



REPUBLICA DEL ECUADOR

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL**

**TRABAJO DE GRADO
PARA LA OBTENCIÓN AL TÍTULO DE:**

Ingeniera en Gestión Empresarial - Mención Finanzas y Auditoría

**TEMA:
FACTORES QUE INFLUYEN EN LA INCURSION DEL PRODUCTOR
ECUATORIANO HACIA EL MERCADO MUNDIAL DE BANANO
ORGANICO**

RUTH ELIZABETH ALVARADO TORRES

2018

GUAYAQUIL – ECUADOR

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios, por darme la oportunidad de emprender esta carrera y permitirme terminarla, a mis padres por acompañarme en cada paso a lo largo de estos años de estudio, a mis hermanos por su apoyo incondicional, a mi familia y amigos por alentarme en todo momento y a todas aquellas personas que hicieron de esta una gran experiencia de vida.

DEDICATORIA

1. A Dios quien me dio las fuerzas, entendimiento y sabiduría para afrontar todos los proyectos, retos y desafíos en estos años de estudio, y a lo largo de mi vida.
2. A mis padres Elvira y Ezequiel por ser mi apoyo y soporte en cada decisión de mi vida y por todos sus sacrificios.
3. A mis hermanos Joel y Manuel por ser de gran inspiración en mi vida y por darme su apoyo en todo momento.
4. A mi hermana Milagros quien me inspira a ser cada día mejor y a ser un buen ejemplo para ella.
5. A mis amigos quienes hicieron de este tiempo una experiencia agradable, y de gran aprendizaje.

La Responsabilidad de este trabajo de investigación, con sus resultados,
conclusiones y recomendaciones, pertenece exclusivamente al autor.

.....

FIRMA

RESUMEN

El presente artículo tiene como finalidad determinar los factores que influyen en la decisión de incursionar o no en el mercado mundial de banano orgánico por parte de los productores ecuatorianos.

Se realizará una revisión bibliográfica del mercado mundial de productos orgánicos, países participantes (exportadores e importadores), implicaciones en el cambio de la producción del banano convencional, beneficios, desafíos a enfrentar y el análisis de datos cuantitativos referentes a comparativo de precios, referencia de costos y estadísticas de tendencias de consumo, exportaciones y participación del Ecuador en el negocio bananero actual.

Se utilizará la metodología descriptiva partiendo de la obtención de información de carácter secundario como libros, tesis, casos, portales oficiales, conferencias, medios, revistas e informes del mercado, como herramienta de investigación se aplicará la entrevista a un participante del sector bananero ecuatoriano convencional con miras a una diversificación de su negocio actual, muestra representativa del presente estudio.

Palabras clave: Banano orgánico, mercado, exportaciones, producción agrícola.

INTRODUCCION

El banano es una fruta cuyo origen se sitúa en Asia, en donde hasta la fecha hay países productores y competidores como Filipinas, Malasia e Indonesia. Pero es en América Latina cuando se traslada por corrientes migratorias de comerciantes europeos en el siglo XVI, donde se extendió la siembra, producción y posterior exportación a clientes de Estados Unidos y Europa. (Sabrostar, 2015). En el gobierno de Galo Plaza Lasso, según AEBE Ecuador llega a exportar 16,7 millones de racimos, convirtiéndose en el primer exportador de Banano del mundo. (EL Comercio, 2016)

Hasta el año 2016 el Ecuador contaba con 180.337 hectáreas en producción de banano según cifras oficiales de FAO Statistics, de las cuales actualmente 12.000 hectáreas son de plantaciones orgánicas (FreshPlaza, 2018). En el 2016 el banano represento el 24,3% de exportaciones tradicionales no petroleras del Ecuador de acuerdo a los datos del Banco Central del Ecuador. El sector está constituido por aproximadamente 7000 productores y 190 compañías exportadoras, las primeras diez empresas controlan algo más del 45% de la oferta(FruiTrop, 2017).

Desde el año 2000 las exportaciones del Ecuador han venido incrementando a través de últimos años, a excepción de 2002, 2004 y 2012 años en los que se registran caídas en la producción, que repercutieron en las ventas externas, la más significativa se suscitó en el 2002 debido a la pérdida del 50% de las plantaciones en la provincia de El Oro, debido a la Sigatoka Negra que afecto a los cultivos (Orellana, 2012). En el año 2015 el sector bananero registro un récord de exportaciones de 317.4 millones de cajas de 18.14 kilogramos (Bazan, 2016).

Durante el 2017 se exportó un promedio de 318 mil cajas semanales de banano orgánico, representando un 4% del volumen total. Por medio de 47 compañías exportadoras, se transportaron 16 millones de cajas anuales, 10

millones para Estados Unidos (62%) y 5 millones a Europa (31%), la diferencia se distribuyó a las demás regiones. (Estadistic, 2017)

En el mercado de banano convencional el Ecuador lidera el listado de países exportadores junto con Filipinas, Guatemala, Costa Rica y Colombia representan el 69,5% de las exportaciones de la fruta en el mercado internacional (Acosta, 2013), mientras que los mayores importadores son Rusia, Europa, Estados Unidos y Japón.

Sin embargo, en lo que respecta a banano orgánico, Estados Unidos, Europa y Japón representan el 99% de las importaciones, según los registros de (FAO, 2017) hasta el 2015 el país con mayor producción de banano orgánico fue Republica Dominicana, seguido de Ecuador, Filipinas, Perú y Costa Rica.

El mercado mundial de productos orgánicos actualmente presenta una demanda creciente y esto ha fomentado el interés por la producción orgánica. Un total de 2,4 millones de productores en 179 países y acapara 50,9 millones de hectáreas, esto representa el 1% de la producción agrícola mundial. (Ecopost: Periodismo, Economía, Sostenibilidad, 2015)

En Ecuador la producción orgánica se practica en 23 de las 24 provincias y cuenta con 36 mil hectáreas y 11 mil productores registrados e identificados con código POA (Productor Orgánico Agropecuario), que exportan productos como: banano, cacao, quinua, café y palma (Agrocalidad, 2016).

El objetivo de este artículo es determinar los factores que influyen en la decisión de incursionar o no en el mercado de banano orgánico por parte de los productores ecuatorianos, se propone revisar el mercado de consumo de banano orgánico mundial histórico y sus tendencias para los próximos 5 años, comparar la producción de banano orgánica vs. la producción de banano convencional y revisar las variables como precios, competencia que han detenido a los

productores ecuatorianos al momento de tomar la decisión de diversificar su negocio bananero actual.

METODOLOGIA

La metodología a utilizar en el presente artículo es descriptiva, la cual consiste en la obtención de información de carácter secundario respecto del mercado mundial de banano orgánico, participación de las exportaciones del Ecuador, metodologías de producción agrícola orgánica, precios, volúmenes.

Los datos a analizar son de tipo cuantitativo, lo cual nos permitirá identificar los factores determinantes que intervienen en el mercado mundial de banano orgánico, para así determinar la posición del productor ecuatoriano frente a la posibilidad de incursionar en este tipo de producción agrícola.

Se realizará un proceso de documentación conceptual, datos y cifras obtenidas de libros, portales oficiales, revistas científicas, publicaciones de foros, análisis de casos, artículos, presentaciones y estudios de mercado.

Como herramienta de investigación se aplicará la entrevista a un participante del sector bananero ecuatoriano convencional con miras a la incursión a la producción orgánica (Econ. Jose Cherrez Molina - Gerente Financiero de Rey Banano del Pacifico) con la finalidad de indagar las perspectivas respecto a la diversificación del negocio actual, las implicaciones, desafíos, riesgos y beneficios que considera al analizar la posibilidad de convertir sus plantaciones en cultivos orgánicos.

De acuerdo a lo propuesto anteriormente, se presentará un estudio de los países importadores: Estados Unidos y Europa, de acuerdo al análisis de datos estadísticos y proyección de tendencias de consumo, margen de precios y diferenciación de costos. Se evaluará la incursión del Ecuador a estos mercados potenciales, su participación actual en comparación a los demás países

participantes. En cuanto a la revisión literaria será útil para la determinación de los procesos productivos de las plantaciones de banano tanto orgánico como convencional.

RESULTADOS

Las tendencias de consumo del mercado de banano organico alrededor de los años ha ido en constante crecimiento, ya que la influencia por lo saludable y natural hace que los productos premium, certificados y organicos sean cada vez mas demandados.

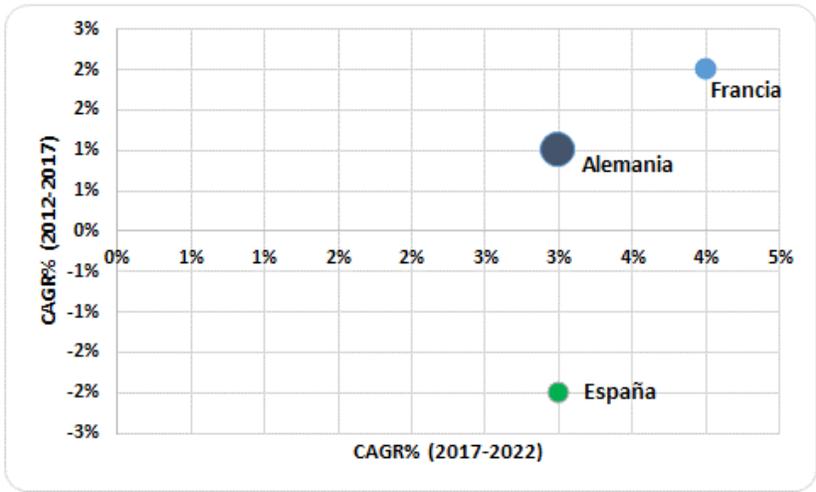


Grafico 1: Tasa anual de crecimiento de banano orgánico en países de la UE
Fuente: CORPEI
Elaboración: Ruth Alvarado

En cuanto a los países que productores se puede apreciar un cambio entre los participantes, ya que hay algunos países que han aumentado su participación, así mismo hay otros que están obteniendo una cuota de mercado mucho menor.

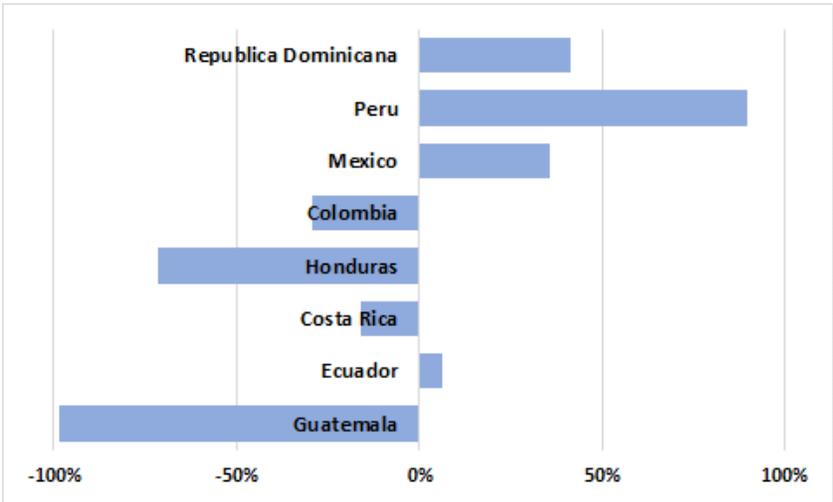


Grafico 2: Tasa promedio anual de crecimiento países exportadores para USA (2013-2015)

Fuente: IndexBox

Elaboración: Ruth Alvarado

El proceso productivo del banano es uno de los más importantes al momento de considerar cambiar el giro de un negocio bananero, ya que esta es la que determinara el impacto en costo, productividad y beneficios. Existen diferenciaciones en el manejo de los diferentes procesos para ambos tipos de banano tanto convencional como orgánico.

Tabla 1: Diferencia de enfoques en el manejo de plagas

	Agricultura Industrial	Agricultura Ecologica
Meta	Eliminar o reducir plagas	Economicas, sociales, ambientales
Blanco	Una plaga	Agroecosistema
Criterio para invertir	Calendario o plaga presente	Multiples
Metodo	Plaguicida	Diseño de sistema estable
Diversidad	Baja	Alta
Escala	Finca	Región
Investigación	Mejorar plaguicidas	Reducir las intervenciones

Fuente: Levins, R

Elaboración: Ruth Alvarado

Tanto la produccion organica como la produccion convencional tienen ventajas y desventajas que son consideradas por los productores:

Tabla 2: Ventajas y desventajas del banano orgánico y convencional

Banano Organico		Banano Convencional	
Ventajas	Desventajas	Ventajas	Desventajas
*Permite la rotacion de cultivos	*Limitacion en la produccion estandar	*Admite cultivos intensivos y semi intensivos	*No cosciente la rotacion de cultivos
*Promueve la proteccion del medio ambiente, permitiendo el equilibrio de la biodiversidad y por ende la mejora de la productividad de los suelos	*El proceso de selección de semillas para una mejor produccion es mas lento	*Permite la utilizacion de semillas mejoradas	*Al no contemplar ninguna medida de proteccion del medio ambiente, provoca desequilibrio de la biodiversidad y la productividad de los
*Depende en mayor proporcion de los recursos propios de la plantacion, que de recursos externos	*Existencia limitada de insumos autorizados para la produccion organica	*Enfatiza la utilizacion de agroquimicos, fertilizantes y plaguicidas tendientes a maximizar los rendimientos por unidad	*La utilizacion de los insumos quimicos provoca efectos dañinos en la salud no solo de los trabajadores y sus familias, sino tambien del
*Precio de la caja es mayor al de la convencional	*El tiempo de transicion es largo (1 a 3 años)	*Optimiza el proceso de produccion al ser un proceso inmediato	*Disminucion de la produccion con respecto al tiempo
*Los precios de las cajas son estables todo el año	*El proceso de produccion es lento	*Acelera los procesos productivos	*Fluctuacion del precio de caja producida
*Logra mayor estabilidad economica al aumentar la productividad con respecto al tiempo	*Falta de lineas de credito	*Admite la utilizacion de herbicidas para el control de malezas	*Generan dependencia economica hacia los fabricantes de agroquimicos y fertilizantes
*Pago de bonificaciones adicionales por cumplimiento de normas de certificacion	*Desconocimiento del acceso a mercados por parte de los productores	*Acceso a lineas de crédito	*Provoca la resistencia de plagas y enfermedades, que implica un mayor costo

Fuente: ProEcuador
Elaboración: Ruth Alvarado

El precio es uno de los factores que han incentivado a los productores a incursionar en el mercado organico, debido a que se manejan precios mayores al banano convencional y se mantienen estables durante todo el años a diferencia de las fluctuaciones en las epocas de alta y baja produccion en el banano convencional.

Sin embargo estos altos precios han sido una barrera de entrada a los mercados, ya que el consumidor a pesar de estar en una tendencia de cambio de habitos de consumo hacia productos mas sanos y saludables, tambien tiene en cuenta el impacto monetario que implica este cambio, por ello si bien es cierto que la curva de consumo esta en incrementando no lo hace de manera exponencial, ya que no los consumidores se encuentran en la capacidad de cubrir este margen.

Durante los ultimos años se ha visto un decrecimiento en la diferencia de precios entre el banano organico y convencional, si bien esto puede significar una demotivacion hacia los nuevos participantes en este mercado, tambien puede ser una noticia positiva para los participantes actuales debido al crecimiento del mercado.

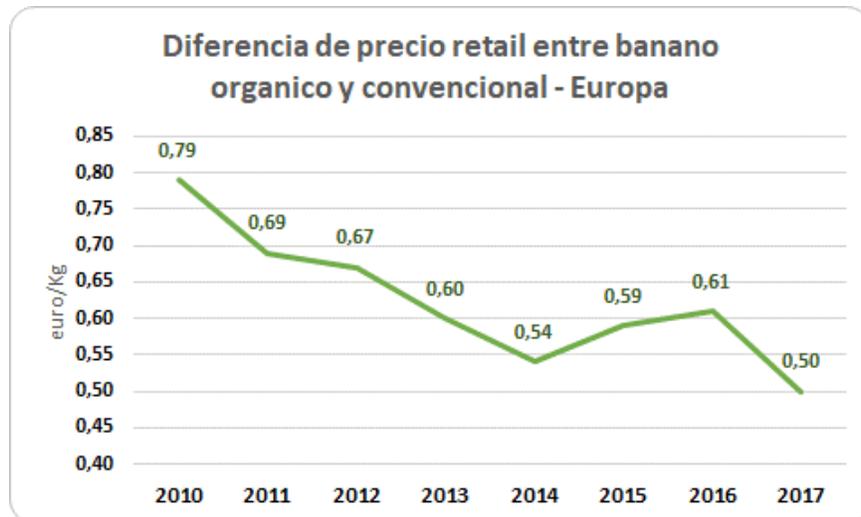


Grafico 3: Diferencia de precio retail entre banano orgánico y convencional: Europa

Fuente: FruiTrop

Elaboración: Ruth Alvarado

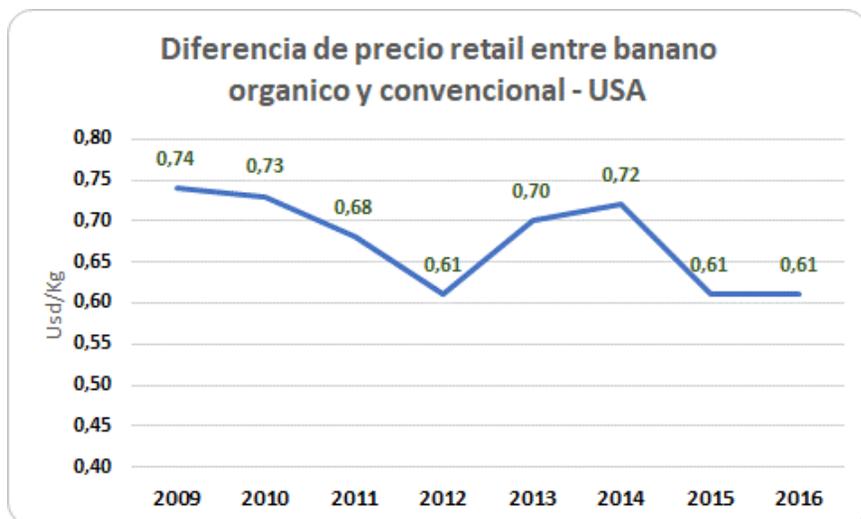


Grafico 4: Diferencia de precio retail entre banano orgánico y convencional: Estados Unidos

Fuente: Indexbox

Elaboración: Ruth Alvarado

En el ámbito ecuatoriano, los precios del banano convencional son establecidos mediante Acuerdo Ministerial de manera anual con un mínimo, no así el banano orgánico que además de ser un precio mayor, no aplica la metodología de establecimiento de precios por lo que anualmente se obtiene un promedio.

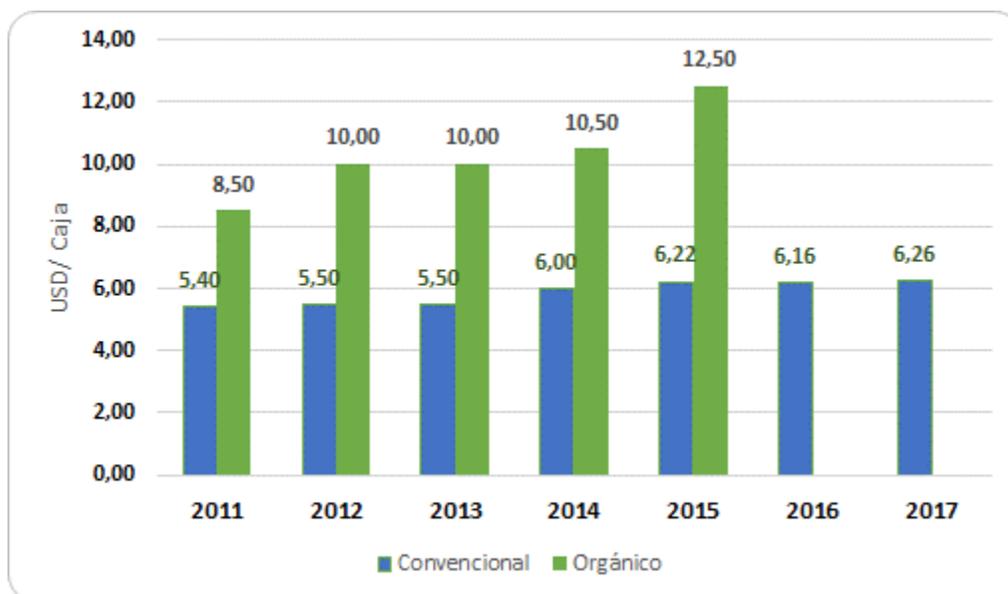


Grafico 5: Precio mínimo por caja de banano convencional y promedio de banano orgánico

Fuente: AEBE

Elaboración: Ruth Alvarado

En lo que respecta a volumen exportado Ecuador es considerado el mayor exportador de banano convencional en el mundo, integrado por varias compañías exportadoras, de las cuales las 10 primeras representan el 44% del total de exportaciones.

Tabla 2: Participación por compañía exportadora de banano convencional

	Compañía	Participación
1	Ubesa	10,51%
2	Asoagrival	5,24%
3	Reybanpac	4,72%
4	Asisbane	4,06%
5	Truisfruit	3,94%
6	Frutadeli	3,53%
7	Sabrostar	3,42%
8	Comersur	3,42%
9	Ecuagreenprodex	3,02%
10	Tropical Fruit	2,20%
11	Otras	55,94%
		100,00%

Fuente: AEBE

Elaboración: Ruth Alvarado

Respecto a las exportaciones de banano orgánico, se puede observar una distribución más concentradas debido al menor número de compañías participantes con respecto al banano convencional, siendo así que las 5 primeras exportadoras concentran el 53% del volumen total exportado.

Tabla 3: Participación por compañía exportadora de banano orgánico

	Compañía	Participación
1	Ubesa	21%
2	Golden Value	10%
3	Banabio	9%
4	San Miguel de Brasil	8%
5	Ecobanec	5%
6	Exagrisursa	5%
7	Agricultores Senda Verde	4%
8	Traboar	4%
9	Agroorganica	4%
10	Hoyos Garces	3%
11	Otras	27%
		100%

Fuente: Estadistic S.A.

Elaboración: Ruth Alvarado

DISCUSION

De acuerdo a la información obtenida durante la entrevista a un participante del sector productivo de banano ecuatoriano, se pudieron obtener los siguientes puntos de vista:

Un productor de banano ecuatoriano convencional tiene establecido sus procesos productivos, sus modelos de valoración financieros, sus indicadores, conoce la productividad potencial de la plantación, además de los consignatarios con los que viene llevando una relación comercial y a los cuales busca satisfacer en el mercado actual.

Por ello un factor determinante que impide la incursión hacia la producción orgánica es que no cuenta con el know how, ya que a pesar de que el Ecuador tiene compañías certificadas en productos orgánicos, apenas está generando información relevante para consideraciones dentro del sector y es relativamente nuevo, además de no ser un país con gran participación a nivel mundial en lo que respecta a mercado orgánico.

Otro punto a considerar es, la posición de una compañía exportadora de banano durante el periodo de transición de convencional a orgánico, ya que se genera la duda, mientras las plantaciones tienen que cumplir con ciertos requerimientos técnicos para obtener la certificación orgánica, ¿cómo enfrentara el productor sus exportaciones durante ese tiempo?

Una opción de evaluación seria incrementar las hectáreas en producción, dejando las actuales como banano convencional y adquirir nuevas plantaciones para certificarlas como banano orgánico, lo cual diversificaría el negocio actual.

Ya que a pesar de las consideraciones anteriormente expuestas parecería negativo para una compañía exportadora incursionar en el mercado orgánico, lo cierto es que el mercado de consumo de banano va direccionado hacia este cambio, por lo que es necesaria esta inversión para mantenerse en el negocio.

CONCLUSION

El decidir cambiar o expandir las plantaciones de banano orgánico implicaría muchos riesgos, pero también es un cambio necesario, ya que el Ecuador tiene el potencial para convertirse en uno de los competidores más fuertes en los mercados internacionales de productos orgánicos.

Si bien es cierto, el margen de precios actual de banano orgánico incrementaría exponencialmente la cuota del mercado de bananos orgánicos, también hace menos atractivo el participar en el mismo, ya que para los productores este ya no sería un factor favorable al momento de considerar incursionar en la producción agrícola orgánica, por el hecho de que no existiría una retribución considerable al cambio que implicaría llevar su negocio bananero actual a la certificación orgánica.

Aunque actualmente no todas las compañías exportadoras de banano convencional están participando en la producción orgánica, pero vemos un crecimiento de la participación del Ecuador en este mercado, el cual se espera que poco a poco vaya incrementando. Este cambio no va a realizarse inmediatamente debido a las implicaciones que representaría para los productores, pero esto no impide una incursión incremental en los próximos años.

El presente artículo concluye que los factores que consideran los productores ecuatorianos para la incursión en el mercado de banano orgánico son: precio, producción, costos, tendencias de consumo y competencia en el mercado actual. Todos estos deben ser analizados para la toma de decisiones de los productores y posterior decisión individual en pro de su negocio.

BIBLIOGRAFIA

- Acosta, G. M. (2013). Cinco países concentran el 69,5% de la exportación de banano. *El Agro. Agrocalidad*. (2016). Obtenido de <http://www.agrocalidad.gob.ec/inocuidad-de-los-alimentos/productos-organicos-ecuador/>
- Bazan, J. Z. (2016). Analizar el precio oficial de banano ecuatoriano y su relacion con la demanda mundial.
- Ecopost: Periodismo, Economía, Sostenibilidad*. (2015). Obtenido de <https://www.ecopost.info/mercado-mundial-alimentos-organicos-supera-los-75-000-millones-euros/>
- EL Comercio. (11 de diciembre de 2016). Un viaje al origen del 'boom' bananero. pág. 1.
- El Pais. (2017). *El mercado ecológico mundial sigue al alza y mueve 76.642 millones de euros*.
- Estadistic. (2017). *Avisos semanales*. Guayaquil.
- Euromonitor. (21 de marzo de 2018). Perspectivas de mercado hacia la Union Europea. Guayaquil: CORPEI.
- F.E. Rosales, S. T. (1998). *Producción de banano organico y/o ambientalmente amigable*. Guacimo, Costa Rica.
- FAO. (2017). Certificacion organica para bananos. *Foro Mundial Bananero - Coleccion de Buenas Practicas*, (pág. 3). Roma.
- FreshPlaza. (6 de 4 de 2018). *Fresh Plaza*. Obtenido de <http://www.freshplaza.com/article/192835/Ecuador-could-be-worlds-largest-producer-of-organic-bananas>
- FruiTrop. (2017). Ficha pais productor: el banano en Ecuador. *FruiTrop*.
- Gordon, E. E. (2011). *Analysis of U.S. Market for Organic Fair-trade Bananas*. Miami.
- IFOAM. (s.f.).
- Orellana, B. M. (2012). Las exportaciones de Banano, su impacto en la economia ecuatoriana durante los años 2002 al 2012.
- OTA. (2010). *Organic Trade Association*.
- Productor, E. (2017). *El Productor*. Obtenido de <https://elproductor.com/noticias/banano-organico-una-alternativa-rentable/>
- Sabrostar. (2015). *sabrostarfruitcompany.com*. Obtenido de <https://sabrostarfruitcompany.com/banano-organico/>
- Unlimited, O. (2018). Los compradores y consumidores de banana orgánica parecen comprender mejor los problemas de oferta. *Fresh Plaza*, 1.