

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TEMA:

**Incidencia de clusters en las exportaciones de banano de Ecuador
hacia países de Medio Oriente durante el periodo 2012-2015**

AUTOR:

Quezada Zamora Mabel Alejandra

**Componente práctico del examen complejo previo a la obtención
del grado de Ing. Gestión Empresarial Internacional**

REVISORA

Ing. Román Bermeo, Cynthia Lizbeth

Guayaquil, Ecuador

20 de marzo del 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **Quezada Zamora Mabel Alejandra**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional**

REVISORA

f. _____

Ing. Román Bermeo, Cynthia Lizbeth

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth

Guayaquil, a los 20 del mes de marzo del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Quezada Zamora, Mabel Alejandra

DECLARO QUE:

El componente práctico del examen complejo, Incidencia de los clusters en las exportaciones de banano de Ecuador hacia Medio Oriente durante el periodo 2012-2015 previo a la obtención del Título de **Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 20 del mes de marzo del año 2017

LA AUTORA

f. _____

Quezada Zamora Mabel Alejandra



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

Yo, Quezada Zamora, Mabel Alejandra

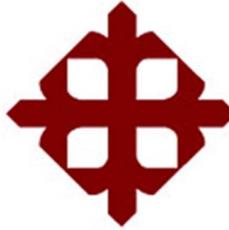
Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen complejo Incidencia de clusters en las exportaciones de banano de Ecuador hacia Medio Oriente durante el periodo 2012-2015** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 20 del mes de marzo del año 2017

LA AUTORA:

f. _____

Quezada Zamora Mabel Alejandra



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

REPORTE URKUND

The screenshot displays the URKUND web interface. At the top, the browser address bar shows a secure URL. The main content area is divided into two columns. The left column contains document metadata: 'Documento: QUEZADA ZAMORA MABEL ALE JANDRA FINAL.docx (D25839737)', 'Presentado: 2017-02-17 13:35 (-05:00)', 'Presentado por: mabel.quezadaz@hotmail.com', 'Recibido: cynthia.roman.ucsg@analysis.urkund.com', and 'Mensaje: QUEZADA MABEL FINAL. Mostrar el mensaje completo'. Below this, a green progress bar indicates '0%' completion, with a note: '0% de esta aprox. 25 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 0 fuentes.' The right column, titled 'Lista de fuentes Bloques', contains a table with columns 'Categoría' and 'Enlace/nombre de archivo'. The table lists several sources, including 'ESTEFANIA SAA REINOSO AVANCE.docx', 'report case.doc', 'EXAMEN COMPLEXIVO CASO.doc', '1era edicion 25-10-16.doc', and two URLs from 'www.agci.cl' and 'www.sistemascomplejos.cl'. Below the table are navigation icons and a toolbar with '0 Advertencias.', 'Reiniciar', and 'Exportar' buttons. The bottom section shows a comparison of two document versions side-by-side. The left version is labeled '# 24 Activo' and lists contact information for Cynthia Roman (phone: +593-9-84228698, email: cynthia.roman@cu.ucsg.edu.ec) and a library section with a URL. The right version is for 'Román Bermeo, Cynthia Lizbeth' and lists similar contact information and a library section with a URL. At the bottom, there is a list of 'EXPORTACIONES DE BANANO DEL ECUADOR' with the title 'Estrategia, estructura y rivalidad empresarial'.

AGRADECIMIENTO

A Jehová Dios, por permitirme tener y disfrutar de esta vida, sostenerme cada día y demostrarme lo hermosa que puede ser.

A mis padres, mis mayores promotores en este proceso, gracias por amarme, apoyarme en cada decisión y proyecto, inspirarme cada día y por permitirme cumplir con excelencia el desarrollo de mi tesis, les agradezco con todo mi ser. Gracias por creer en mí.

Gracias a toda mi familia. No ha sido sencillo el camino hasta ahora, sin embargo, gracias a su aporte, su amor, su inmensa bondad y apoyo, lo complicado de llegar hasta aquí se ha notado menos. Les agradezco y hago presente mi afecto hacia ustedes, mi hermosa familia.

Agradezco a cada profesional que aportó en el desarrollo de esta tesis, su trayectoria, su trabajo, sus ideales, su fortaleza y convicción, son fuente de aliento para mí.

A la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, por haberme permitido formarme en ella, conocer y aprender de excelentes maestros, que hoy ve reflejado en la culminación de este trabajo.

Este momento especial, espero perdure en el tiempo, no solo en la mente de las personas a quienes agradecí, sino también a quienes invirtieron su tiempo para echarle una mirada a este trabajo, a ellos les agradezco.

DEDICATORIA

A mi hermano, mi compañero de toda la vida, mi mejor amigo. Para ti que me apoyaste siempre, y no me dejaste decaer nunca, te aseguro que yo haré lo mismo por ti. Te amo.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ing. Román Bermeo, Cynthia Lizbeth

REVISORA

f. _____

Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

Ing. Carrera Buri, Félix Miguel

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

CALIFICACIÓN

Quezada Zamora, Mabel Alejandra

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	16
1. CAPÍTULO I.....	18
1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	18
1.1.1. ANTECEDENTES	18
1.1.2. CONTEXTUALIZACION DEL PROBLEMA.....	19
1.2. PROPÓSITO DEL PROBLEMA.....	20
1.3. NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
1.4. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS.....	20
1.4.1. OBJETIVO GENERAL	20
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
1.5. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	21
1.6. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS.....	21
1.7. LIMITACIONES Y DELIMITACIONES	21
2. CAPÍTULO 2	22
2.1. MARCO TEORICO	22
2.1.1. CLUSTERS	22
2.1.2. CLUSTERS EN EL MUNDO	23
2.1.3. CLUSTERS EN LATINOAMERICA.....	24
2.1.4. CLUSTER BANANERO DEL ECUADOR.....	25
2.1.5. EXPORTACIONES DE BANANO DEL ECUADOR.....	26
2.1.6. MEDIO ORIENTE Y LATINOAMÉRICA	28
2.1.7. MEDIO ORIENTE Y ECUADOR	29
2.1.8. CONSUMO DE BANANO EN MEDIO ORIENTE	30
2.1.9. EXPORTACIONES DE BANANO ECUATORIANO A MEDIO ORIENTE	32
3. CAPÍTULO III.....	33
3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	33
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN	33
3.3. ALCANCE.....	34
3.4. MUESTRA.....	34
3.5. TÉCNICA DE RECOGIDA DE DATOS	34
4. CAPÍTULO IV	35
4.1. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	35

4.1.2.	PARTICIPACIÓN VENTAS A PAÍSES DE MEDIO ORIENTE	37
4.1.3.	PRINCIPALES COMPETIDORES	38
4.1.4.	ATRATIVOS PARA EL MERCADO DE MEDIO ORIENTE	39
4.1.5.	COOPERACIÓN EN LA CADENA DE PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN	40
4.1.6.	COOPERACIÓN EN MARKETING	44
4.1.7.	IMPORTANCIA DE CLUSTER BANANERO EN EXPORTACIONES A MEDIO ORIENTE	45
4.1.8.	INCIDENCIA DE CLUSTERS BANANEROS EN LAS EXPOTACIONES A PAÍSES DE MEDIO ORIENTE	47
	CONCLUSIONES	50
	RECOMENDACIONES	52
	REFERENCIAS	53
	GLOSARIO	56
	APÉNDICE	57

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1:	<i>Balanza Comercial Banano en Toneladas Métricas</i>	28
Figura 2:	<i>Principales Destinos de Exportaciones de Banano</i>	32
Figura 3:	<i>Participación de provincias en producción de banano del Ecuador</i>	36
Figura 4:	<i>Exportaciones FOB Banano y Plátano 2012-2015</i>	37
Figura 5:	<i>Exportaciones por país 2012-2013</i>	39
Figura 6:	<i>Participación exportaciones por país 2012</i>	39
Figura 7:	<i>Comparación durabilidad de fruta Ecuador vs competidores</i>	40
Figura 8:	<i>Flujograma Cadena de Valor Producción de Banano</i>	41
Figura 9:	<i>Flujograma Cadena de Valor Proceso Exportación Banano</i>	42
Figura 10:	<i>Ubicación geográfica de cluster bananero ciudad de Guayaquil</i>	43
Figura 11:	<i>Análisis determinantes de la productividad del cluster del banano en el Ecuador</i>	44
Figura 12:	<i>Matriz Atractivo del Mercado/Competitividad cluster bananero del Ecuador</i>	49

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: <i>Censo Nacional 2016, Unidades de Producción Agropecuaria de las provincias de la región costa del Ecuador</i>	26
Tabla 2: <i>Cajas exportadas por puerto durante el periodo 2013 a 2016</i>	26
Tabla 3: <i>Reporte exportaciones de banano del 2000 a agosto del 2016 en toneladas métricas</i>	27
Tabla 4: <i>Evolución de comercio por bloque FOB-CIF hasta Junio 2016</i>	30
Tabla 5: <i>Reporte de importaciones banano ecuatoriano vs importaciones de banano del mundo en dólares americanos</i>	31
Tabla 6: <i>Reporte volumen de empaque cajas de exportación de banano como destino Medio Oriente</i>	33
Tabla 7: <i>Toneladas de banano producidas por provincia 2012-2015</i>	35
Tabla 8: <i>Estructura de las exportaciones de banano por destino declarado a 3er trimestre 2014-2015</i>	38
Tabla 9: <i>Estadísticas ferias internacionales Gulfood,Dubái y Fruit Logística,Alemania</i>	45
Tabla 10: <i>Importaciones de banano en toneladas a Medio Oriente 2012-2015</i>	46

RESUMEN

En 1999 Michael E. Porter, catedrático de la Universidad de Harvard, y padre del marketing moderno, introdujo el término Cluster para referirse al conjunto de empresas que participan en un sector económico específico, estos clusters se forman a partir de una ventaja geográfica o una aglomeración de empresas del mismo sector. La oferta exportable no tradicional del Ecuador es liderado por las exportaciones de banano a diferentes mercados del mundo, esta producción está concentrada en principalmente 3 provincias del Ecuador: Los Ríos, El Oro y Guayas, lo que ha ocasionado que empresas proveedoras de insumos para la producción y exportación de cajas de banano se localicen en esta área, además de beneficiarse de la proximidad el puerto principal del Ecuador, el puerto de Guayaquil, y el puerto Bolívar en la ciudad de Machala.

El mercado de Medio Oriente, debido a su distancia con el país necesita un producto con la máxima durabilidad posible para su consumo. Es por esto que la variedad Cavendish que se produce en Ecuador es la más adecuada para la exportación hacia este mercado, teniendo una ventaja de 10 días más en comparación con la competencia.

La localización del cluster en las 3 provincias ha permitido al sector bananero ecuatoriano aumentar sus exportaciones durante el periodo 2012-2015 incrementando sus exportaciones de 112.342 toneladas a 183.447 toneladas en el año 2015. Gracias a su calidad, sabor y condiciones técnicas de la fruta ha generado una preferencia en el mercado de Medio Oriente, a partir de una cooperación tanto en la cadena productiva y de exportación y en marketing de las empresas que forman parte del cluster.

Palabras Claves: CLUSTER; MEDIO ORIENTE; UNIDAD DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA; AGLOMERACIÓN; BANANO CAVENDISH, EXPORTACIONES.

ABSTRACT

In 1999 Michael E. Porter, a Harvard University professor and father of modern marketing, introduced the term Cluster to refer to the set of companies that participate in a specific economic sector, these clusters are formed from a geographical advantage or a Agglomeration of companies of the same sector. The non-traditional exportable supply of Ecuador is led by banana exports to different markets of the world, this production is concentrated in mainly 3 provinces of Ecuador: Los Ríos, El Oro and Guayas, which has caused companies that supply inputs for Production and export of banana boxes are located in this area, in addition to benefiting from the proximity of the main port of Ecuador, the port of Guayaquil, and the Bolivar port in the city of Machala.

The Middle East market, because of its distance from the country, needs a product with the maximum durability possible for consumption. This is why the Cavendish variety produced in Ecuador is the most suitable for export to this market, having an advantage of 10 days more compared to the competition.

The location of the cluster in the three provinces has allowed the Ecuadorian banana sector to increase its exports during the period 2012-2015, increasing its exports from 112,342 tons to 183,447 tons in 2015. Thanks to its quality, flavor and technical conditions the fruit has Generated a preference in the Middle East market, based on cooperation in both the production and export chain and marketing of the companies that are part of the cluster.

Keywords: CLUSTER; MIDDLE EAST; AGROCULTURAL PRODUCTION UNIT; AGGLOMERATION; CAVENDISH BANANA; EXPORTS.

RÉSUMÉ

En 1999, Michael E. Porter, professeur à l'Université de Harvard, et le père du marketing moderne, a introduit le terme cluster pour désigner l'ensemble des sociétés impliquées dans un secteur économique spécifique, ces groupes sont formés à partir d'un avantage géographique ou agglomération des entreprises dans le même secteur. L'offre exportable non traditionnelle de l'Equateur est tirée par les exportations de bananes vers les différents marchés à travers le monde, cette production est concentrée principalement dans trois provinces de l'Equateur: Los Ríos, El Oro et Guayas, ceci a causé que des fournisseurs d'intrants pour la production et l'exportation de boîtes de bananes sont situés dans cette région et aussi se bénéficient de la proximité du port principal de l'Equateur, le port de Guayaquil et le port Bolivar dans la ville de Machala.

Le marché du Moyen-Orient en raison de son éloignement du pays a besoin d'un produit avec un maximum de durabilité pour la consommation. Voilà pourquoi la variété Cavendish produit en Equateur est la plus appropriée pour l'exportation vers ce marché, en prenant un avantage de 10 jours par rapport à la concurrence.

L'emplacement du cluster dans les 3 provinces a permis au secteur de la banane équatorienne d'augmenter les exportations au cours de 2012-2015 en augmentant ses exportations de 112,342 tonnes à 183,447 tonnes en 2015. Grâce à sa qualité, le goût et les conditions techniques du fruit a généré une préférence sur le marché du Moyen-Orient, à partir de la coopération dans la chaîne de production et d'exportation et de commercialisation des entreprises qui font partie du cluster.

Mots Clés: CLUSTER ; MOYEN-ORIENT ; UNITÉ DE PRODUCTION AGRICOLE ; AGGLOMÉRATION ; CAVENDISH BANANES ; EXPORTATIONS.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, gracias al desarrollo de la tecnología y el crecimiento de la globalización, la descentralización de los procesos productivos en sectores económicos del país es más frecuente. Sin embargo, la concentración geográfica o agrupación de procesos productivos son una llamativa herramienta como ventaja competitiva, la cual Michael Porter (1990) nombró *cluster* o traducido al español, *racimo*. En este sentido, Ecuador siendo un país de escaso territorio y diversificación climática, ha desarrollado procesos productivos centralizados de varios sectores económicos, en especial en el sector bananero del país.

Basado en éste término, Joseph Ramos (1998) lo define como:

“Una concentración sectorial y/o geográfica de empresas en las mismas actividades, o en actividades estrechamente relacionadas, con importantes y acumulativas economías externas, de aglomeración y especialización de productores, proveedores y mano de obra especializada, de servicios anexos del sector, con la posibilidad de acción conjunta en búsqueda de eficiencia colectiva”. (p.p)

El sector bananero tiene mayor participación en la oferta exportable no tradicional del Ecuador, concentrando su producción en la región costa, contando, según registros del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP, con aproximadamente 162.039 hectáreas de producción de las cuales el 12% está destinado a la producción de banano orgánico y el 88% restante a la de banano convencional, siendo el segundo rubro importante en la composición de las exportaciones del país, después del petróleo con un 15% de participación en las exportaciones totales del país y a nivel mundial después del arroz, trigo y maíz, es el cuarto cultivo alimenticio más importante.

La producción y comercialización del banano requiere de varios aliados estratégicos como empresas cartoneras, proveedores de químicos industriales, transportación, servicio básicos, y especialmente mano de obra especializada en el cultivo de musáceos. La cadena productiva del sector bananero, desde la siembra de la fruta hasta su exportación, son procesos consecutivos que se realizan de una manera centralizada en lo que respecta a la locación. Ciudades costeras como Quevedo o Machala, ésta última reconocida también como la capital bananera del Ecuador, han desarrollado racimos de producción y comercialización de esta fruta.

Los principales destinos del banano ecuatoriano son Europa y Estados Unidos, sin embargo, los países de Medio Oriente han llegado a importar esta fruta ecuatoriana en más volumen durante los últimos 4 años, siendo Turquía el cuarto destino del banano Cavendish ecuatoriano.

Por consiguiente cabría preguntarse ¿La preferencia y crecimiento de las exportaciones de banano a países de Medio Oriente son generadas a partir de una ventaja competitiva de empresas interconectadas entre sí?, si es así ¿Cuál es esta ventaja competitiva? y ¿Cuál es la importancia de la estrategia de la asociatividad en el sector bananero del Ecuador y en las exportaciones?

1. CAPÍTULO I

1.1.FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.1.1. ANTECEDENTES

Según análisis de la situación actual de la economía mundial, existen varios factores que incitan a la creación de clusters y estrategias asociativas. La globalización, aumentando la competencia entre las producciones regionales, el ambiente de crisis, que hace a pequeñas y medianas empresas buscar incrementar sus ventas mediante encadenamientos productivos, crea una conciencia del riesgo que actuar de manera individual representa. (Corrales, 2007). Con el propósito de despertar el interés en el desarrollo regional como preocupación teórica, Salvador Corrales, investigador, partió de la hipótesis de que la globalización ha convertido a los agrupamientos industriales (clusters) en los varios conceptos teóricos, como el polo de desarrollo y subcontratación, por el cual se demostró la importancia de las redes empresariales y la capacidad de organización de estas en la competencia internacional.

Existen varios clusters identificados alrededor del mundo y varios estudios que han determinado la importancia de estos en el desarrollo del sector productivo al que pertenecen. Uno de los enfoques de investigación de la incidencia de clusters ha sido en el marketing internacional, mediante la exploración de fuentes bibliográficas, con el objetivo de proponer una reflexión en materia de mejoras en el comercio de productos peruanos por medio de la utilización de clusters sectoriales, se encontró que se debe considerar la eficiencia y el valor agregado que representa, en el comercio internacional, la suma de los participantes en las exportaciones del país (Barrientos, 2011).

Uno de los clusters identificados en América Latina, es el cluster de salmón en Chile, el cual a través de los años se ha analizado la competitividad del producto chileno en mercados internacionales a partir de la estrategia asociativa. En 2009, José Vera Garnica, analizó los factores de competitividad a escala internacional del cluster de salmón en Chile, mediante una metodología descriptiva, comparando los enfoques teóricos planteados por Michael Porter, descritos en la ventaja competitiva de las naciones, y James H. Schmitz, en su teoría de la economía externa y acción conjunta; como resultado de ésta investigación se identificó que gracias a la eficiencia que logran las empresas interconectadas en la producción y comercialización del salmón chileno ha dinamizado la estructura del cluster reduciendo costos, captando capitalización extranjera, fortaleciendo la innovación y consolidando al salmón

chileno como el cluster basado en recursos naturales de mayor progreso en América Latina (Vera, 2009).

Ecuador contiene una oferta exportable diversa, sin embargo el banano es el segundo rubro más importante de la balanza comercial del país, que según el Banco Central del Ecuador (2016), registró en 2015 2.808.119 miles de dólares americanos. El país comienza a exportar su producción bananera, a países como Perú y Chile, a partir de un excedente de consumo a principios del siglo XX, comenzando así también la recopilación de información estadística de esta actividad económica (Ernesto, 2010). En la actualidad, la fruta ecuatoriana llega a países como Estados Unidos, Rusia, Unión Europea, Turquía, entre otros, convirtiéndose en el principal proveedor de banano del mundo (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PROECUADOR, 2016).

Debido a las necesidades de la movilización de mercancías a través del Río Guayas, en 1963, gracias a la gestión de la Autoridad Portuaria de Guayaquil, fue inaugurado el Terminal Marítimo, en conjunto con infraestructura pública como la Avenidas “25 de Julio” y “de la Marina”, adicional de muelles provisionales (Autoridad Portuaria de Guayaquil, 2017). Por otra parte desde 1970, la Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar se encarga de la operación y administración de este puerto internacional, cubriendo una necesidad imperiosa en la ciudad de Machala (Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar, 2017).

1.1.2. CONTEXTUALIZACION DEL PROBLEMA

Ecuador, debido a las favorables condiciones climáticas en la región costa ha centralizado la producción del 91,57% del banano en las provincias de Los Ríos, Guayas y El Oro (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca, 2016), esto equivale a 7.116 Unidades de Producción Agropecuarias (UPAs) en cultivo de banano, según los resultados del Censo Nacional Agropecuario de enero 2016, donde se contabilizó también 3.533 UPAs en tractores de rueda, 842 en tractores de oruga y 51.907 UPAs de fumigadoras, que soportan la producción agropecuario dentro de estas tres provincias.

La Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador AEBE, creada en 1999 por decisión de los actores del sector, cuenta con 53 afiliados de los cuales todos tienen sus oficinas operativas en la ciudad de Guayaquil o en la ciudad de Machala (Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador AEBE, 2016), también mediante una localización geográfica de los socios adherentes de AEBE, pudimos identificar que se encuentran próximos a las plantaciones

de la fruta o cerca de los puertos de Guayaquil y Bolívar en los cuales son exportados el 100% de la oferta exportable de banano (Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador AEBE, 2016).

A pesar que los principales destinos de la fruta ecuatoriana son Estados Unidos, Unión Europea y Rusia (Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador AEBE, 2016), las exportaciones a países de Medio Oriente registrado un crecimiento considerable en comparación con los otros destinos. En primer lugar, Turquía en 2015, se convirtió en el cuarto destino del banano ecuatoriano, importando el 8% de la oferta exportable del país (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PROECUADOR, 2016).

Medio Oriente durante el periodo 2012-2015, representó el 10,15% del volumen de empaque de exportación de banano (Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador AEBE, 2016), a comparación de los periodos 1998-2000 en que tan solo representaba el 3% de las exportaciones totales de la fruta ecuatoriana (Arias, Dankers, Liu, & Pilkauskas, 2004).

1.2.PROPÓSITO DEL PROBLEMA

El problema tiene como propósito demostrar la eficiencia corporativa de la red del sector bananero del Ecuador, aglomeraciones que se han formado de forma natural en las provincias de El Oro, Los Ríos y Guayas, y como ésta eficiencia se ve reflejada en la creciente preferencia de exportadores de Medio Oriente.

1.3.NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN

La naturaleza de ésta investigación es exploratoria, debido a que no existen estudios previos que se refieran a la influencia de clusters bananeros en las exportaciones ecuatorianas, sino que existen investigaciones acerca de la evolución de los clusters alrededor del mundo, o el desarrollo de clusters en diferentes sectores productivos.

Se realiza en el sector bananero de las provincias Guayas, Los Ríos y El Oro, ya que en estas provincias se acoplan la mayoría de empresas interconectadas en el sector bananero, además de la ubicación de los puertos de Guayaquil y Bolívar.

1.4.OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar la incidencia de la estrategia asociativa (cluster) en las exportaciones del sector bananero del Ecuador hacia países de Medio Oriente durante el periodo 2012-2015.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a. Identificar los diferentes clusters bananeros en el Ecuador.
- b. Analizar las exportaciones del sector bananero al mercado de Medio Oriente durante el periodo 2012-2015.
- c. Diagnosticar el impacto de la formación de clúster en la competitividad del sector bananero ecuatoriano en el mercado de Medio Oriente.

1.5.PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

En este trabajo de investigación se desea comprobar la siguiente hipótesis:

Las exportaciones de banano a países de Medio Oriente han aumentado durante los últimos 3 años debido a la eficiencia corporativa que han desarrollado los clusters en las provincias de El Oro, Los Ríos y Guayas.

1.6.DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

A continuación se definen conceptos en los que se basan esta investigación.

Cluster: Aglomeración geográfica de empresas o instituciones que forman parte de una cadena de producción de un sector específico. (Porter M. E., 2009)

Unidad de Producción Agropecuario UPA: es una extensión de tierra dedicada total o parcialmente a la producción agropecuaria, la cual reúne las siguientes características:

1. Desarrolla una actividad económica bajo una dirección
2. Tiene como condición a) Tiene una superficie mayor o igual a 500 m² o b) tienen una superficie menor a 500 m² pero produjo algún producto agropecuario que fue vendido durante el año censal. (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP, 2016)

Medio Oriente: Se compone por los países de Arabia Saudita, Bahréin, Emiratos Árabes Unidos, Irak, Israel, Jordania, Kuwait, Líbano, Omán, Catar, Yemen, Palestina, Chipre, Egipto, Irán y Turquía.

1.7.LIMITACIONES Y DELIMITACIONES

Esta investigación se refiere a empresas, instituciones y asociaciones gremiales que formaron parte del proceso productivo y de exportación del sector bananero durante el periodo 2012-2015, dentro de las tres provincias productoras más importantes del Ecuador.

La falta de cooperación por parte de las empresas o instituciones que forman parte del cluster bananero del Ecuador en las que se realiza la investigación es un limitante para la investigación, así como también la inexistencia de análisis previos de análisis demográficos de todos los actores del sector bananero.

2. CAPÍTULO 2

2.1.MARCO TEORICO

2.1.1. CLUSTERS

El concepto de cluster parte desde 1794, cuando Adam Smith en su libro *Investigación de la Naturaleza y Causa de la Riqueza de las Naciones* sostiene que la división del trabajo reduce el tiempo invertido en la producción, concentra mano de obra especializada, así como logra acumular maquinaria o tecnología propia (Smith, 1794). Ésta teoría llega junto a la evolución de la globalización que comienza en el año de 1771 con la construcción de la máquina de vapor y la construcción de canales, este acontecimiento es precedido por la movilidad de mano de obra y capital, la reducción del costo de transporte y el acceso a la información entre los años 1810 a 1913 (Alfonzo, 2011). Después del término de la Segunda Guerra Mundial, el libre comercio era más creciente y con esto la globalización y la especialización más notoria.

Fue entonces cuando Porter (1999) definió cluster como “las concentraciones geográficas de empresas interconectadas, proveedores especializados, proveedores de servicios, empresas en sectores próximos, e instituciones asociadas (como por ejemplo universidades, agencias gubernamentales, asociaciones empresariales, etc.) en ámbitos particulares que compiten pero que también cooperan” (p.254). Por ende se entiende como cluster las instituciones o empresas ubicadas geográficamente cerca, interconectadas por vínculos específicos y que se complementan entre sí que forman parte de la estrategia competitiva de un sector. (Clark, Feldman, & Gertler, 2000).

Un cluster es un conjunto de empresas pequeñas y medianas que logran especializarse en procesos productivos y de distribución exclusivos gracias a su eficiencia y el desarrollo de las tecnologías (Viveros, Hernández, Lara, Sánchez, & Almaraz, 2003). Estas empresas no compiten entre sí, más bien comparten necesidades, tecnología, procesos, canales, es decir se complementan entre sí para ser más eficientes y competitivos (Porter M. E., 2009). A pesar que la globalización permite localizar procesos de la cadena productiva de sectores industriales en

donde exista la mayor efectividad de costos, la presencia de clusters sugiere una mayor ventaja competitiva a partir de la especialización. (Clark, et all, 2000).

Según Cabrera (2012) los componentes de un cluster son:

- a. Las empresas
- b. Servicio de proveedores
- c. Los proveedores de componentes
- d. Instituciones de investigación y desarrollo
- e. Consumidores
- f. Organismos/ agencias públicas
- g. Infraestructura pública

Según Bresnahan y Gambardella (2004) “El crecimiento de la economía nacional puede ser provocado por el desarrollo de los clusters” (p. 1), esto debido a la ventaja competitiva que se crea gracias a la concentración geográfica (Jordi, Jose Antonio, Ramón, & Ramón-Muñoz, 2011).

Según Marshall (1963) se pueden adquirir 3 ventajas de la concentración industrial, las cuales son:

- a. El desbordamiento del conocimiento
- b. Surgimiento de empresas subsidiarias
- c. El beneficio de la existencia de una mercado constante de mano de obra especializada

Siendo el cluster considerado como vivero de empresas, ya que las barreras de entrada son menores que en una ubicación aislada, ayuda también a la prosperidad de los territorios (Porter M. E., 2009). Porter también insiste que los sectores de gran éxito internacional van asociados a una elevada concentración geográfica de la actividad económica, a pesar que sus efectos son difíciles de medir (Krugman, 1991).

2.1.2. CLUSTERS EN EL MUNDO

Existen varios clusters en el mundo, el caso más exitoso que se destaca en el sector de la tecnología e innovación es el cluster de Silicon Valley en los Estados Unidos, ubicación geográfica donde se encuentran las grandes empresas de tecnología como Google, Apple, HP, Xerox, Oracle, etc., acompañados de miles de pequeñas empresas en formación o empresas “star-ups” (Cabrera, 2012). La creación de este clusters no hubiera sido posible sin la ayuda de

universidades, capital de riesgo y la concentración de profesionales talentosos, 64% de ellos extranjeros, que son parte de la innovación que representa Silicon Valley (Bresnahan & Gamberdela, 2004).

Silicon Valley es un claro ejemplo de una consecuencia habitual de los clusters, denominado el desbordamiento del conocimiento tecnológico. Este desbordamiento de conocimiento tecnológico es posible gracias a las pequeñas empresas que se establecen en Silicon Valley, aquellas que toman un riesgo más alto debido a que no tienen una reputación que perder, concentran todas sus energías y capital de trabajo especializado en el desarrollo de nuevas tecnologías (Bresnahan & Gamberdela, 2004).

Otro caso de éxito a nivel mundial, especialmente en el continente europeo, es el cluster de transporte establecido en Holanda, debido a su ubicación en el centro de Europa y el desarrollo de conexiones intermodales, el puerto de Rotterdam se ha convertido en la localidad de concentración de compañías de transporte terrestre, marítimo, ferrocarril y también cuenta con oleoductos, los cuales distribuyen productos químicos a granel, petróleo y sus derivados (Mar & Gerencia, 2010). Según Porter (1999) “El cluster del transporte holandés le debe mucho a la ubicación geográfica del país, en el centro de Europa, a su extensa red de vías hídricas, a la eficiencia del puerto de Rotterdam y a las habilidades acumuladas por los holandeses en su larga historia marítima” (p. 40).

2.1.3. CLUSTERS EN LATINOAMERICA

En América Latina existe una escasez de clusters (Fernández-Satto & Vigik-Greco, 2007). Sin embargo existen pocos casos de éxito encontrados en la zona. En primero lugar, en Latinoamérica se encuentra el país con más clusters identificados en el mundo, México ha desarrollado varios clusters en sectores tales como lácteos, transporte, minerales y productos metálicos, turismo y el de la industria maquiladora, el más grande y reconocido del país (Cabrera, 2012)

Las políticas macroeconómicas diseñadas para la desregularización de sectores específicos, la privatización y el fomento de la inversión extranjera directa, impulsadas por el gobierno mexicano a partir de los años ochenta, han obtenido como resultado el desarrollo en el sector industrial en la región norte del país (Fernández-Satto et al, 2007). La Industria de Maquiladora de Exportación (IME) ha constituido en una fuente relevante de empleos, de captación de divisas y de impulso a la economía de las ciudades fronterizas y de la economía

del país (Pérez & Pérez, 2015, pág. 1). Gracias a su cercanía con los Estados Unidos, este cluster ha recibido inversión a gran escala, así como también, el cambio y abolición de regulaciones gubernamentales para incentivar dicha inversión y la expansión de la industria acompañado de un creciente mercado laboral (Pérez & Pérez, 2015).

Otro país latinoamericano que utiliza la definición de cluster en sectores priorizados de su economía es Chile, que en mediante el Consejo Nacional de Innovación y Competitividad. La industria minera fue parte de los sectores priorizados en el Plan de Acción del año 2008 al 2010, ya que Chile posee el 25% de producción de cobre mundial y se ha logrado reducir los costos de transporte debido a su ubicación geográfica. Se puede decir que este cluster ubicado en el norte del país, ha sido tan exitoso que ha logrado ser el proveedor N. 1 de cobre en el mundo. (Navarrete Ampuero, 2014).

El sector minero de Chile está buscando no perder su competitividad, estableciendo poco a poco un sistema hidráulico sustentable, integrar a los miembros del cluster, incentivando a nuevos emprendedores y buscando innovación. (Navarrete Ampuero, 2014)

2.1.4. CLUSTER BANANERO DEL ECUADOR

A partir de estos conceptos podemos deducir que en las provincias de la costa ecuatoriana se ha producido de manera natural, debido a las condiciones climáticas, un cluster de producción de banano y plátano. Según reportes las principales provincias en donde se cultiva el musáceo son Guayas, El Oro y Los Ríos, concentrando el 92% de las hectáreas de producción de banano tal como se muestra en la Apéndice 1 (MAGAP, 2015).

Sin embargo, para que las regiones de El Oro, Guayas y Los Ríos sean considerados como un cluster estratégico deben existir empresas que formen parte de la red de producción y comercialización de la fruta como lo vimos en las definiciones de Porter y Ramos. Según el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PROECUADOR (2016) “el sector bananero según datos de MAGAP genera alrededor de 2 a 2.5 millones de empleo tanto directo como indirecto, siendo un promedio de 0.8 hombres por hectárea de banano; este rubro incluye campo y empaque” (p.6).

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP (2016) según el reporte de resultados del Censo Nacional, registra las siguientes Unidades de Producción Agropecuario UPA en el sector bananero:

Tabla 1:

Censo Nacional 2016, Unidades de Producción Agropecuario de las provincias de la región costa del Ecuador

Provincias	Cultivo de Banano	Tractores de Ruedas	Tractores de Oruga	Fumigadora	Total	% Participación
El Oro	3.887	112	129	5.234	250.121	17.05%
Esmeraldas	2.596	122	55	4.075	183.671	12.52%
Guayas	2.125	2.017	504	28.691	536.833	36.59%
Los Ríos	1.104	1.404	119	17.982	139.49	9.51%
Manabí	2.977	218	110	26.116	357.093	24.34%
Total General	12.689	455.421	917	82.098	1467.208	100.00%

Fuente: Censo Nacional Enero 2016. Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP.

Según la Tabla 1 las provincias de Guayas, El Oro y Los Ríos tienen 80.72% de UPAs en la región costa ecuatoriana, es decir, existe una concentración de empresas productoras, empacadoras, fumigadoras que aportan al proceso productivo del banano en las tres provincias más importantes del sector bananero del país.

2.1.5. EXPORTACIONES DE BANANO DEL ECUADOR

Existen dos puertos en el Ecuador para la salida de las exportaciones, estos son el puerto de Guayaquil y Puerto Bolívar, los cuales exportan el 74% y el 26% de todas las exportaciones bananeras del Ecuador, tal como se muestra en la Tabla 2. (Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador AEBE, 2016)

Tabla 2:

Cajas exportadas por puerto durante el periodo 2013 a julio del 2016.

Año	Pto. Guayaquil	Pto. Bolívar	Total
2015	234,291,500	83,145,540	317,437,040
2014	223,358,070	74,702,677	298,060,747
2013	189,070,767	70,267,882	259,338,649
Total	792,235,713	273,046,292	1,065,282,005
% Participación	74%	26%	100%

Fuente: Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador (2016)

El banano es el segundo rubro más importante en las exportaciones del Ecuador y Ecuador es el primer exportador de banano en el mundo (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PROECUADOR, 2016). Según el Análisis Sectorial emitido por PROECUADOR (2016) “La exportación del banano ha tenido un constante crecimiento durante los últimos 3 años debido a que los productores han aumentado su productividad por hectárea” (p.7).

Así también lo muestran los reportes de las exportaciones y balanza comercial en toneladas métricas de banano en la Tabla 3 del Banco Central del Ecuador (2016) donde podemos ver que en los últimos 3 años existe un crecimiento promedio del 6% en las exportaciones de banano, en 2012 Ecuador llegó a exportar 4.981.162 toneladas de banano mientras que en 2015 ésta cifra creció a 6.039.629 toneladas métricas.

Tabla 3:

Reporte exportaciones de banano del 2000 a agosto del 2016 en toneladas métricas.

Año	Exportación	Importación	Balanza
2000	3,939,453	0	3,939,453
2001	3,574,989	0	3,574,989
2002	4,199,156	0	4,199,156
2003	4,577,231	0	4,577,231
2004	4,537,034	2	4,537,032
2005	4,653,878	0	4,653,878
2006	4,797,795	0	4,797,795
2007	5,057,073	0	5,057,073
2008	5,132,784	108	5,132,676
2009	5,473,093	16	5,473,077
2010	4,944,968	0	4,944,968
2011	5,391,885	16	5,391,869
2012	4,981,162	7,923	4,973,239
2013	5,195,404	124	5,195,279
2014	5,715,769	0	5,715,769
2015	6,039,629	0	6,039,629

Fuente: Banco Central del Ecuador (2016)

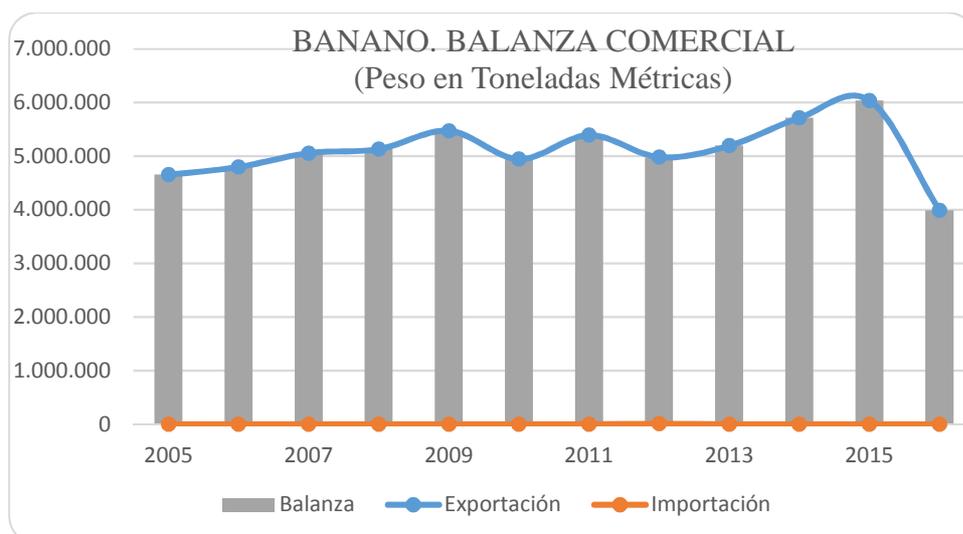


Figura 1: *Balanza Comercial Banano en Toneladas Métricas*

Fuente: Banco Central del Ecuador (2016)

2.1.6. MEDIO ORIENTE Y LATINOAMÉRICA

De acuerdo con Vega (2005) “El Medio Oriente comprende Arabia Saudita, Irak, Emiratos Árabes, Kuwait, Irán, Catar, Omán, Yemen, Siria, Bahréin, Líbano, Israel, Jordania y Egipto” (p.47). Los países de Medio Oriente son parte de las 50 reservas de petróleo en el mundo por lo cual su riqueza proviene de este sector (Rodríguez, 2004). Según el Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (2011) “El Medio Oriente tiene una superficie superior a 16 millones de kilómetros cuadrados..., más de 500 millones de habitantes y aproximadamente 6% de la población mundial y 7% de la de los países emergentes y en desarrollo” (p.11).

Medio Oriente es parte de las regiones que gracias a la globalización ha desarrollado sus relaciones políticas, democráticas, económicas y culturales con países de América Latina (Ozkan, 2016). Desde finales del siglo XIX una ola de inmigrantes, escapando de los conflictos políticos en esta región después de la Segunda Guerra Mundial, han desembarcado en América Latina abriendo así más intercambios culturales y de consumo entre ambas regiones (Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe, 2011)

En mayo del 2005 las relaciones entre las dos regiones recibió un gran impulso, con la I Cumbre de los países de América del Sur y países Árabes ASPA celebrado en Brasilia que abrió puertas a negociaciones comerciales y económicas. (Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe, 2011)

2.1.7. MEDIO ORIENTE Y ECUADOR

El Ecuador y los países de Medio Oriente han tenido el interés de fortalecer sus relaciones comerciales y de inversiones, con un gran potencial en el área comercial (Vicepresidencia de la República del Ecuador, 2011). Es más que inevitable, que Ecuador, siendo un país en desarrollo, busque inversiones de poderosos petroleros como es el caso de los países de Medio Oriente.

Existen acuerdos internacionales con dos países de Medio Oriente, que se encuentran no vigentes en revisión de la Asamblea Nacional del Ecuador, estos son:

1. Acuerdo de Cooperación Comercial entre el Gobierno de la República de Ecuador y el Gobierno de la República de Turquía.
2. Acuerdo de Cooperación Económica, Comercial y Técnica entre el Gobierno de la República de Ecuador y el Gobierno del Estado de Catar (Ministerio de Comercio Exterior, 2016).

Estos acuerdos tienen como objetivo fomentar y facilitar las exportaciones e importaciones de ambas partes, especialmente en el sector agrícola y de tecnología (Ministerio de Comercio Exterior, 2016). En este sentido, según el reporte de la Federación de Exportadores del Ecuador FEDEXPOR (2016) “Las exportaciones que más crecieron hasta junio de 2016 por destino estuvieron en Medio Oriente (35%), Asia (30%), y Rusia (2%)”. (p.3).

Tal como podemos identificar en la Tabla 4, la balanza comercial no petrolera del Ecuador en relación al bloque Medio Oriente tiene un superávit de 67 millones hasta junio de 2016, exportando 94 millones de dólares en comparación a los 27 millones importados de ésta región.

Tabla 4:*Evolución de comercio por bloque FOB-CIF hasta Junio 2016.*

Bloque/País	No Petrolero (\$ millones)					Variación Acumulada	
	Export	%	Import	%	Balanza	Export	Import
Asia	787	14%	828	13	-41	30	-27
CAN	510	9%	962	15	-452	-8	-33
China	237	4%	1409	22	-1171	-9	-25
EEUU	1305	24%	987	16	317	-23	-46
MCCA	49	1%	47	1	2	-21	-3
Medio Oriente	94	1,7%	27	0,4	67	35	-56
MERCOSUR	155	3%	443	7	-287	-11	-11
Resto ALADI	224	4%	497	8	-273	1	-43
Resto Europa	143	3%	85	1	57	-25	-10
Resto Mundo	156	3%	159	3	-3	-24	-16
Rusia	389	7%	101	1,6	288	2	93
UE (28)	1394	25%	811	13	583	-3	-27
Venezuela	72	1%	3	0	70	-49	-43
Total General	5517	100%	6359	100%	-843	-7,5	-31,1

Fuente: Federación de Exportadores del Ecuador FEDEXPOR (2016)

2.1.8. CONSUMO DE BANANO EN MEDIO ORIENTE

El banano es parte de la dieta mundial y el Medio Oriente no es una excepción. Las importaciones de banano totales en países de Medio Oriente ascendieron a 6.90% en el año 2013-2014 llegando a importar 13.927.630 miles de dólares americanos en la partida arancelaria 080390 de banano (excluido plátano), tal como se muestra en la Apéndice 2. (Trade Statistic for International Business Development, 2016).

Tabla 5:

Reporte de importaciones en toneladas banano ecuatoriano vs importaciones de banano del mundo en dólares americanos.

PAIS/AÑO	IMPORTACIONES DE BANANO ECUATORIANO				IMPORTACIONES DE BANANO DEL MUNDO			
	2012	2013	2014	2015	2012	2013	2014	2015
Arabia Saudita	12,174	10,891	16,434	37,180	140,394	141,031	152,571	1,725
Bahréin	0	0	0	0	13	58	279	3
EAU	68	2,298	2,576	0	19,143	82,287	98,341	297
Irak	0	1,668	0	2,930	56	15,035	13,353	151
Israel	0	0	0	0	87	51	45	0
Jordania	31	0	4	0	12,693	9,066	7,088	45
Kuwait	0	508	1,520	3,542	0	85,584	97,136	970
Libano	59	85	73	0	274	143	105	5
Omán	0	0	0	0	145	6,017	4,914	46
Catar	0	0	0	0	175	315	503	0
Yemen	0	0	0	0	0	0	0	0
Palestina	0	0	0	0	0	0	0	0
Chipre	1,158	1,702	2,874	1,999	4,638	4,085	4,929	47
Egipto	0	0	12,901	50,592	0	0	15,414	517
Irán	0	0	0	0	168	1,481	2,218	89
Turquía	96,840	88,328	78,645	72,011	110,391	115,317	102,537	1,083
Total	112,342	107,493	117,041	170,269	290,189	462,483	501,447	6,996

Fuente: Trademap.org (2016)

Los países que más importan banano dentro de la región son Turquía, que importó en total 73.094 toneladas en 2015 y Arabia Saudita, que importó 38.905 en el mismo año, mientras que los que menos importan banano son Bahréin e Israel, según la Tabla 5.

2.1.9. EXPORTACIONES DE BANANO ECUATORIANO A MEDIO ORIENTE

El Ecuador es el primer proveedor de banano en el mundo con un 30% de participación en el mercado (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PROECUADOR, 2016). Aunque sus compradores más importantes son Estados Unidos, Alemania y Rusia, como se muestra en la Figura 2, el mercado turco se lleva el 7,63% de las exportaciones bananeras del Ecuador (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PROECUADOR, 2016).

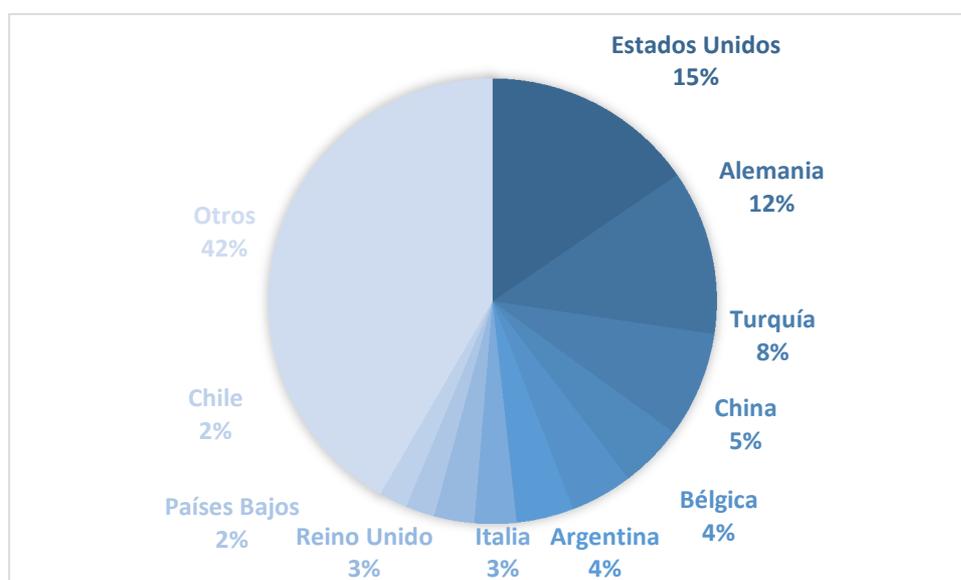


Figura 2: Principales Destinos de Exportaciones de Banano

Fuente: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR (2016)

En volumen de empaque, según la Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador AEBE (2016), desde el 2013 se ha visto un incremento de la participación del volumen de empaque que tienen como destino países del Medio Oriente, teniendo en promedio un 10,78% de cajas como destino a la región, tal como se representa en la Tabla 6.

Tabla 6:

Reporte Volumen de Empaque Cajas de Exportación de Banano como Destino Medio Oriente.

Año	Volumen	% Participación
2016 Acum.Jul	19,558,590	10.27%
2015	38,611,346	12.16%
2014	29,458,156	9.88%
2013	28,020,124	10.80%
Total	115,648,216	10.78%

Fuente: Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador AEBE (2016)

3. CAPÍTULO III

3.1.DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación que se realiza es no experimental ya que no se realiza manipulación de las variables. Es longitudinal ya que busca datos durante los años 2012, 2013, 2014 y 2015. Es una investigación descriptiva que se formulará mediante entrevistas a empresarios del sector bananero en las provincias de Guayas, El Oro y Los Ríos, utilizando el cluster como un análisis estadístico demográfico en esta región.

La investigación no se realizará mediante encuesta, ya que esto implicaría la movilización a las tres provincias del cluster, para lo cual es necesario disponer de más de tiempo y la unidad de titulación no lo dispone.

3.2.TIPO DE INVESTIGACIÓN

Existen varios tipos de investigación que podrían ayudar a la resolución de la hipótesis planteada, por ejemplo, una investigación correlacional, la cual permitiría medir el grado de relación existente entre dos o más variables en las exportaciones crecientes en la región de Medio Oriente, sin embargo la investigación correlacional no daría la posibilidad de observar variables no consideradas que sean agentes causales de dicho crecimiento.

Por lo tanto, se ha decidido realizar una investigación exploratoria, descriptiva debido a que se buscará conocer las situaciones y actitudes de los actores del cluster bananero mediante

el análisis de datos estadísticos y especificación de distintos procesos de la producción y comercialización del banano en la región costa del Ecuador, especialmente las provincias del Guayas, El Oro y Los Ríos.

3.3.ALCANCE

En ésta investigación se pretende identificar la importancia de la colaboración estratégica en el sector bananero del Ecuador, específicamente en las regiones donde más se da la producción de la fruta.

Para el desarrollo de ésta propuesta de investigación se plantean preguntas que reflejen las ventajas de la proximidad geográfica de empresas implicadas en la exportación del banano.

3.4.MUESTRA

El diseño de la investigación es no exploratoria por la selección de la empresas fue a conveniencia, motivado principalmente por lo problemas a contactar a las empresas y poder lograr una entrevista con ellas además del tiempo para la entrega de este trabajo de titulación.

Específicamente la muestra fue de dos empresas exportadoras de la industria bananera y una institución gubernamental, una asociación gremial y un exportador de fruta ecuatoriana al mercado de Medio Oriente ubicada en España.

3.5.TÉCNICA DE RECOGIDA DE DATOS

La obtención de datos se realiza mediante la aplicación de un cuestionario adaptado al sector bananero del Ecuador. Este cuestionario que se encuentra en el Apéndice 4 será parte de una entrevista a realizarse a empresarios del sector bananero que comercialicen la fruta producida en las provincias de Los Ríos, El Oro y Guayas y a funcionarios del gobierno en las áreas estratégicas del sector.

La base de datos para la selección de las empresas a entrevistar se tomará de las 53 empresas exportadoras de banano afiliadas a la Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador AEBE (Apéndice 6).

El contacto con las empresas se realizará en dos etapas, el primer contacto vía telefónica para preguntar la disponibilidad de responder el cuestionario, esperando que esta respuesta sea afirmativa se procede al segundo contacto vía email o entrevistas personales dependiendo de la disposición de cada empresario o funcionario que se desea entrevistar.

4. CAPÍTULO IV

4.1.PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Se desea presentar los resultados obtenidos mediante las entrevistas realizadas a tres empresas privadas, que durante el periodo 2012-2015 exportaron banano ecuatoriano a países de Medio Oriente, de las cuales se escogió dos empresas ecuatorianas, afiliadas a AEBE y una empresa española-ecuatoriana; una institución gubernamental, el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR, y una asociación gremial, AEBE, Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador AEBE.

4.1.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LAS EMPRESAS

PRO ECUADOR es una institución gubernamental adherida al Ministerio de Comercio Exterior fundada en 2008, cuyo objetivo principal es el fomento y promoción de las exportaciones e inversiones ecuatorianas.

Tabla 7:

Toneladas de banano producidas por provincia 2012-2015

Provincia	2012	2013	2014	2015
Los Ríos	2.753.617	1.728.814	3.483.860	2.571.959
Guayas	1.568.028	1.382.848	1.684.304	2.334.727
El Oro	2.268.482	2.584.077	1.011.428	1.379.521
Cañar	91.622	53.232	110.944	174.001
Otros	259.948	198.648	431.607	670.616
Total Nacional	6.941.697	5.947.619	6.672.143	7.130.824

Fuente: Coordinación General del Sistema de Información General, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP (2016)

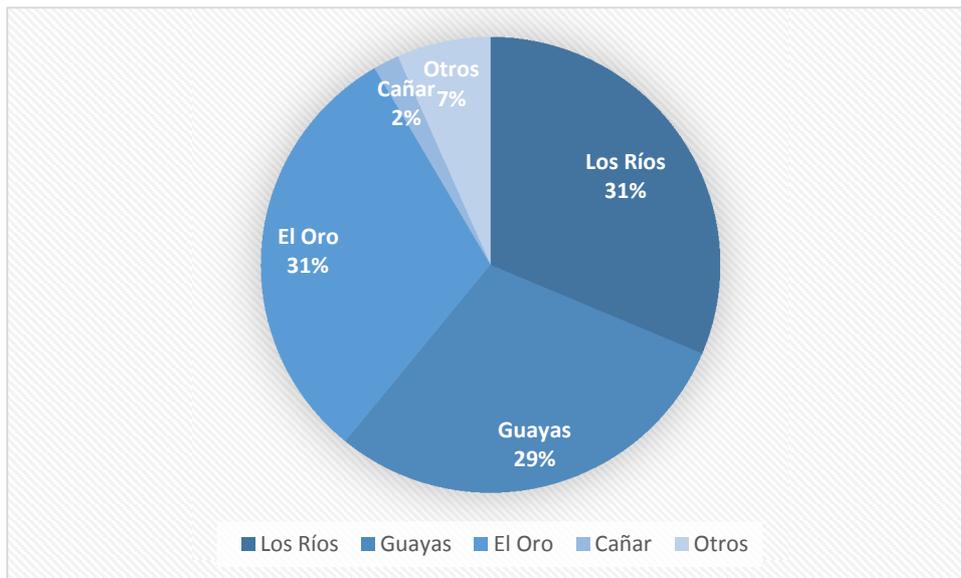


Figura 3: Participación de provincias en producción de banano del Ecuador

Fuente: Coordinación General del Sistema de Información General, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP (2016)

Como se demuestra en la Tabla 7 y se explica en la Figura 3, la producción de banano en el Ecuador se da principalmente en las provincias de Los Ríos, El Oro y Guayas, produciendo en promedio 91,57% de la producción total nacional; la representante de PRO ECUADOR, Ing. María José Matos Bedoya, Especialista Sectorial de Banano y Plátano, aclara que esto se debe a las condiciones climáticas que benefician a la calidad y producción de la fruta todo el año.

La empresa EXPOGLOBAL S.A. tiene 13 años como exportadora-productora en la ciudad de Guayaquil, cuentan con sus propias plantaciones de banano en la ciudad de Quevedo, bajo la marca Don Alejo.

SOPRISA S.A. es una empresa exportadora-productora de banano ubicada en la ciudad de Guayaquil, cuyas plantaciones se encuentran en la provincia de Los Ríos, Guayas y el Oro, su marca Banasoft y Banafood es exportada hace 13 años y las plantaciones llevan 30 años en el mercado.

La empresa exportadora española-ecuatoriana Allfresch Latam Ltda., fue creada en el año 2001, está ubicada en España y exporta banano ecuatoriano de la provincia de los Ríos, El Oro y Guayas bajo diferentes marcas al mercado Europeo, Asiático y Medio Oriente. La Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador AEBE creado en 1999, ubicado en la ciudad de Guayaquil, cuenta con 53 exportadores de banano asociados, 20 socios adherentes, entre cartoneras, bancos, navieras, etc.

4.1.2. PARTICIPACIÓN VENTAS A PAÍSES DE MEDIO ORIENTE

Según Ab. Eduardo Ledesma, Director Ejecutivo de AEBE, la participación en el mercado de Medio Oriente ha ido ascendiendo durante el periodo 2012-2015, llegando a ser el cuarto destino principal del banano ecuatoriano debajo de la Unión Europea, Rusia y Estados Unidos. En 2015, Medio Oriente importó el 12,60% de la producción nacional, tal como se muestra en la Tabla 8.

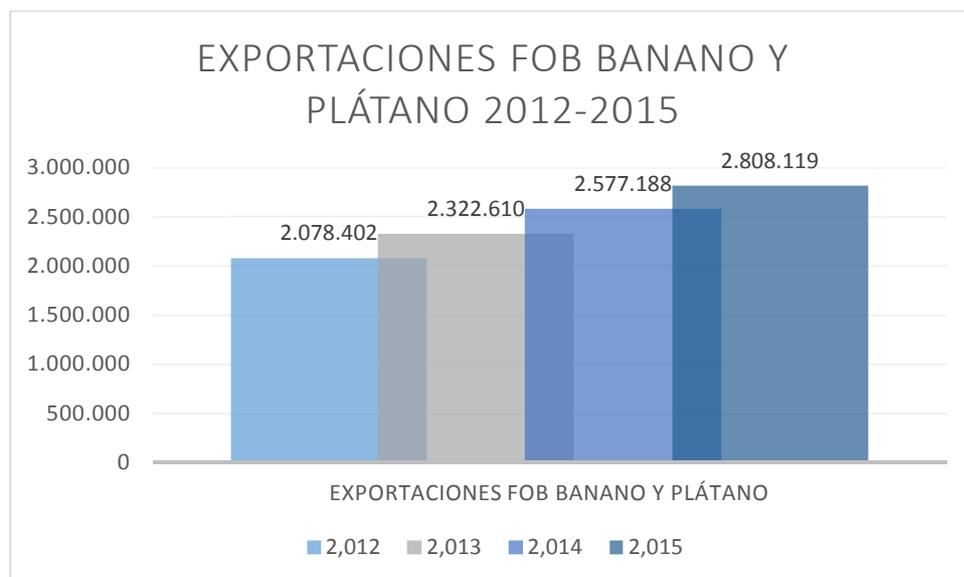


Figura 4: Exportaciones FOB Banano y Plátano 2012-2015

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP (2016)

Durante el periodo 2012 a 2015 las exportaciones de banano a países del Medio Oriente de la empresa SOPRISA S.A. fueron del 30% anual, sus mercados principales son Kuwait, Turquía, Siria, Irán, Irak y con poca frecuencia Egipto.

Por otra parte, para EXPOGLOBAL S.A. el mercado de Medio Oriente representa el 20% de sus ventas, mientras que para Allfresch Latam Ltda., el 10%, uno de sus clientes potenciales se encuentran en Turquía, también exportan a países como Egipto, Emiratos Árabes Unidos y Jordania con menos frecuencia.

Tabla 8:*Estructura de las exportaciones de banano por destino declarado a 3er trimestre 2014-2016*

DESTINO	2014	2015	2016
Rusia	22,46%	20,23%	21,61%
Unión Europea	31,13%	30,27%	32,63%
EE.UU	15,30%	15,30%	15,58%
Europa Este	8,32%	5,37%	3,78%
Otros Europa	0,33%	0,36%	0,43%
Sudamérica	7,23%	6,90%	6,69%
África	0,87%	2,33%	1,57%
Medio Oriente	9,43%	12,60%	10,29%
Asia	4,18%	5,78%	6,28%
Oceanía	0,76%	0,86%	1,13%
Total	100%	100%	100%

Fuente: Bananotas, N°121, Noviembre-Diciembre, Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador AEBE (2016)

4.1.3. PRINCIPALES COMPETIDORES

Ledesma explica que el banano ecuatoriano es el más caro a comparación con sus competidores tales como Colombia, Costa Rica, Guatemala, Filipinas, Perú y México, sin embargo la calidad del banano ecuatoriano, en su variedad Cavendish, es difícil comparación.

SOPRISA y EXPOGLOBAL concuerdan que los principales competidores de su empresa se encuentran dentro del país, la competitividad del producto dentro del Ecuador es notorio, al ser el producto de la misma variedad, existe una frecuente guerra de precios para captar a los clientes. Allfresch Latam Ltda. agrega que Colombia es un competidor fuerte para el banano ecuatoriano.

Como podemos ver en la Figura 5, en el 2012 Ecuador llegó a proveer 5.183.312 toneladas de banano, en comparación a Colombia que exportó a penas 1.733.354 toneladas, esto significó que Ecuador represente el 31% de la oferta mundial de banano, tal como se lo representa en la Figura 6. Allfresch Latam Ltda. explica que las condiciones climáticas del Ecuador permite tener fruta abundante todo el año, siendo esta una ventaja a comparación a sus competidores.

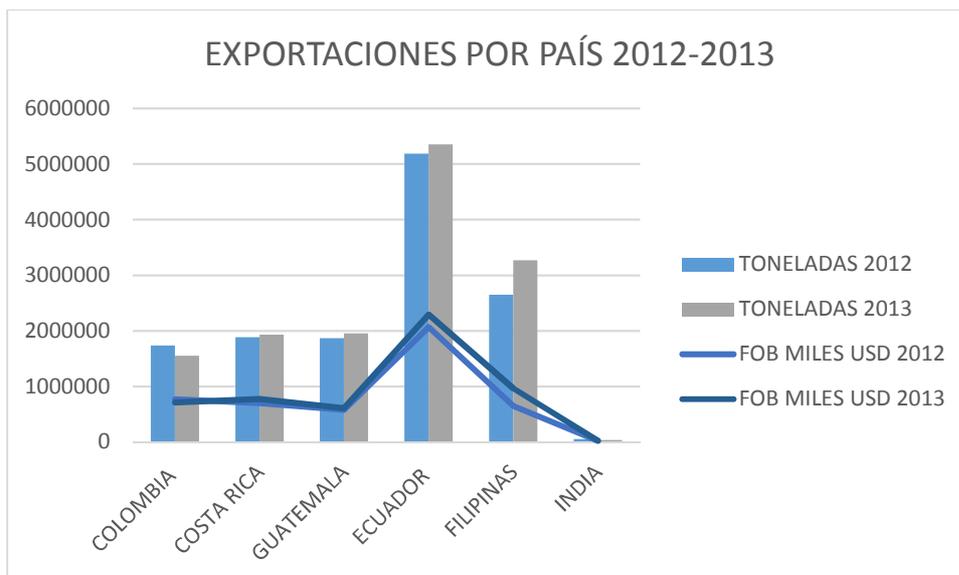


Figura 5: Exportaciones por país 2012-2013

Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura (2014)

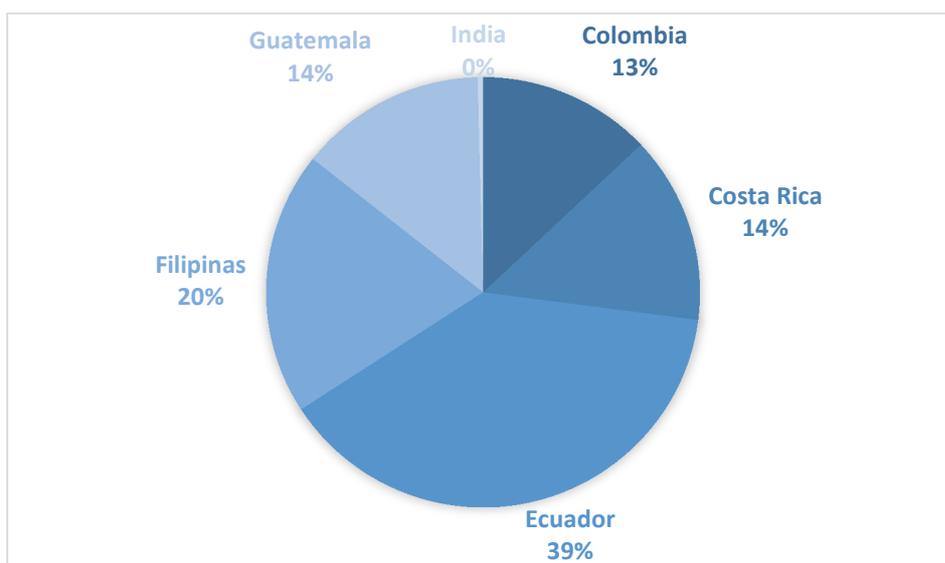


Figura 6: Participación exportaciones por país 2012

Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura (2014)

4.1.4. ATRACTIVOS PARA EL MERCADO DE MEDIO ORIENTE

SOPRISA menciona que la calidad de banano ecuatoriano es indiscutible, su vida verde, su sabor, dulzura y todas las especificaciones técnicas destacan en el mercado mundial.

Una de las ventajas principales del producto ecuatoriano para la exportación a países de Medio Oriente es la durabilidad o vida verde de la fruta después de ser cortada. Martos indica, que ésta es la principal fortaleza de la fruta ecuatoriana; el banano ecuatoriano dura en un

contenedor cerrado, en frío, hasta 42 días, mientras que el de la competencia tan solo 30 días, por lo cual la producción ha podido captar al mercado de Medio Oriente.

El banano ecuatoriano dura más, a diferencia de sus competidores, tanto en verde como en percha, el producto ecuatoriano logra permanecer 2 semanas sin que se descomponga, tal como lo explica EXPOGLOBAL, mientras que la fruta de los países competidores dura tan solo 5 días, esto es beneficioso para los supermercados, el comercializador y para el consumidor, añade Ledesma.

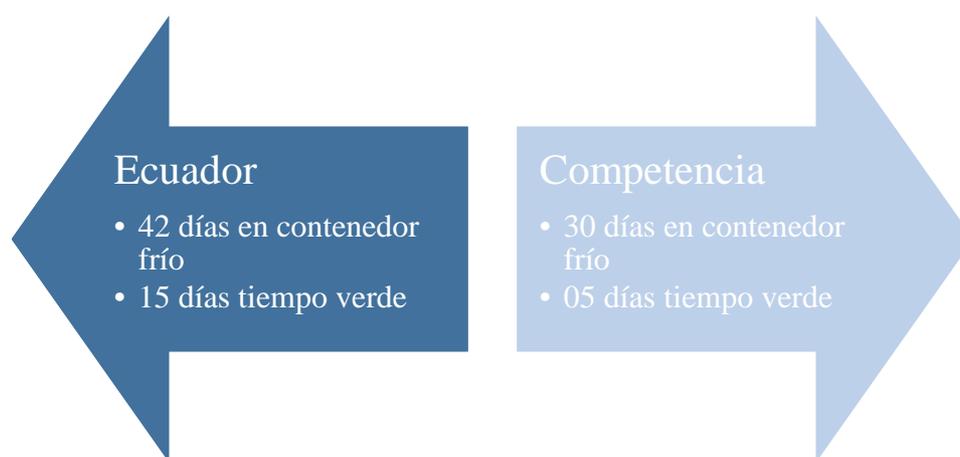


Figura 7: Comparación durabilidad de fruta Ecuador vs competidores.

Para Allfresch Latam Ltda. la fruta ecuatoriana es competitiva, debido a que es abundante todo el año, es de buena calidad y necesaria para el mercado de Medio Oriente, cuyo proveedor principal, debido a su proximidad, es Filipinas, a pesar de que su producción no ha sido constante durante el periodo 2012-2015 debido a los desastres naturales que han afectado ésta región. Es por esto que, la empresa española considera, que la fruta ecuatoriana anticipa problemas de la producción filipina.

4.1.5. COOPERACIÓN EN LA CADENA DE PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN

La producción y exportación de banano son procesos con varios eslabones y actores fundamentales para los mismos. Tal como lo demuestra la Figura 8, en el proceso de producción de banano interfieren proveedores de insumos y fertilizantes, empresas de control de plagas y proveedores de químicos fungicidas, certificadoras de calidad, mano de obra especializada en

el cultivo del musáceo y transporte y pesaje de los racimos, antes de llegar al proceso de empaque.

Por lo tanto, la calidad también depende de distintos proveedores de insumos para la exportación de la misma. Martos asegura que la calidad del producto depende de una cadena; si el exportador no cuenta con una buena caja, el banano que viaja tantos días se maltrata, por lo tanto ésta es vital; del mismo modo la funda que cubre la fruta debe ser lo suficientemente resistente para que esta no se rompa durante el viaje y que pueda soportar las variaciones de temperatura a la que la fruta se ve expuesta durante su proceso de exportación. En relación a las cartoneras, Ledesma explica que éstas entregan cajas de banano para la exportación en las bodegas que las exportadoras mantengan en diferentes puntos de la región, añade que el sector y sus proveedores están bien establecidos y trabajan de forma conjunta y eficiente.

SOPRISA mantiene que, a pesar de que las empresas cartoneras proveedoras del sector se encuentran en la provincia del Guayas, la necesidad en las provincias de El Oro y Los Ríos ha provocado la necesidad de crear una logística eficiente, las empresas han logrado el traslado de cajas de banano a las plantaciones en menos de 2 horas, de este modo no existen problemas en la programación de sus entregas en puerto.

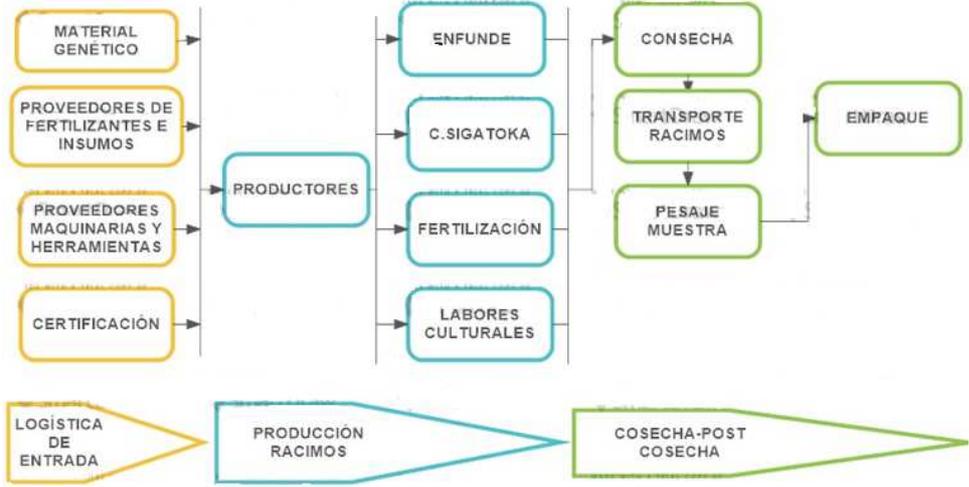


Figura 8: *Flujograma Cadena de Valor Producción de Banano*

Fuente: Elproductor.com (2012)

Existen varias empresas de proveedores que se han localizado alrededor de las plantaciones de banano en el país, con el propósito de realizar una cadena de suministros más eficiente, un claro ejemplo de esto, es la localización de empresas proveedoras de sunchos que

son parte necesaria para la correcta producción de la fruta y se encuentran cerca de las plantaciones de banano.

Los empresarios enfatizan la importancia de la participación de sus proveedores para la comercialización de su producto, explican que durante los últimos años el dinamismo entre proveedores y productores ha sido más efectivo, ya que estos comprenden las necesidades del sector y buscan innovación en sus productos, como es el caso de los fungicidas que se han desarrollado según la necesidad del mercado a exportar y las condiciones del suelo.

Allfresch Latam Ltda, destaca que es necesario estar cerca del negocio, sea en la producción o en la exportación (puerto), debido a que es un negocio que nunca se detiene y la fruta es un producto muy sensible para la exportación, es por esto que las exportadoras requieren tener una oficina cerca del puerto de Guayaquil, que es del puerto donde se exporta el 74% de banano ecuatoriano, tal como se muestra en la Tabla 2. El proceso de exportación tiene varios actores que suman a la cadena, desde estibadores, evaluadores de calidad, empresas inspectoras de contenedores, operadoras en puerto y navieras, como se puede observar en la Figura 9.

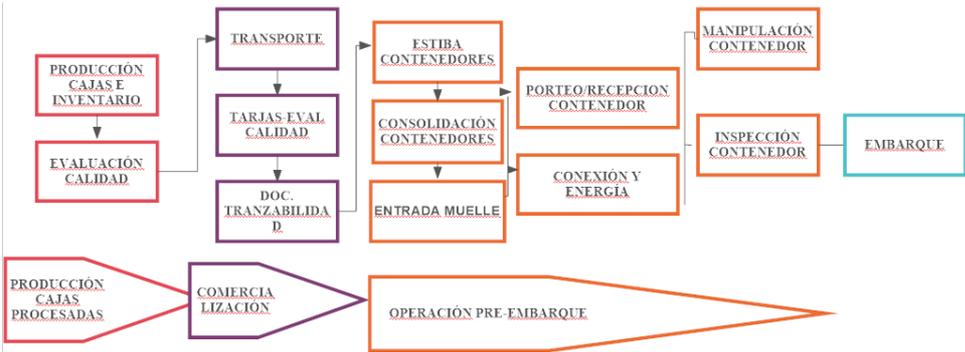


Figura 9: Flujograma Cadena de Valor Proceso Exportación Banano

SOPRISA aclara que no existe distinción entre las provincias del país para la obtención de mano de obra especializada o abastecimiento de proveedores dentro de las 3 provincias principales, sin embargo reconoce que en la provincia del El Oro existe una mayor facilidad de operación debido a la cercanía de las plantaciones con el puerto Bolívar.

Martos explica que es indiferente donde se encuentran las plantaciones de banano, sin embargo las oficinas de exportación de la fruta se han localizado en la ciudad de Guayaquil, debido a la proximidad con las instituciones gubernamentales, asociaciones del gremio y distintos proveedores de servicios para la exportación, como agentes aduaneros, inspección de productos, etc., lo que facilita el proceso de exportación. Esta aglomeración en la provincia del Guayas se ve claramente en la Figura 10 donde se ubican geográficamente las empresas

exportadores, proveedores de cartones, fungicidas, navieras y la proximidad con el puerto de Guayaquil.

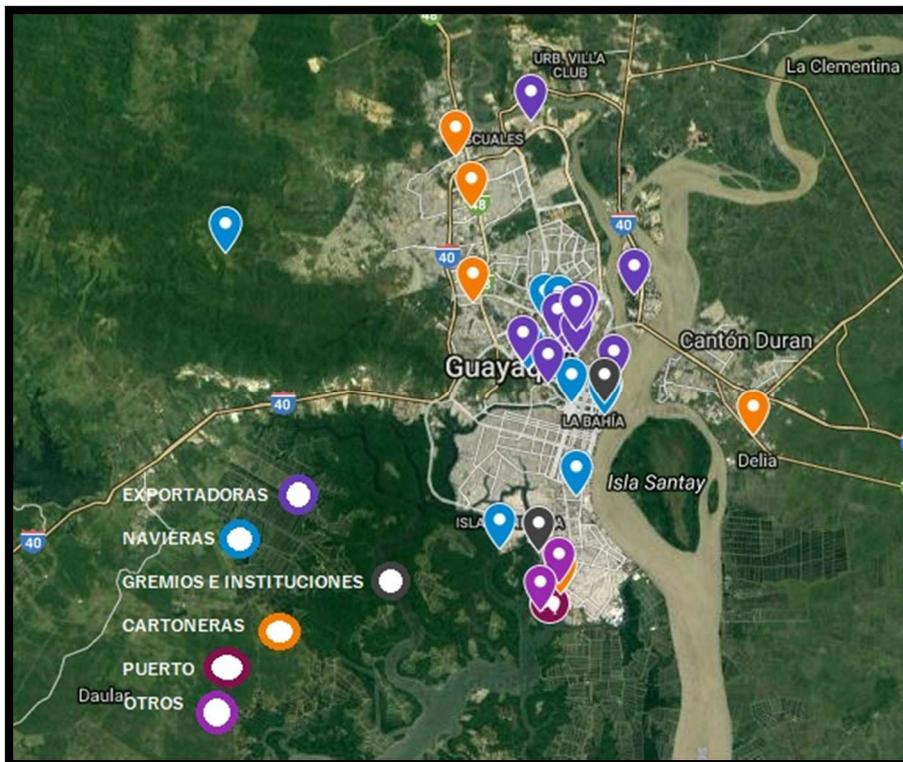


Figura 10: Ubicación geográfica de cluster bananero ciudad de Guayaquil.

Otro punto que destacan es la infraestructura pública que permite un transporte más ágil y menos costoso, las mejoras de carreteras y vías de transportación, permite a los productores llegar con facilidad a los puertos de embarque, además de la cercanía de los puertos para las plantaciones.

En el Ecuador existen 14 provincias productoras de banano, sin embargo las principales son, Los Ríos, Guayas y El Oro, en este orden por productividad, Guayas y Los Ríos exportan su fruta desde el puerto de Guayaquil, esto representa al 74% de las exportaciones nacionales, mientras que el 26% restante se exporta desde el puerto Bolívar., esto está representado en la Tabla 2. Ledesma estima que al habilitarse las operaciones desde el puerto de Posorja, se evaluará si este presenta costos, operaciones logísticas, y acceso más competitivos.



Figura 11: *Análisis determinantes de la productividad del cluster del banano en el Ecuador*

4.1.6. COOPERACIÓN EN MARKETING

Los empresarios de ambas empresas nacionales reconocen que no existe cooperación en programas de marketing entre las empresas del sector, esto debido a que la competencia es muy fuerte y el mercado muy dinámico, a pesar que las exportaciones se manejan por contratos anuales con los clientes extranjeros, se hacen negociaciones semanales por precio y cantidad de exportación.

La empresa española señala que en este negocio el marketing en publicidad no tiene poder, sin embargo, Allfresch Latam Ltda señala la importancia del Foro Internacional de banano que se realiza anualmente en Ecuador, así como también las ferias internacionales.

SOPRISA menciona que hay dos ferias internacionales importantes para el sector, Fruit Logística en Berlín, Alemania y World Food en Moscú, Rusia, en las cuales ellos participan de manera independiente, aquí se pueden encontrar clientes potenciales de todos los mercados mundiales incluidos los países de Medio Oriente, señala que la feria internacional que se realiza en Dubái, Gulfood, tiene un menor grado de importancia. Según la Tabla 9, en la feria Gulfood asisten más empresarios en comparación con la feria Fruit Logística, sin embargo los visitantes extranjeros tienen una mayor participación, sin embargo cabe mencionar que el 40% de los

asistentes en la feria Gulfood son empresarios de Emiratos Árabes Unidos, un potencial cliente para el mercado de Medio Oriente.

Tabla 9:

Estadísticas Ferias Internacionales Gulfood, Dubái y Fruit Logística, Alemania.

Estadística	Gulfood	Fruit Logística
Visitantes	95.000+	70.000+
Visitantes Extranjeros	60%	83%
Países Visitantes	120+	138
90% de los visitantes confirman que Gulfood cumplió con los objetivos de negocio. 52% de los visitantes de Gulfood asistieron con una lista predeterminada de productos por comprar.		

Fuente: Fruit Logística (2016) – Gulfood (2017)

Sin embargo hay que destacar los diferentes incentivos y programas que el gobierno realiza en la promoción de este producto priorizado dentro de la oferta no tradicional.

Un caso de existo para la promoción de la exportación de banano es sin duda el programa del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR, por medio del cual se realizan diferentes actividades como la asistencia en ferias internacionales, misiones comerciales, o ruedas de negocios en diferentes mercados a nivel mundial, como marca nacional. Esto demuestra el interés del gobierno en el sector bananero del país.

En Medio Oriente, se tiene como prioridad para la promoción del sector la asistencia anual a la feria internacional Gulfood, que se realiza en la ciudad de Dubái en Emiratos Árabes Unidos. Una delegación nacional, conformada por empresas del sector, son ubicados en el stand nacional de Ecuador, que es diseñado y operado por la Institución según el mercado y especificaciones de funcionarios establecidos en la región. Esta asistencia a la feria es fortalecida con misiones comerciales a empresas exportadoras dentro del mismo país.

4.1.7. IMPORTANCIA DE CLUSTER BANANERO EN EXPORTACIONES A MEDIO ORIENTE

Sin duda el banano ecuatoriano es más cada vez más atractivo para importadores del Medio Oriente, esto se puede comprobar en la Tabla 10 donde se muestra que en el 2015 Ecuador exportó 37,53% más que el año 2014, mientras que la preferencia de banano proveniente del resto de mundo decayó en un 0,47%. La calidad y sabor del banano ecuatoriano

es reconocido en el mercado, sin embargo esto no sería posible sin la participación de toda la cadena de producción de la fruta; empresas cartoneras, químicas, de insumos, bodegas de sunchos, transporte, manejo de contenedores, etc., se han establecido en las tres provincias más importantes del sector para crear así una producción y comercialización de la fruta más eficiente y dinámica.

Tabla 10:

Importaciones de banano Medio Oriente 2012-2015

Proveedor	2012	2013	Var 2012-2013	2014	Var 2013-2014	2015	Var 2014-2015
Ecuador	112.342	104.811	-7,19%	114.602	8,54%	183.447	37,53%
Resto del Mundo	290.189	468.584	38,07%	503.791	6,99%	501.445	-0,47%

Fuente: Cálculos ITC basados en estadísticas de UN COMTRADE (2016).

EXPOGLOBAL explica que, una producción de 500 cajas para la exportación, se demora 2 a 3 horas aproximadamente en ser preparada y embarcada a los camiones que transportan la fruta hacia el puerto de Guayaquil, en 6 horas de viaje. El tiempo que toma embarcar la fruta a la nave depende mucho del cut off que estipule la naviera, generalmente son 12 horas antes que llegue la nave, la producción es inspeccionada y embarcada a la nave en 48 a 60 horas. El proceso de embarque e inspección es soportado por varias empresas de provisión de contenedores, refrigeración de los mismos, servicio de aduana y por supuesto los procesos de operación y manejo de los contenedores dentro del puerto.

La fruta llega a su destino final en 25 días, y dispone de 17 días para ser distribuida a su punto de venta, adicionando las 2 semanas que pueden durar en percha. Es fundamental la concentración de mano de obra especializada en el manejo de las cajas para que la fruta no sea rechazada en el puerto o exista algún malestar en los clientes. Todo este proceso para la comercialización de la fruta no sería posible sin la especialización de la mano de obra dentro de las plantaciones y en el puerto, y los proveedores de diferentes insumos y servicios del sector.

Según Mandon cada eslabón de la cadena de producción y exportación es de suma importancia para el sector, destaca la participación de las empresas navieras y las operaciones en el puerto. Al igual que Discindio, que menciona que los proveedores y la mano de obra influyen en un 100% en la comercialización de la fruta, tanto en las condiciones en que esta llega al puerto como también en las operaciones de navieras y patios de consolidación.

La infraestructura de carreteras y puerto, así como también los programas de promoción son parte fundamental para la captación del mercado de Medio Oriente, ayuda que recibe el sector por parte del gobierno, que prioriza la oferta no exportable en su plan de acción desde el año 2008.

No infiere donde estén las plantaciones de banano, sin embargo los exportadores son conscientes de la importancia que tiene para su empresa tener las oficinas en la ciudad de Guayaquil, debido a la cercanía del puerto, las instituciones gubernamentales para la regulación de su producto, y los diferentes programas para el incentivo y desarrollo del sector.

Para las empresas productoras-exportadoras, la localización de pequeñas y medianas plantaciones en la misma localidad, les ayuda a satisfacer la demanda de los clientes, los cuales, a pesar de tener contratos anuales, llegan a negociaciones semanales con cada exportador, lo cual hace fluctuante las cantidades de cajas exportadas.

Lamentable el gobierno, no prioriza a todo el sector bananero, es decir, no incluye a sus proveedores en los planes de incentivos del sector, a pesar que la cadena agroexportadora del banano es la actividad económica más extensa, no solo del Ecuador si no del mundo, debido a que la componen 12 actividades, esto quiere decir, que no solamente es el productor, el exportador y el trabajador los que participan en el sector bananero; para poder mover una producción bananera se necesita el transportista, esto representa 7 mil viajes semanales que se requieren de transporte para ir a los puertos, se necesitan cartoneras, empresas de plásticos, para las fundas de exportación y para el cuidado de la fruta, imprentas para los stickers para la exportación, se necesitan también empresas certificadoras, ya sea Globalgap, Rainforest o Fairtrade, según el destino, se necesita de los estibadoras, del puerto, navieras, empresas fumigadoras, empresas de químicos.

Todas estas actividades generan en primer lugar, divisas para el país, y segundo plaza de trabajo, más 2 millones de personas dependen directa o indirectamente de la producción de banano según AEBE.

4.1.8. INCIDENCIA DE CLUSTERS BANANEROS EN LAS EXPORTACIONES A PAÍSES DE MEDIO ORIENTE

En este trabajo se analizaron tres aspectos que inciden en las exportaciones de banano al mercado de Medio Oriente, los cuales han destacado entre la oferta mundial del sector.

Podemos destacar que, en referencia a la **cooperación en la cadena de producción**, los proveedores de insumos para la exportación y producción del banano han logrado interactuar de manera eficiente con el sector, produciendo productos de calidad que satisfacen las condiciones y preferencias del mercado de Medio Oriente, y logrando conservar la calidad de la fruta, haciendo un producto de calidad indiscutible y de alta demanda a pesar de su elevado precio en comparación con los países competidores. Por otra parte, la cercanía de las plantaciones a los puertos de exportación, han desencadenado la localización de las oficinas exportadoras de la fruta, que trabajan en conjunto con las instituciones de certificaciones, gremios e instituciones gubernamentales.

A propósito de la **cooperación en marketing**, a pesar de que no existe cooperación de marketing directa entre los exportadores de banano, debido a su alta competitividad dentro del país, las instituciones gubernamentales han hecho un arduo labor en la organización de delegaciones nacionales, que representen a una producción nacional, captando diferentes mercados en el mundo, creando contacto directo entre el exportador-productor con potenciales clientes de la fruta, dentro del marco de ferias internacionales, misiones comerciales y foros nacionales. Los exportadores resaltaron la frecuente guerra de precios que enfrentan constantemente genera problemas al momento de negociar con los importadores, consideran que a pesar que el mercado se ha manejado de esa manera, es un punto a mejorar entre los exportadores.

Por último, el **atractivo de la fruta** ecuatoriana en el mercado de Medio Oriente está dado por la calidad y la vida verde de la misma. El sector bananero del país tiene una ventaja comparativa con respecto a sus competidores, debido a la durabilidad tanto en verde como en percha, hace cada vez al banano más cotizado por supermercados y consumidores internacionales.

ATRACTIVO DEL MERCADO	RELACIÓN CON CLUSTER				
	EXPORTADOR 1	EXPORTADOR 2	INTERMEDIARIO 1	GREMIO	INST. GUBERNAMENTAL
CALIDAD-TIEMPO VERDE	●	●	●	●	●
SABOR Y CONDICIONES TÉCNICAS	●	●	■	■	●
CADENA PRODUCCIÓN - EXPORTACIÓN	●	■	■	■	●
CADENA MARKETING	◆	■	◆	◆	■
INFRAESTRUCTURA	■	●	●	■	■



Figura 12: *Matriz Atractivo del Mercado/Competitividad cluster bananero del Ecuador.*

Como se puede observar en la Figura 12, según las entrevistas realizadas a los diferentes actores del cluster bananero, la más fuerte relación del cluster con la competitividad del fruta ecuatoriana es la calidad o tiempo verde, la durabilidad de la fruta lo hace atractivo en el mercado, la cual es posible gracias a los diferentes procesos consolidados que se han logrado desarrollar de una manera eficiente en el sector durante este último siglo, con la ayuda también de la infraestructura cercana a las plantaciones de banano, que permite procesos más rápidos y controlados por parte de los exportadores.

La cadena en marketing es el más débil atractivo que ha desarrollado el sector en el mercado de Medio Oriente, a pesar de los esfuerzos de las empresas, tanto de forma individual como también mediante programas de promoción gubernamentales, aun no existe una cooperación bien establecida del cluster bananero del país.

CONCLUSIONES

Es evidente que se ha formado un cluster bananero, gracias a las condiciones climáticas que benefician a la producción de banano, de la más alta calidad, en las provincias de Los Ríos, El Oro y Guayas, 7.116 unidades de producción de cultivo de banano han ocasionado el desplazamiento y nacimiento de empresas proveedoras dentro de la misma ubicación, la inversión en infraestructura, por medio de la creación de dos Autoridades Portuarias tanto el puerto Guayaquil y puerto Bolívar a principios de los 70s y la aglomeración de oficinas exportadoras y operadoras navieras dentro de la ciudad de Guayaquil. Esto encaja perfectamente en todos los elementos que necesita un cluster para ser considerado como tal, según las definiciones de Porter y Cabrera.

Las exportaciones de banano a países de Medio Oriente han tenido una tendencia creciente durante el periodo 2012 al 2015, como pudimos observar en el 2013 las exportaciones de banano eran dirigidas en un 10.80% a países de medio oriente, mientras que en 2015 llegó a 12.16%, sin contar que hasta julio del año 2016 ésta llegaba a 10.27%. Otra muestra de esto, es la preferencia del consumo de banano ecuatoriano en los países de Medio Oriente, llegando a tener un incremento del 37,53% en el año 2015, importando 183.447 toneladas métricas desde Ecuador. Esto demuestra el interés que tiene el consumidor de la región por el producto ecuatoriano, y como el mercado se va diversificando y buscando nuevos mercados no convencionales para América del Sur.

Uno de las cualidades que busca mercado de Medio Oriente en la fruta es la calidad de la misma, lo que consiste en la durabilidad de la fruta después de ser cortada, debido a la distancia entre el país y la región. La producción de banano Cavendish, se diferencia de la competencia por esta calidad, soportada también por los tiempos de gestión más eficientes que ha logrado mantener el sector bananero en conjunto con sus proveedores e infraestructura. La demanda del producto puede ser satisfecha debido a las negociaciones entre pequeños y medianos productores que se encuentran ubicados dentro de las tres provincias productoras más importantes. Adicional a la gestión en la cadena de producción y comercialización, las instituciones gubernamentales han incentivado programas en la promoción del producto en la región de Medio Oriente, creando una comisión nacional, es decir, un conjunto de empresas representado la producción ecuatoriana en ferias internacionales y misiones comerciales, estableciendo contacto directo con importadores potenciales en la región. Sin embargo,

exportadores del sector describen que la cooperación entre el cluster bananero del país aún no está consolidado y el poder de este es mínimo en el sector.

Esto demuestra que aunque las empresas no tengan cooperación en marketing entre sí, son conscientes de la importancia de sus proveedores que benefician a las condiciones técnicas demandadas por ésta región, el sabor y calidad que es indiscutible de la fruta ecuatoriana, así como también la infraestructura adecuada para la transportación del producto cerca de las plantaciones de banano, especialmente de las provincias de Guayas y El Oro y los programas del gobierno que abren cada vez más puertas al mercado no convencional de Medio Oriente, mediante el contacto directo con importadores potenciales.

RECOMENDACIONES

El sector bananero debido a su tiempo de producción en el Ecuador ya está bien establecido, su cadena de producción y exportaciones es muy común para todos los involucrados, sin embargo empresarios y representantes del gremio han concordado que, a pesar de ser un sector tan importante, existen varios factores que hacen más difícil su exportación y su competencia en el mercado mundial.

Aunque la mano de obra especializada en el sector de banano ha mejorado en el Ecuador, se debe encaminar la producción de una manera más tecnológica, Ecuador ya tiene un producto que lo hace diferente de los demás, pero hace falta innovación y la implementación de nuevas tecnologías en el sector. Abrir paso a la inversión extranjera y vender al sector bananero como una unidad fuerte y yuxtapuesta, que cuenta con insumos de calidad, transporte eficiente y ventajas fiscales y por supuesto rentabilidad. Tomar en cuenta las recomendaciones de Porter (2009) que sostiene que “quienes formulan las políticas deben encarar la construcción de los cimientos: mejorar los niveles de educación y las habilidades, sentar las bases de la capacidad tecnológica, abrir el acceso a los mercados de capitales y garantizar el buen funcionamiento de las instituciones. Con el tiempo, habrá que hacer inversiones adicionales en los activos específicos del cluster” (p.39).

Es más que evidente que el mercado de Medio Oriente está creciendo, esta es una oportunidad para el banano ecuatoriano, de diversificar más sus ventas y consumidores, la captación de nuevos clientes es esencial para la etapa actual del sector, se debe vender la idea de toda la cadena productiva que hace a este producto único en su calidad y sabor.

Introducir este término y metodología a la oferta no tradicional del país, establecerá planes de acción no solamente del sector en sí, si no también que implique a todos los proveedores directos e indirectos de la industria, mejorando toda la cadena productiva y de exportación.

REFERENCIAS

- Alfonzo, J. E. (24 de Noviembre de 2011). *Orígenes y Fases de la Globalización*. Obtenido de El Universal: <http://www.eluniversal.com/opinion/111124/origenes-y-fases-de-la-globalizacion>
- Arias, P., Dankers, C., Liu, P., & Pilkauskas, P. (2004). *La Economía Mundial del Banano 1985-2002*. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.
- Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador AEBE. (Julio de 2016). *Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador AEBE*. Obtenido de Estadísticas: <http://www.aebe.com.ec/Desktop.aspx?Id=178>
- Autoridad Portuaria de Guayaquil. (05 de marzo de 2017). *Autoridad Portuaria de Guayaquil*. Obtenido de Historia del Puerto: <http://www.apg.gob.ec/institucional/historia>
- Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar. (05 de marzo de 2017). *Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar*. Obtenido de Reseña Histórica: http://www.puertobolivar.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=157&Itemid=154
- Barrientos, P. (2011). El Cluster en la Estrategia de Marketing Internacional. *Semestre Económico*, 49-66.
- Bresnahan, T., & Gamberdela, A. (2004). *Building High-Tech Clusters Silicon Valley and Beyond*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Cabrera, F. (14 de Junio de 2012). *Sistemas Complejos*. Obtenido de Clusters: Porter, Marca, Políticas y Mitos: <http://www.sistemascomplejos.cl/wp-content/uploads/2012/04/CLUSTERS-ISCV.pdf>
- Clark, G. L., Feldman, M. p., & Gertler, M. S. (2000). *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Oxford: Oxford University Press Inc.
- Corrales, S. (2007). Importancia del cluster en el desarrollo regional actual. *Frontera norte*, 173-201.
- Ernesto, A. S. (09 de junio de 2010). *Slides Share*. Obtenido de La teoría de ciclo económico bananero y el fenómeno de El Niño: el casp de Ecuador 1948-2000: <https://es.slideshare.net/efromero/historia-del-banano-ecuatoriano>
- Fernández-Satto, V. R., & Vigik-Greco, J. I. (2007). Cluster y desarrollo territorial Revisión teórica y desafíos metodológicos para America Latina. *Economía, Sociedad y Territorio*, 859-912.
- Fruit Logística 2017. (02 de marzo de 2017). *Fruit Logística*. Obtenido de Las cifras que importan Fruit Logística 2016: <http://www.fruitlogistica.de/es/APrimeraVista/EstadStica/>
- Gulfood 2017. (02 de marzo de 2017). *Gulfood 2017*. Obtenido de Facts & Figures: <http://www.gulfood.com/>

- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PROECUADOR. (01 de Enero de 2016). *Análisis Sectorial Banana 2016*. Obtenido de Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR.
- Jordi, C., Jose Antonio, M., Ramón, & Ramón-Muñoz. (2011). *Distritos y Clusters en la Europa del Sur*. Madrid: LID Editorial Empresarial.
- Krugman, P. (1991). *Geography and Trade*. Gaston Eysken Lecture Series.
- Mar & Gerencia. (31 de Mayo de 2010). *Mar & Gerencia*. Obtenido de El Puerto de Rotterdam (Holanda): <https://marygerencia.com/2010/05/31/el-puerto-de-rotterdam/>
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP. (04 de Enero de 2016). *Coordinación General del Sistema de Información Nacional*. Obtenido de Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP: <http://sinagap.agricultura.gob.ec/index.php/resultados-censo-nacional/file/591-reporte-de-resultados-censo-nacional-completo>
- Ministerio de Comercio Exterior. (30 de Noviembre de 2016). *Acuerdos Comerciales*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior: <http://www.comercioexterior.gob.ec/acuerdos-comerciales/>
- Navarrete Ampuero, M. (29 de mayo de 2014). *Research Gate*. Obtenido de Cluster Minero: Análisis del Sector Minero de Chile.
- Ozkan, M. (29 de Noviembre de 2016). *El Medio Oriente en la Política Mundial*. Obtenido de Estudios Políticos: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0121-51672011000100006
- Pérez, C., & Pérez, B. (2015). *Evaluación de la Industria Maquiladora de Exportación en México*. Obtenido de Cincuenta Años de la Industria Maquiladora de Exportación en México: <http://dcsh.xoc.uam.mx/produccioneconomica/publicaciones/08.pdf>
- Porter, M. (1999). Clusters y la Competencia. *Trend Management Harvard Business Review*, 30-45.
- Porter, M. E. (2009). *Ser Competitivo*. Barcelona: Ediciones Deusto.
- Rodríguez, A. A. (2004). *Geografía General*. Guadalajara: Pearson.
- Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe. (marzo de 2011). *Las Relaciones de América Latina y el Caribe con el Medio Oriente: situación actual y áreas de oportunidad*. Obtenido de Secretaria Permanente del SELA: http://www.agci.cl/attachments/article/695/T023600004688-0-Relaciones_de_ALC_con_el_Medio_Oriente.pdf
- Smith, A. (1794). *Investigación de la Naturaleza y Causa de la Riqueza de las Naciones*. Valladolid: Santander.
- Trade Statistic for International Business Development. (30 de Noviembre de 2016). *Monthly, quarterly and yearly trade data. Import & export values, volumes, growth rates, market shares, etc.* Obtenido de Trade Statistic for International Business Development: http://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx

- Vera, J. (2009). Cluster del Salmón en Chile: análisis de los factores de competitividad a escala internacional. *Revista Venezolana de Gerencia*, 343-370.
- Vicepresidencia de la República del Ecuador. (09 de Abril de 2011). *Países de Medio Oriente Interesados en Incrementar Comercio e Inversiones en Ecuador*. Obtenido de Vicepresidencia de la República del Ecuador: <http://www.vicepresidencia.gob.ec/paises-del-medio-orient-interesados-en-incrementar-comercio-e-inversiones-en-ecuador/>
- Viveros, J. C., Hernández, C., Lara, A., Sánchez, M., & Almaraz, A. (2003). *Clusters Microfinanciamiento Factores Laborales*. México DF: Unidad Xochimilco.

GLOSARIO

Cluster: Concentraciones geográficas de compañías interconectadas, proveedores especializados, proveedores de servicios, firmas en industrias relaciones e instituciones asociadas.

Aglomeración: Conjunto formado por el casco urbano de una ciudad y su correspondiente área suburbana.

Medio Oriente: Se compone por los países de Arabia Saudita, Bahrein, Emiratos Árabes Unidos, Irak, Israel, Jordania, Kuwait, Líbano, Omán, Catar, Yemen, Palestina, Chipre, Egipto, Irán y Turquía.

Unidad de Producción Agrícola: Una extensión de tierra dedicada total o parcialmente a la producción agropecuaria.

Exportación: Conjunto de mercancías que se exportan.

Eficiencia: Capacidad de disponer de alguien o algo para conseguir un efecto determinado.

Eficacia: Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera.

Productividad: Calidad o grado de producción por unidad de trabajo, superficie de tierra cultivada, equipo industrial, etc.

Sector económico: División de las actividades económicas de un Estado.

Competitivo: Capaz de Competir

Cut off: Es la fecha y hora que el puerto estipula para un buque, en la cual toda su carga para embarque debe estar físicamente dentro del puerto, lista, debidamente documentada y autorizada para embarque.

APÉNDICE

Apéndice 1

Hectáreas Producción de Banano en el Ecuador por Provincia

PREDIOS															
RANGOS HAS	AZUAY	BOLIVAR	CAÑAR	COTOPAXI	EL ORO	ESMERALDAS	GUAYAS	LÓS RÍOS	MANABI	SANTA ELENA	SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS	NO DELIMITADA	TOTAL	HAS	PRODUCTORES
0-10	15	0	38	61	1,425	7	1,157	223	0	0	0	50	2,976	11,950	2,570
10-20	4	0	16	57	416	6	209	153	0	2	0	23	886	12,592	703
20-30	1	0	17	25	161	10	105	99	0	1	2	12	433	10,588	345
30-40	0	0	16	16	106	8	80	97	0	1	0	6	330	11,470	255
40-50	0	2	10	6	73	1	73	67	0	3	1	1	237	10,564	170
50-100	0	0	14	9	127	2	168	198	1	1	0	5	525	37,167	392
100-150	0	0	8	2	44	1	50	61	0	2	0	1	169	20,188	158
150-mas	0	0	2	3	23	1	61	89	1	1	0	0	181	48,520	194
Total	20	2	121	179	2,375	36	1,903	987	2	11	3	98	5,737	163,039	4,787

Fuente: Subsecretaria de Comercialización, MAGAP (2015)

Apéndice 2:

Valores importados en miles de dólares americanos de banano ecuatoriano al Medio Oriente.

Código del Producto	Etiqueta del Producto	Valor importado en 2012, en miles de dólares americanos	Valor importado en 2013, en miles de dólares americanos	Valor importado en 2014, en miles de dólares americanos	Valor importado en 2015, en miles de dólares americanos	Total
'080390	Fresh or dried bananas (excluding plantains)	\$11,782,214	\$12,966,978	\$13,927,630	\$13,105,382	\$ 51,782,204
'080310	Fresh or dried plantains	\$743,127	\$731,485	\$731,511	\$815,154	\$3,021,277
'080300	Bananas, incl. plantains, fresh or dried	\$590,862	\$465,943	\$124,413	\$87,714	\$14,953,377
Total		\$13,116,203	\$14,164,406	\$14,783,554	\$14,008,250	\$ 69,756,858

Fuente: Cálculos ITC basados en estadísticas de UN COMTRADE (2016).

Apéndice 3:

Importaciones de banano ecuatoriano a Medio Oriente y comercio potencial.

Codigo del Producto	Etiqueta del Producto	Importaciones de Medio Oriente de			Exportaciones de Ecuador al Mundo			Importaciones de Medio Oriente del			Comercio Potencial		
		2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	Potential in 2013	Potential in 2014	Potential in 2015
'080390	Fresh or dried bananas (excluding plantains)	104811	114602	183447	2248951	2523365	2731333	468584	503791	501445	363773	389189	317998
'080310	Fresh or dried plantains	25300	33588	43825	83256	97299	88720	141868	177529	199536	57956	63711	44895
'080300	Bananas, incl. plantains, fresh or dried	17795	0	0				81453	68473	54514			

Fuente: Cálculos ITC basados en estadísticas de UN COMTRADE (2016).

Apéndice 4:

Entrevista Incidencia de Clusters bananeros en la Exportaciones a Países de Medio Oriente Durante el Periodo 2012-2015

1. ¿En qué provincia está establecido principalmente su negocio y cuánto tiempo lleva la empresa?
2. Aproximadamente, ¿qué porcentaje de sus ventas provienen de países del Medio Oriente?
3. ¿Dónde están principalmente ubicados los mayores competidores directos de su empresa?
4. ¿Cuán útil es estar ubicado en una provincia específica del país para proporcionar oportunidades a su empresa? (Acceso a trabajadores especializados, ventas de productos intermedios a otras empresas, compras de productos intermedios desde otras empresas, acceso a nuevas tecnologías, etc.)
5. ¿Cuán útil es estar ubicado en una provincia específica para facilitar las oportunidades de cooperación de marketing? (Participación conjunta en ferias comerciales, participación conjunta en las delegaciones de marketing, participación conjunta en misiones comerciales para nuevos mercados, marcas comerciales conjuntas, etc.)
6. En su experiencia, ¿Qué es lo que hace atractivo al banano ecuatoriano en el mercado del medio oriente?
7. ¿Cómo influye la participación de las empresas que forman parte del proceso de comercialización del banano en la efectividad de su empresa?

Apéndice 5:

Mapa cluster provincias del Guayas, El Oro y Los Ríos.



Apéndice 6

Base datos empresas afiliadas a la Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Quezada Zamora, Mabel Alejandra**, con C.C: # 171618070-6 autor/a del **componente práctico del examen complejo: Incidencias de clusters en las exportaciones de banano de Ecuador hacia países de Medio Oriente durante el periodo 2012-2015** previo a la obtención del título de **Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 20 de marzo de 2017

f. _____

Nombre: **Quezada Zamora, Mabel Alejandra**

C.C: **171618070-6**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Incidencia de cluster en las exportaciones de banano del Ecuador hacia países de Medio Oriente durante el periodo 2012-2015		
AUTORA	Mabel Alejandra, Quezada Zamora		
REVISORA	Cynthia Lizbeth, Román Bermeo		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Gestión Empresarial Internacional		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	20 de marzo 2017	No. DE PÁGINAS:	61
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comercio Exterior, Negocios Internacionales, Marketing Internacional		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Cluster, Medio Oriente, Aglomeración, Unidad de Producción Agropecuario, Exportación, Banano Cavendish		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>La oferta exportable no tradicional del Ecuador es liderado por las exportaciones de banano a diferentes mercados del mundo, esta producción está concentrada en Los Ríos, El Oro y Guayas, lo que ha ocasionado que empresas proveedoras de insumos para la producción y exportación de cajas de banano se localicen en esta área, además de beneficiarse de la proximidad el puerto principal del Ecuador, el puerto de Guayaquil, y el puerto Bolívar en la ciudad de Machala. El mercado de Medio Oriente, debido a su distancia con el país necesita un producto con la máxima durabilidad posible para su consumo. Es por esto que la variedad Cavendish que se produce en Ecuador es la más adecuada para la exportación hacia este mercado, teniendo una ventaja de 10 días más en comparación con la competencia. El sector bananero ecuatoriano durante el periodo 2012-2015 incrementando sus exportaciones de 112.342 toneladas a 183.447 toneladas en el año 2015. Gracias a su calidad, sabor y condiciones técnicas de la fruta ha generado una preferencia en el mercado de Medio Oriente, a partir de una cooperación tanto en la cadena productiva y de exportación y en marketing de las empresas que forman parte del cluster.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-6014269	E-mail: mabel.quezadaz@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Román Bermeo, Cynthia Lizbeth		
	Teléfono: +593-9-84228698		
	E-mail: cynthia.roman@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			