que afecten la competitividad de otras empresas en el mercado; existencia de otros competidores, posibilidades de acceder a insumos, información, redes de distribución, etc., su comportamiento respecto a cómo se ha disputado el mercado, la oferta y la demanda; y, la capacidad del bien de ser sustituido por otros bienes.

En el caso del banano, y de la investigación presente, se puede afirmar que se cumplen con la mayoría de criterios que establece la ley, sin embargo, el comportamiento individual de cada empresa es secreto y no es posible conocer si sus estrategias están direccionadas en modelos de competencia imperfecta.

Cuando se generan estructuras injustas de mercado, es posible que las empresas con mayor poder abusen de este, mediante el cambio de precios, conductas que impidan a otros competidores acceder a insumos o recursos, negarse a comprar o vender a cierta persona jurídica, etc.

Por esto, es importante que se establezca claramente, las acciones a tomar cuando se identifican estos abusos. En el Ecuador, las multas son significativas y pueden ascender al 12% del total del volumen de negocios de la empresa, o en 40 mil remuneraciones básicas.

La presencia de competencia imperfecta afecta la distribución de ganancias de una liberalización comercial. Las ganancias para los productores son limitadas debido a la presencia de poder oligopólico por parte de los exportadores, limitando las oportunidades de los productores a realizar sus actividades de comercio exterior de manera directa.

También cabe destacar que uno de los principales problemas es evidenciado en la legalidad de los procesos, debido a que el estado brinda apoyo técnico a los productores y asociaciones, siempre y cuando tengan una figura legalmente constituida, para que puedan acceder a oficinas de promoción comercial y cuenten con el conocimiento técnico necesario para progresar en su actividad económica, estas asesorías son brindadas de manera gratuita en entes como PRO ECUADOR, sin embargo la falta de recursos económicos del estado impide que los funcionarios puedan trasladarse a campo y brinden la información necesaria para dar continuidad a los procesos.

Discusión

Este estudio ha logrado llegar a las siguientes conclusiones; las variables más importantes que influyen en la creación de un sistema oligopolístico en el sector bananero ecuatoriano, son los procedimientos gubernamentales de exportación de banano, y la existencia de empresas comercializadoras con alto poder de mercado. Los controles antinarcóticos tienen una relación inversa acerca del oligopolio de este mercado pues no tienen un impacto muy profundo en el costo de los exportadores.

95

Se ha conseguido que el oligopolio en el sector bananero ecuatoriano está bastante concentrado pues solo el 15% de las empresas poseen el 75% del mercado. Estas empresas parecen tener ligeras ventajas con respecto al costo de la tonelada métrica y también en cuanto a la cantidad de aforos físicos y documentales. Estas variables favorecen más a las empresas con mayor participación en el mercado.

Finalmente, la presente investigación ha permitido identificar las grandes necesidades que tiene el sector bananero, el ambiente en el que se desarrollan las actividades y el comportamiento oligopolístico como resultado de una serie de factores que no han mejorado alrededor de los años, propiciando ventajas competitivas para grandes empresas y dificultando el acceso a internacionalizarse de pequeños y nuevas industrias.

Lista de Referencias

- (2021). Obtenido de Yura: Relaciones Internacionales: http://world_business.espe.edu.ec/
- Daniels, J. D. (2022). *Negocios Internacionales Ambientes Y Operaciones* (12.a ed.). PEARSON EDUCACION DE MEXICO.
- Mendenhall, W., & Davis, D. (2019). *Bundle: WebAssign con soporte Corequisite para Mendenhall/Beaver/Beaver, Introducción a Probabilidad y Estadísticas, Tarjeta de acceso impresa a un . . . 2 términos Tarjeta de acceso impreso, 13a (15.a ed.)*. Cengage Learning.
- Superintendencia del Control del Poder de Mercado. (2020). *Ley orgánica de la regulación y control del poder de mercado*. SCPM. <https://www.scpm.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2020/01/LORCPM.pdf>
- Gonzalez Romo, A. (2017, agosto). *La teoría de la política económica*. http://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/18389/teoria_politica_economica.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Amin, S. (2010, agosto). *El capitalismo de hoy en día*. Cendes. <https://www.redalyc.org/pdf/403/40316176007.pdf>
- Proecuador. (2017). *Informe de Banano del Ecuador – PRO ECUADOR*. <https://www.proecuador.gob.ec/informe-de-banano-del-ecuador/>
- MAGAP. (2014, 7 agosto). *MANUAL DE SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN DE CUPOS PARA LA EXPORTACIÓN DE MUSACEAS*. Aduana.gob.ec. <https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2014/Manual%20de%20Solicitud%20de%20Autorizacion%20de%20Cupos%20para%20la%20Exportacion%20de%20Musaceas.pdf>