

E | **A** | **B** | **C**

de los Acuerdos — Comerciales —



AUTORES:

Guido Macas Acosta, Mgtr.
Ana María Gallardo Cornejo, Mgtr.
Hugo Toala Robles, Mgtr.

El ABC de los Acuerdos Comerciales

AUTORES

Guido Macas Acosta, Mgtr.

Universidad Tecnológica ECOTEC

Ana María Gallardo Cornejo, Mgtr.

Universidad Tecnológica ECOTEC

Hugo Toala Robles, Mgtr.

Universidad Tecnológica ECOTEC

Samborondón, Ecuador

2025

TÍTULO

El ABC de los Acuerdos Comerciales

AUTORES

Guido Macas Acosta, Mgtr.
Universidad Tecnológica ECOTEC
gmacas@ecotec.edu.ec

Ana María Gallardo Cornejo, Mgtr.
Universidad Tecnológica ECOTEC
agallardo@ecotec.edu.ec

Hugo Toala Robles, Mgtr.
Universidad Tecnológica ECOTEC
htoalar@ecotec.edu.ec

AÑO

2025

EDICIÓN

Dirección de Investigación ECOTEC

ISBN: 978-9942-960-98-6

No. PÁGINAS 88

LUGAR DE EDICIÓN

Samborondón–Ecuador

DISEÑO DE CARÁTULA

Departamento de Marketing – Universidad Tecnológica ECOTEC

NOTA EDITORIAL

Los capítulos del presente libro son el resultado de investigaciones realizadas por parte de los autores con el objetivo de contribuir en el desarrollo académico de los estudiantes de grado y posgrado, tributando a la Línea de Investigación de “*Relaciones Internacionales y Cooperación Internacional para el Desarrollo*”, de la Universidad ECOTEC. Los autores del libro tuvieron la responsabilidad de seleccionar dichas investigaciones científicas, tomando en consideración el impacto y relevancia de la información, en virtud de la difusión del conocimiento.

Contenido

Datos de los autores	7
Presentación	8
1.1. Introducción	10
1.2. El GATT y sus limitaciones	12
1.3. La OMC y la proliferación de los TLC	14
1.4. Acuerdos comerciales Regionales (ACR) y Acuerdos de Libre Comercio (ALC)	19
Capítulo 2: Los acuerdos comerciales entre América Latina y la Unión Europea	30
2.1. Introducción	30
2.2. La primera guerra comercial	34
2.3. La estrategia europea para conquistar América Latina	39
2.4. Los efectos del acuerdo comercial con la UE	46
2.5. Los efectos comerciales con Estados Unidos	48
Capítulo 3: Los efectos comerciales de China en Latinoamérica	51
3.1. Introducción	51
3.2. Las reformas de China para su industrialización	52
3.3. Los socios Latinoamericanos de China	58
3.4. El futuro comercial de Ecuador y China	62
3.5. El tratado de libre comercio Ecuador – China	65
Capítulo 4: Las estrategias comerciales de Ecuador y sus efectos en la diversificación de mercados	70
4.1. Introducción	70
4.2. Diversificación de mercados	72
4.3. Desafíos y oportunidades para la diversificación de mercados	73

4.4. Estrategias comerciales implementadas por el Ecuador	74
4.5. Análisis comparativo de las estrategias comerciales aplicadas en la región latinoamericana a través de las Agencias de Promoción.....	76
4.6. Efectos de las estrategias comerciales en la diversificación de mercados	77
4.7. Oportunidad para la diversificación de mercados y exportación de servicios	78
4.8. El futuro comercial de Ecuador	79
Conclusiones.....	82
Referencias bibliográficas.....	83

Índice de tablas

Tabla 1 Las exportaciones de bienes a nivel mundial (En millones de dólares)	18
Tabla 2 Clases de acuerdos comerciales y sus características	22
Tabla 3 Exportaciones ACP a la UE y subvención por país	36
Tabla 4 Reducción arancelaria de la UE en el marco de los acuerdos bananeros	38
Tabla 5 Esquemas y mecanismo de diálogo Unión Europea – América Latina	39
Tabla 6 Acuerdos comerciales entre la UE y América Latina	41
Tabla 7 Ecuador: Estructura y evolución de las importaciones de bienes procedentes de China según grandes sectores económicos, 2000, 2005 y 2014	64
Tabla 8 Ecuador: principales productos de exportación a China, 2021. (En millones de dólares, porcentajes y número de requisitos.).....	65
Tabla 9 Ecuador: Distribución de empresas que exportan a China por sector, tamaño y ubicación 2021. (En número de empresas y porcentajes).....	69
Tabla 10 Desafíos y Oportunidades.....	74
Tabla 11 Estrategias Comerciales	75
Tabla 12 Análisis Comparativo de Estrategias.....	76

Tabla 13 Estrategias para la Diversificación de Mercados para la potenciación de la Exportación de Servicios 79

Índice de figuras

Figura 1 Exportaciones de bienes y servicios a nivel mundial durante 1970-2023 (% del PIB). 11

Figura 2 Los países miembros del tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico – CPTPP 15

Figura 3 Los nuevos miembros de los acuerdos de Asociación Económica Integral Regional - RCEP 17

Figura 4 Los acuerdos regionales de integración económica en la cuenca del Pacífico 19

Figura 5 El papel de los Acuerdos Comerciales 21

Figura 6 Tipología de acuerdos comerciales 24

Figura 7 La evolución de los acuerdos en el mundo hasta el 2024 25

Figura 8 La distribución de los acuerdos en el mundo 25

Figura 9 El cronograma de los acuerdos comerciales firmados por Ecuador.. 26

Figura 10 El mapa comercial del Ecuador 28

Figura 11 La cronología de la formación de la Unión Europea..... 30

Figura 12 El comportamiento del comercio exterior entre 1948 y 1970..... 31

Figura 13 Los principales proveedores de bienes entre 1948 - 1970 32

Figura 14 Las etapas de la conformación de la Unión Europea 33

Figura 15 Comportamiento de las exportaciones de América Latina con y sin acuerdos comerciales 44

Figura 16 La evolución de las exportaciones de seis países a la Unión Europea 45

Figura 17 Diferencia de las exportaciones de los países que tienen acuerdo comercial con EE. UU. 48

Figura 18 China y su relación con la región Asia - Pacífico..... 51

Figura 19 La tendencia de las ventas de bienes en el mercado internacional 53

Figura 20 Transformaciones de China: Dinámica del progreso..... 54

Figura 21 Acuerdos Comerciales y de inversión de México con Asia-Pacífico 55

Figura 22 Los principales socios que abastecen el mercado chino entre 1980 - 2023	56
Figura 23 El comportamiento de los países que lideran las exportaciones	57
Figura 24 El mapa comercial de China.....	58
Figura 25 Los principales socios de China en América Latina	60
Figura 26 La brecha comercial de América Latina con China	62
Figura 27 La brecha comercial de Ecuador con China.....	63
Figura 28 Aranceles bilaterales entre China y Ecuador, 2021. (En porcentajes ad valorem)	67
Figura 29 Ecuador: distribución de empresas que exportan a China según su tamaño 2013 a 2021. (En Porcentajes).....	68

Datos de los autores

Guido Macas Acosta, Mgtr.

Economista de la Universidad de Cuenca. Magister en Negocios Internacionales y Gestión de Comercio Exterior en la Universidad de Guayaquil. Candidato a PhD. en Ciencias sociales y Jurídicas en la Universidad de Córdoba, España. Docente-Investigador en la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Ecotec. Ha impartido cursos de pregrado en economía y periodismo, con quince años de experiencia como periodista económico en los diarios El Universo y El Comercio.

Ana María Gallardo Cornejo, Mgtr.

Ingeniera en Ciencias Empresariales con concentración en Negocios Internacionales. Máster en Negocios Internacionales por la Universidad Pompeu Fabra y Máster en Marketing Digital por la UEES. Cuenta con un diplomado en Administración Pública. Doctoranda en Cooperación Internacional y Desarrollo Local por las universidades Politécnica de Valencia y Jaume I. Posee más de 18 años de experiencia en sectores público, privado, diplomático y académico. Ha sido Viceministra de Promoción de Exportaciones e Inversiones en Ecuador, Consejera Comercial en Nueva York y Adjunta Comercial en México, Directora de AMCHAM Guayaquil y actualmente es Decana de las Facultades de Ciencias Económicas y Empresariales y Estudios Globales en la Universidad ECOTEC.

Hugo Toala Robles, Mgtr.

Ingeniero en Auditoría y Control de Gestión, CPA y Magíster en Administración de Empresas por ESPAE – ESPOL. Actualmente cursa un doctorado en la Universidad de Cádiz, con un fuerte compromiso hacia la investigación. Cuenta con más de 15 años de experiencia en los sectores académico, empresarial y de consultoría. Coordinador Académico y docente en la Universidad ECOTEC. Se ha desempeñado como Jefe de Control Interno en SEMVRA y socio fundador de T&C Consultores. Su trayectoria incluye trabajos en PwC y HLB Consultores, destacándose en auditoría, control interno y mejora de procesos.

Presentación

En un mundo cada vez más interconectado, los acuerdos comerciales se han convertido en pilares fundamentales de la economía global. Como señaló el economista Paul Krugman, que el comercio internacional no es un juego de suma cero (Piekutowska, 2018); es una red de intercambios que beneficia a las naciones cuando se gestiona con visión estratégica. Estos instrumentos no solo facilitan el intercambio de bienes y servicios, sino que también moldean las relaciones políticas, sociales y culturales entre naciones. El ABC que resume los Acuerdos (A), Balance económico (B) y Competitividad global (C) es una obra diseñada para guiar al lector a través de los conceptos esenciales, la evolución histórica y los impactos contemporáneos de estos acuerdos, con un enfoque especial en América Latina y sus vínculos con actores clave como la Unión Europea y China.

Este libro está estructurado en cuatro capítulos que buscan ofrecer una visión integral y accesible sobre el tema. En el Capítulo 1, se explorará la evolución de los acuerdos y tratados comerciales, desde los primeros intercambios bilaterales hasta los complejos mecanismos de integración regional y global que caracterizan el siglo XXI. Este recorrido histórico permitirá comprender cómo los acuerdos comerciales han sido herramientas de cooperación, pero también de competencia entre naciones. Como ha señalado Jagdish Bhagwati, que la historia del comercio internacional es la historia de la búsqueda de eficiencia y prosperidad, pero también de tensiones y desequilibrios (Bhagwati, 2004).

El Capítulo 2 se centrará en los acuerdos comerciales entre América Latina y la Unión Europea, dos regiones con historias económicas y políticas distintas, pero con intereses complementarios que han dado lugar a relaciones comerciales dinámicas y, en ocasiones, desafiantes. Se analizarán los tratados comerciales como el Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea y la nueva alianza comercial con China. Como lo sostuvo Raúl Prebisch, la integración económica es un camino hacia el desarrollo, pero requiere de voluntad política y visión a largo plazo. Hoy, en un contexto de recuperación post pandemia, estos acuerdos adquieren una relevancia renovada.

En el Capítulo 3, el enfoque se desplazará hacia el impacto comercial de China en América Latina y en especial con Ecuador. En las últimas décadas, el gigante asiático ha emergido como un socio estratégico para la región, transformando los flujos comerciales y generando nuevas dependencias económicas. Este capítulo examinará cómo los acuerdos con China han reconfigurado las economías latinoamericanas y qué implicaciones tienen para el futuro en Ecuador y la región. Como destacó Kevin Gallagher, China ha redefinido el mapa del comercio global, y América Latina ha sido una pieza clave en este nuevo tablero. Además, se abordarán los desafíos actuales, como la competencia en sectores estratégicos y la necesidad de diversificar las relaciones comerciales.

Finalmente, el Capítulo 4 se cerrará con una reflexión sobre el futuro de los acuerdos comerciales en un contexto global marcado por la incertidumbre, los cambios tecnológicos y las demandas de sostenibilidad. ¿Cómo pueden los acuerdos comerciales adaptarse a los nuevos desafíos? ¿Qué papel jugará América Latina y Ecuador en este escenario?

¿Qué estrategias comerciales se deben aplicar para diversificar mercados y productos? Estas, son algunas de las preguntas que este libro busca responder. Como afirmó Joseph Stiglitz, el futuro del comercio internacional dependerá de su capacidad para ser inclusivo y sostenible, sin dejar a nadie atrás. En un mundo donde la geopolítica y la economía verde están redefiniendo las reglas del juego, los acuerdos comerciales deben evolucionar para enfrentar estos retos.

El ABC de los Acuerdos Comerciales es una invitación a comprender un tema complejo pero fascinante, que afecta no solo a los gobiernos y las empresas, sino también a la vida cotidiana de millones de personas. A través de un lenguaje claro y ejemplos concretos, este libro aspira a ser una herramienta útil para estudiantes, profesionales y cualquier persona interesada en entender cómo funcionan las relaciones comerciales en el mundo actual. Bienvenidos a este viaje por el fascinante mundo del comercio internacional.

Capítulo 1: El ABC de los acuerdos comerciales en América Latina

1.1. Introducción

El comercio internacional es uno de los factores que contribuye a mejorar la riqueza de las naciones, la misma que se mide anualmente a través de la producción de bienes y servicios (PIB). Bajo esta premisa los debates sobre la libertad del comercio son permanentes, y más cuando se lo utiliza como instrumento para mejorar las condiciones de vida y de trabajo de los habitantes del mundo (Millet, 2001).

La apertura de mercados, la liberalización del comercio, la reducción de barreras, los acuerdos comerciales y los procesos de integración económica, entre otros mecanismos legales que garanticen el libre comercio y permitan el intercambio mundial se dinamice en los últimos 77 años. Entre 1948 y 2023 las cifras totales de ventas y compras en el mundo se multiplicaron 398 veces en términos nominales, según las estadísticas de la Organización Mundial del Comercio (OMC) (WTO, 2024).

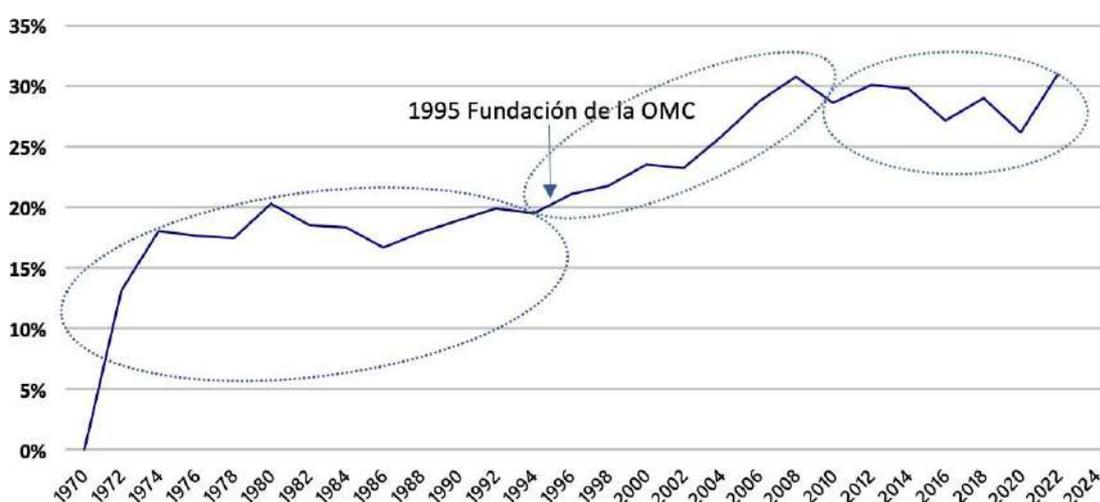
En el 2023, se registraron 23 billones 544 mil 180 millones de dólares en exportaciones y 24 billones 082 mil 206 millones de dólares en las importaciones de todo el mundo (IMF, 2025). Los 166 países que conforman la OMC representaron el 98% de esas transacciones comerciales con o sin acuerdos comerciales o procesos de integración económica.

Para algunos especialistas de comercio exterior esta tendencia se puede explicar por la profundización de la globalización de la economía y de las empresas; así como de la continua propuesta de liberalización de los mercados. Por eso el comercio internacional tuvo un crecimiento significativo durante la década de 1990. Es más, contribuyó a la liberalización en escala mundial, fomentó la globalización de la economía, deslocalización de empresas, fomentó las cadenas globales de valor y el desarrollo de países emergentes como China (que ingreso a la OMC en 2001) y otros países asiáticos, que rápidamente se industrializaron (Fernández, 2020).

Además, desde el año 2003, existe una creciente intervención de países emergentes como India o Brasil en la ronda de Doha, donde defienden sus prioridades y que son contrapuestas a la de los países avanzados en materia de comercio exterior. A este nuevo escenario se suma también Rusia que se adhirió en 2012 y que junto con China tienen mucho protagonismo en el escenario internacional (Fernández, 2020).

Figura 1

Exportaciones de bienes y servicios a nivel mundial durante 1970-2023 (% del PIB).



Nota. Evolución de las exportaciones mundiales como porcentaje del PIB. Fuente: Elaboración propia con datos del Banco Mundial, 2024.

En la Figura 1 se observa la evolución del volumen de exportaciones de bienes y servicios a nivel mundial, durante el periodo de 1970 a 2023, como porcentaje del PIB. Hay tres etapas bien definidas, la primera que corresponde a 1970 y 1995, donde se muestra un crecimiento leve pero sostenido que dura hasta la creación de la OMC. La segunda etapa (1996 – 2009) registra un crecimiento más acelerado hasta el 2009 que tuvo su caída por los efectos de la crisis financiera mundial. Si bien hay otros factores, la OMC (y, por tanto, el acuerdo de la Ronda de Uruguay) tuvo un impacto en ese crecimiento, favoreciendo a la expansión de muchas empresas y al desarrollo de la industria y economía de los países emergentes (Fernández 2020).

Sin embargo, este crecimiento económico no ha favorecido a todos los países de la misma forma. Aunque se dieron grandes pasos hacia el objetivo continuo de la liberalización económica y la integración de los países, el establecimiento de la OMC no estuvo exento de inconvenientes para una serie de países en desarrollo, que en muchos casos experimentaron sólo un crecimiento económico marginal y una reducción global de su participación económica mundial (Pascual, 2021).

Es más, no todo ese periodo tuvo buenos resultados ya que muchas rondas de negociación fracasaron como la Ronda de Doha estancadas hasta la actualidad por temas vinculados a la eliminación de los subsidios agrícolas. Es importante mencionar que el sistema de comercio internacional todavía se rige por las normas estipuladas en el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) de 1947 y los acuerdos establecidos dentro de la OMC desde 1995.

1.2. El GATT y sus limitaciones

Luego de los efectos de la Segunda Guerra Mundial en 1945, el ordenamiento económico internacional era urgente, en especial en el fortalecimiento de la cooperación económica institucionalizada. La primera entidad en liderar ese ordenamiento fue la Organización Internacional de Comercio (OIC) que dio paso a la estructuración del GATT. Se trataba de conseguir acuerdos para las reducciones arancelarias y normas de política comercial que permitan mejorar las condiciones de vida.

Pero en cada una de las etapas se avanzó en temas específicos, pero no en el objetivo principal, como era lograr el pleno empleo, aprovechar los recursos mundiales y fomentar el desarrollo económico. Más bien se fueron por otros caminos como es el caso, por ejemplo, de los 23 países que formaban parte al inicio del GATT (1948 a 1994) y que tenían como fin aumentar los niveles de vida.

Sin embargo, en ese periodo solo se realizaron 8 rondas de negociaciones, donde solo se trataron temas de aranceles, medidas antidumping, medidas no arancelarias, normas, servicios, propiedad intelectual, solución de diferencias,

textiles, agricultura y la creación de la OMC. Solo una ronda (la de Uruguay) duró siete años y medio, y fue la última bajo la hegemonía del GATT, y que se estancó en temas agrícolas y además fue calificada por muchos países como un fracaso.

VanGrasstek (2013) en su libro “La historia y el futuro de la Organización Mundial del Comercio” sostiene que el bloque de las negociaciones en la ronda de Uruguay se originó por el contexto político internacional, vinculado por el clima inestable de la famosa Guerra Fría, y la oposición de las principales potencias mundiales a reducir los subsidios estatales a los bienes agrícolas, ya que afectaban la soberanía comercial de sus estados miembros (VanGrasstek, 2013).

Para otros investigadores, las rondas del GATT fueron claves para introducir 38 artículos que trataron de dar institucionalidad al comercio internacional, por ejemplo, los principios de no discriminación, la cláusula de la nación más favorecida en los tratos del comercio internacional y restricciones para proteger la balanza de pagos como parte de propender el desarrollo de sus miembros.

Sin embargo, muchos de los avances que se documentaron no se cumplieron en la práctica, y más bien se proliferaron acuerdos regionales entre 1950 y 1960 y luego se derivaron en la firma de acuerdos de libre comercio o uniones comerciales que negociaban entre países entre 1990 y 2000. En ese periodo se dio una proliferación de acuerdos bilaterales entre países que daban beneficios a quienes participaban de ellos, y de esa manera no se cumplía la cláusula de la nación más favorecida (Véjar, 2021).

En la lista están la formación de la Comunidad Europea del Carbón y del Acero que se transformó en Comunidad Económica Europea (CEE) en 1957, la misma que dio origen a una organización rival como la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) formada por países que no formaron parte de la CEE.

En América Latina, también se generó una ola de acuerdos regionales y se constituyó la primera propuesta de integración económica latinoamericana para el desarrollo de las naciones. Se trató de la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC) constituida en 1960 y considerada como un organismo regional que inicialmente agrupó a 11 países entre ellos Argentina, Brasil, Perú,

Uruguay, Ecuador, Colombia, México entre otros. Luego, en 1980 se transformó en la ALADI. También se suma el Mercado Común Centroamericano (MCCA) formado en 1960 y el Pacto Andino en 1969 para luego crearse el CARICOM (1973). Se sumó en 1991 el Mercado Común del Sur (Mercosur) (Cordes, 1991).

Pero la potencia mundial, de ese entonces, también apostó por esa ruta del regionalismo para no perder su hegemonía comercial, aunque durante 40 años apoyó el multilateralismo y rechazó el regionalismo. A Estados Unidos, le preocupaba la expansión de la Comunidad Europa (Fiorentino et al 2007), y por eso apostó por las negociaciones bilaterales, a través de los acuerdos de libre comercio (Anderson y Blackhurst, 1993).

En 1985 se firmó el primer Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Israel y Estados Unidos; y en 1988 fue entre Estados Unidos y Canadá, que luego se convirtió en 1994 en el Tratado de libre Comercio de América del Norte (TLCAN, ahora T-MEC) también conocido como North American Free Trade Agreement (NAFTA) porque se incluyó a México.

1.3. La OMC y la proliferación de los TLC

En 1995, se inicia una etapa similar, ahora bajo el marco de la OMC (hasta la actualidad) que empezó con 123 miembros para apoyar la negociación de nuevos acuerdos comerciales para reducir los obstáculos al comercio internacional y asegurar condiciones de igualdad para todos, con el objetivo de contribuir al crecimiento y desarrollo económico.

Entre 1996 y 2022 se realizaron 12 rondas y la más relevante fue la de Doha en el 2001 conocida como Programa de Desarrollo donde se establecieron mesas de negociaciones en temas de agricultura, acuerdos de propiedad intelectual, nuevas áreas de negociación, inversión, compras públicas, entre otros temas. Esta ronda lleva 23 años en debate y no ha logrado avances.

El sistema de la OMC ahora se concentró más en las necesidades de las economías en desarrollo y ya no exclusivamente en las economías desarrolladas, por lo que se frenaron muchas negociaciones. Desde su principio, la Ronda de Doha tuvo que lidiar con obstáculos técnicos y políticos, ya que la Unión Europea lideró el lanzamiento de la Ronda, mientras que Estados Unidos

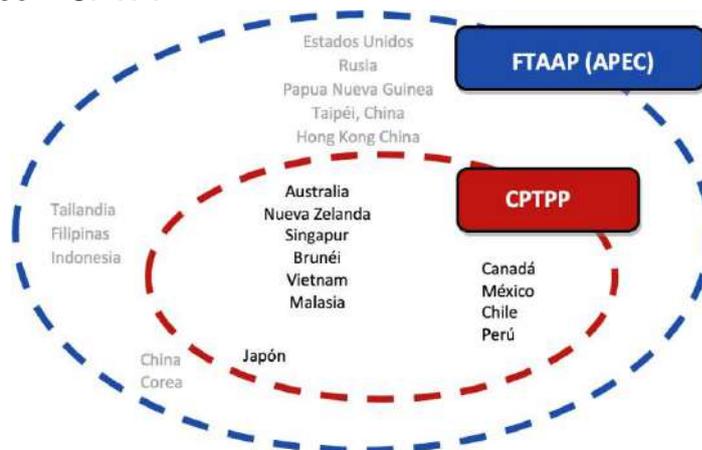
adoptó una postura menos favorable de iniciar otra ronda de negociaciones, después de obtener resultados ampliamente favorables para ellos en la última Ronda (Pascual, 2021).

Para otros autores, las rondas tenían el propósito de regular la inversión internacional, y para diferentes organizaciones de la sociedad civil lo interpretaron como aprobar una carta de derechos para las empresas multinacionales, y en consecuencia bloquearon las negociaciones (Ibáñez & García-Duran 2021). Estas críticas afectaron a la OMC, como ejemplifican las protestas por parte de diferentes movimientos sociales contra la globalización neoliberal durante la tercera Conferencia Ministerial de la OMC, celebrada en Seattle a finales de 1999 (Fernández, 2020).

En los últimos 24 años la OMC no pudo detener la creciente proliferación de los acuerdos comerciales bilaterales y regionales, y más bien debilitó al sistema multilateral del comercio, lo que obligó a coexistir con los acuerdos comerciales preferenciales. El estancamiento de la Ronda de Doha provocó que varios países promuevan negociaciones comerciales restringidas con economías afines o con intereses conciliables. Este tipo de acuerdos incluyen el comercio de mercancías, servicios, propiedad intelectual, contratación pública, inversiones, desarrollo sostenible entre otros temas.

Figura 2

Los países miembros del tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico – CPTPP



Nota. Fuente: La información fue tomada del Seminario “Visión Prospectiva de la Integración Latinoamericana y Caribeña, en 2018, organizada por la Cepal.

Algunos expertos sostienen que los TLC se convierten en un trampolín para lograr una mayor liberalización del comercio; en cambio, otros lo definen como estrategias para fomentar los obstáculos y conducir al proteccionismo (Kayani, 2021). La competencia por liderar en la firma de TLC de nueva generación fue compleja. Uno de los protagonistas fue la UE que realizó negociaciones con Corea del Sur, Colombia-Perú- Ecuador, Centroamérica, Canadá, Singapur, Japón, Vietnam y el Mercosur. Pero Estados Unidos no se quedó atrás, en la administración del expresidente Obama se impulsó el Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP, por sus siglas en inglés, Trans- Pacific Partnership) con once países de la cuenca del Pacífico (excepto China); y el Acuerdo Transatlántico para el Comercio y la Inversión (TTIP), con la UE. Sin embargo, en el gobierno del expresidente Trump se paralizaron las negociaciones.

Eso no impidió que el resto de los socios del TPP formaran el nuevo Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico (CPTPP) que empezó a operar en diciembre del 2018 con 11 países: Australia, Nueva Zelandia, Singapur, Brunéi, Vietnam, Malasia, Japón, Canadá, México, Chile y Perú como se puede observar en la Figura 2.

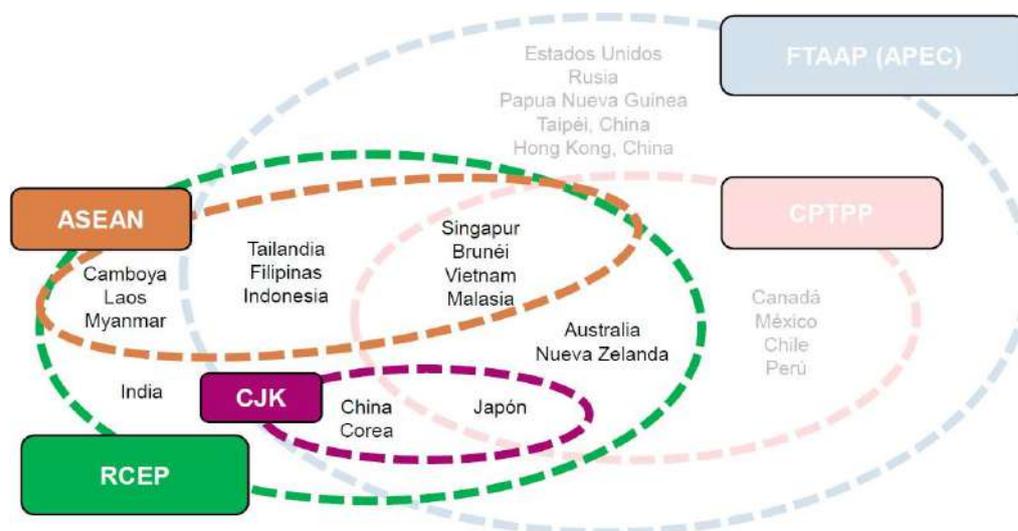
Estos miembros también formaban parte de la propuesta inicial de la Zona de Libre Comercio de Asia-Pacífico (FTAAP, por sus siglas en inglés: Free Trade Area of the Asia-Pacific) que se trataba de conformar el Foro de Cooperación Económica de Asia-Pacífico (APEC). El objetivo de la FTAAP o APEC es promover la integración económica regional y el comercio entre los países de la región. También reconocen el importante papel que desempeñan los Acuerdos Comerciales Regionales (ACR) y los Acuerdos de Libre Comercio (ALC) en la liberalización del comercio en la región APEC (APEC, 2025).

Por otro lado, la Unión Europea es calificada como uno de los mercados más abiertos del mundo y estableció estrategias permanentemente para incrementar sus exportaciones de bienes y servicios (Maillo, 2021), pero no pudo sostener su liderazgo en el comercio mundial. En el 2014, el pastel de las exportaciones de bienes del mundo, que bordearon los 18 billones 794 mil 040 millones de dólares,

estuvo liderada por última vez por la UE (excluyendo el comercio intracomunitario), con el 12,5% a nivel global por encima del 12,47% de China. o el 8,61% de EE. UU. (IMF, 2025).

Figura 3

Los nuevos miembros de los acuerdos de Asociación Económica Integral Regional - RCEP



Nota. Fuente: La información fue tomada del Seminario “Visión Prospectiva de la Integración Latinoamericana y Caribeña, en 2018, organizada por la Cepal.

Durante los últimos nueve años, la participación en el comercio mundial, lo lidera China con el 14,54% seguido de la UE (excluyendo su comercio intracomunitario) con el 11,51%, y EE. UU. se mantiene en el tercer lugar con el 8,5%.

La proliferación de estos acuerdos comerciales preferenciales, que adoptan modelos de regulación distintos en función de las respectivas concepciones de las principales potencias que los impulsan, puede ser positiva para establecer nuevas regulaciones de las relaciones económicas internacionales, pero, desde la perspectiva específica de la OMC, pueden acabar, en la práctica, restándole relevancia.

Tabla 1*Las exportaciones de bienes a nivel mundial (En millones de dólares)*

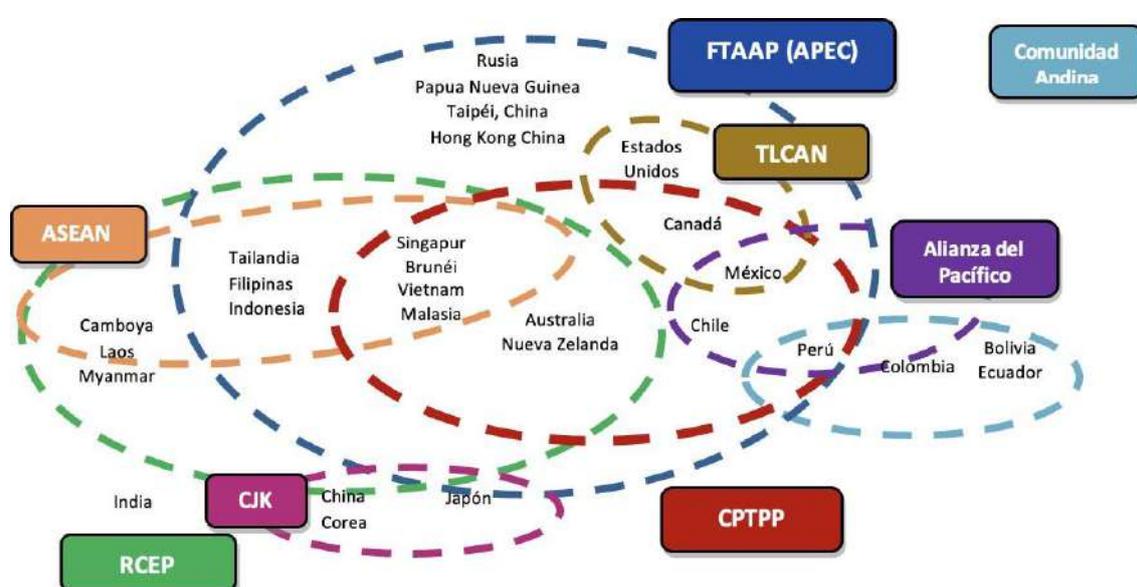
Reporte	2019	2020	2021	2022	2023
Mundo	18.823.702	17.401.787	22.094.165	24.715.951	23.544.180
Unión Europea (27)	5.777.573	5.444.530	6.594.221	7.078.665	7.119.675
Australia	272.574	251.923	344.139	412.540	371.361
Brasil	222.200	211.261	281.645	334.463	339.696
Canadá	446.094	390.141	501.740	596.958	567.944
China	2.498.532	2.598.014	3.368.217	3.604.481	3.422.171
Hong Kong	535.807	552.773	671.993	611.366	576.133
India	324.830	275.590	394.464	453.197	431.997
Japón	705.618	638.167	756.166	746.720	717.254
Malasia	238.104	233.959	299.038	352.338	312.649
México	460.598	417.168	494.945	577.692	592.999
Arabia Saudita	259.427	180.887	278.925	407.430	322.251
Singapur	390.684	287.884	457.407	516.016	476.020
Corea del Sur	542.601	512.645	644.399	683.584	632.603
Suiza	313.770	313.970	379.402	401.752	420.098
Tailandia	245.370	229.256	266.292	283.863	281.327
Turquía	180.833	169.638	225.214	254.170	255.627
Emiratos Árabes	231.451	186.835	275.500	379.871	353.640
Reino Unido	532.084	402.878	454.905	521.197	487.526
Estados Unidos	1.645.940	1.429.995	1.757.822	2.065.157	2.019.552
Vietnam	259.384	277.271	330.432	364.262	345.093

Nota. Fuente: FMI

Esta tendencia se refleja con mayor fuerza en la zona del pacífico que se están vinculando en acuerdos regionales de integración económica, tratados de libre comercio, alianzas y demás formas de fortalecer las negociaciones comerciales. Y uno de los países que lidera ese proceso es China que busca sostener su espacio en el comercio mundial y desplazar a los tradicionales países y bloques económicos como se visualiza en la figura 4.

Figura 4

Los acuerdos regionales de integración económica en la cuenca del Pacífico



Nota. Fuente: La información fue tomada del Seminario “Visión Prospectiva de la Integración Latinoamericana y Caribeña, en 2018, organizada por la Cepal.

1.4. Acuerdos comerciales Regionales (ACR) y Acuerdos de Libre Comercio (ALC)

La importancia de los procesos de integración en la historia ha sido clave, tanto para los académicos como para los hacedores de la política económica orientada a la integración internacional, ya que permite generar ventajas en los términos económicos, comerciales, social, fiscal e incluso en la liquidez de dos o más economías.

Existen varios niveles de integración económica y cada uno se diferencia de la intensidad en que se logren acuerdos en la eliminación de las barreras al

comercio entre los países participantes. Entre los niveles tenemos (Macas, 2016):

ACUERDOS PREFERENCIALES: Es un sistema en el cual los países que lo suscriben se conceden preferencias arancelarias o reducción de aranceles para que sus productos puedan ingresar en los mercados de los países miembros.

ZONA DE LIBRE CAMBIO: Son tratados que firman varios países para crear una zona sin aranceles y que no tengan obstáculos al comercio, pero mantienen sus restricciones o propios aranceles frente a terceros países. En esta zona de comercio se aplica como requisito el certificado de origen para evitar que entren productos de otros países.

UNIÓN ADUANERA: Se trata de una ampliación de los beneficios de una zona de libre comercio. Los miembros que conforman la Unión Aduanera garantizan la libre circulación de bienes y servicios. Eliminan, entre sí, todos los obstáculos al flujo comercial. Además, se crea un arancel externo común para todos los países miembros. Es decir, a los bienes importados desde países no miembros se les aplicará el arancel externo común

MERCADO COMÚN: Es una ampliación de la Unión Aduanera ya que se incorpora la libre movilidad de los factores de producción como el capital y mano de obra. No existen restricciones sobre inmigración, emigración o flujos de capital transfronterizos entre los socios. También pueden existir algunas políticas comunes.

MERCADO ÚNICO: Es una etapa más avanzada del Mercado Común. Aquí se eliminan las aduanas y las fronteras técnicas (para las cuales se debe armonizar normas sobre calidades, abrir los mercados públicos, etc.) y las fronteras fiscales (armonizar una serie de impuestos).

UNIÓN ECONÓMICA: Se implementan políticas macroeconómicas coordinadas y políticas comunes, entre los países miembros, para favorecer los cambios estructurales y el desarrollo regional.

UNIÓN MONETARIA: Es la etapa donde los países miembros deciden sobre la utilización de una nueva moneda o fijan un tipo de cambio para todos. Para llegar

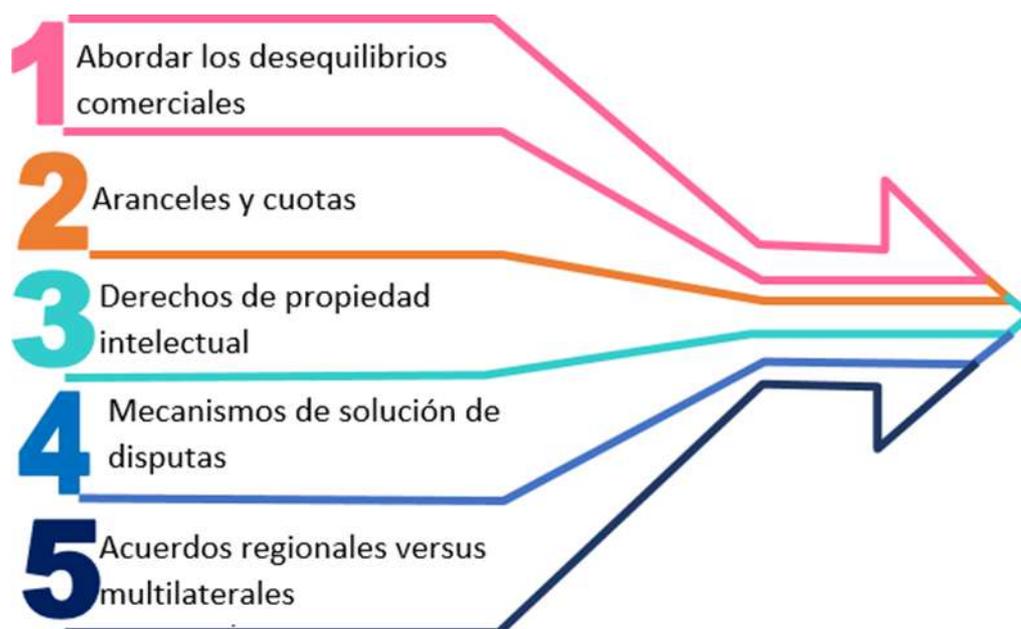
a esta fase de integración se debe garantizar la existencia de un mercado único y con políticas macroeconómicas coordinadas.

UNIÓN ECONÓMICA PLENA O UNIÓN POLÍTICA: En este escenario se requiere la creación de una organización que se encargue de coordinar todo el manejo en conjunto de los países miembros. Las economías de los países se integrarán en una sola política económica, ya que se tratará de un único país.

Los fracasos y paralizaciones de las rondas del GATT y la OMC obligaron a muchos países a elaborar estrategias para consolidar sus mercados en función de sus objetivos comunes.

Figura 5

El papel de los Acuerdos Comerciales



Nota. Fuente: OMC

Es más, los acuerdos comerciales regionales y Tratados de Libre Comercio que se multiplicaron entre 1990 y 2010 tuvieron que ser reestructurados y mejorados para incrementar sus exportaciones, en especial las grandes potencias.

Tabla 2

Clases de acuerdos comerciales y sus características

Clase	Alcance	Características
Acuerdos comerciales preferenciales	Se caracterizan por otorgar privilegios comerciales unilaterales y no necesariamente recíprocos.	Se llevan a cabo países industrializados o desarrollados para propiciar mejores condiciones de acceso a un grupo determinado de bienes provenientes de países en vías de desarrollo o menos desarrollados, a este esquema se le llama Sistema Generalizado de Preferencias.
Acuerdos comerciales regionales (ACR)	Establecer privilegios mutuos entre dos o más países, abarcando todos los tipos de acuerdos, excepto los arreglos comerciales y los acuerdos multilaterales de la OMC.	Facilitar el comercio entre sus miembros sin afectar a terceros. El término "regional" se interpreta de manera flexible, ya que incluye tratados entre países no necesariamente cercanos. Además de reducir aranceles, abordan temas como facilitación del comercio, inversión, servicios, comercio electrónico, medio ambiente y cooperación.
Acuerdos comerciales mega regionales	Incluyen países que representan una parte significativa del comercio y la actividad económica mundial. Se miden según el porcentaje del PIB mundial y el número de personas en el mercado.	Incluyen más normas sobre temas recientes como propiedad intelectual, energías renovables, contratación pública y comercio electrónico, entre otros.
Acuerdos Multilaterales	Se dan en un marco colectivo de miembros que se comprometen a cumplir lo negociado de forma vinculante, firmando voluntariamente. Pueden existir excepciones que eximan a algunos miembros de cumplir con ciertas cláusulas, siempre que estén especificadas en el acuerdo.	En materia comercial, la OMC es el órgano que representa el <i>colectivo</i> , en tanto que los Estados, el <i>grupo miembros</i> . Considerando que cada país tiene intereses económicos políticos diferentes, alcanzar un acuerdo multilateral es una tarea ardua y hasta el momento solo se registran cuatro acuerdos de este tipo de la OMC.

Clase	Alcance	Características
Acuerdos Plurilaterales	<p>Dentro de la OMC:</p> <p>Los acuerdos involucran a un grupo específico de miembros dentro de un colectivo mayor.</p> <p>Fuera de la OMC:</p> <p>Los acuerdos entre dos bloques comerciales son vinculantes para todos los países que los conforman.</p>	<p>Estos acuerdos abordan temas específicos y sus decisiones afectan solo a los países que se adhieren voluntariamente. No existe consenso entre los expertos sobre su significado, y algunos los consideran multilaterales</p> <p>En los ACR, cada parte negocia unilateralmente; en los plurilaterales, un interlocutor negocia por todo el bloque.</p>

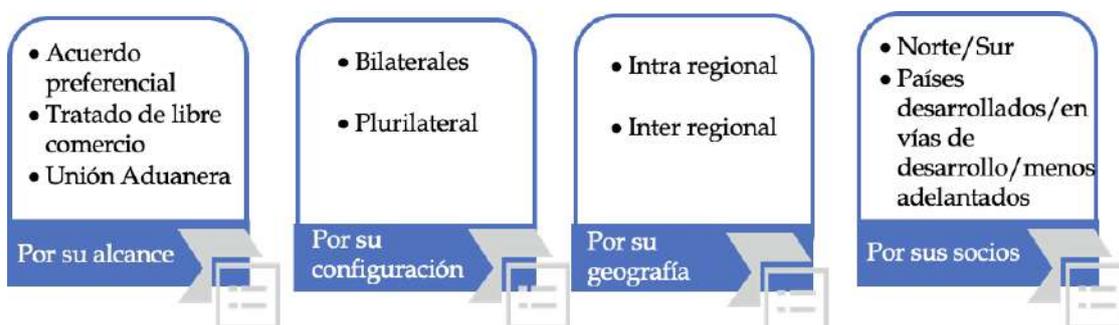
Nota. Fuente: OMC

Es por esto por lo que ahora se denominan acuerdos comerciales regionales o tratados de libre comercio de nueva generación. Estos desempeñan un papel para lograr un comercio equilibrado en un mundo globalizado, pues incluye reducir los desequilibrios comerciales, reducir las barreras al comercio, proteger la propiedad intelectual y proporcionar mecanismos de solución de disputas, ya sea a través de acuerdos regionales o multilaterales. El objetivo sigue siendo el mismo: crear igualdad de condiciones para todos los países y promover una economía global equilibrada y sostenible.

Sin duda las nuevas formas de integración y firma de acuerdos son ahora más complejas, y existe mayor participación de países dentro un mismo acuerdo y, en muchos casos, estas economías son heterogéneas en cuanto a sistemas políticos, sociales y económicos. Pero esto no limita la posibilidad de firmar un acuerdo, sólo implica incorporación de más temas y puntos de interés y, con ello formas de integración más a la medida de los países involucrados (Solano & Ubieta, 2019).

Figura 6

Tipología de acuerdos comerciales



Nota. Fuente: Elaboración propia con base en Fiorentino, Verdeja y Toqueboeuf, 2006.

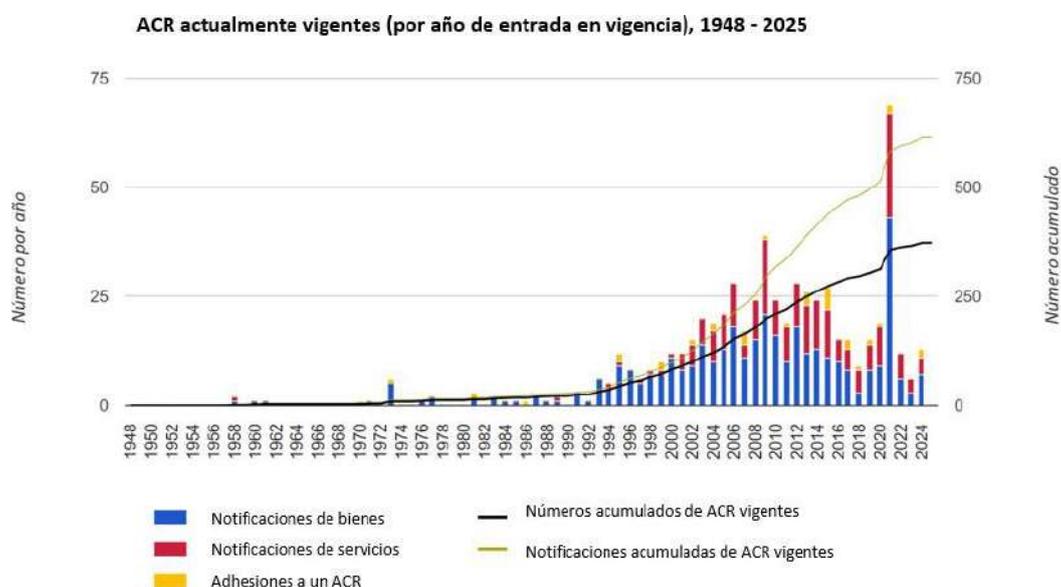
Una primera categoría de acuerdos comerciales es por su clase y se clasifican en cinco. Ver Figura 6.

Otra forma de clasificarlos es según: el alcance, su configuración, su geografía y sus socios.

Pero actualmente los que más se han aplicado son los Acuerdos Comerciales Regionales (ACR) los cuales se basan en el principio de cooperación conjunta, eliminando los obstáculos a los intercambios comerciales entre los países participantes para la mejora del área integrada. Ahí también se incluye acuerdos de libre comercio bilaterales entre países o grupos de países que pueden no estar en la misma región. Estos acuerdos se han extendido tanto que la mayoría de los Miembros de la OMC son actualmente parte de uno o más de ellos, y su alcance, cobertura y número siguen creciendo. Hasta enero del 2025 se registran en forma acumulada 373 ACR vigentes en contrastes con el 2021 donde solo ese año se registró 69 acuerdos, el más alto en la historia.

Figura 7

La evolución de los acuerdos en el mundo hasta el 2024

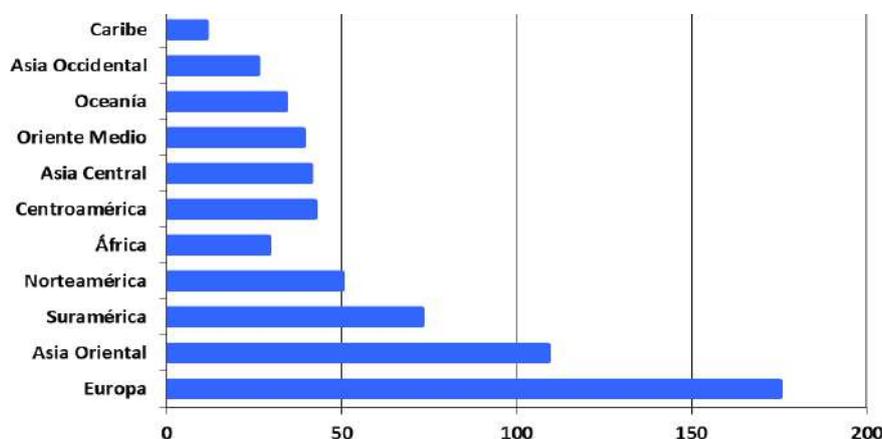


Nota. Fuente: OMC

Las zona o región que más ACR tiene es Europa seguida por el este de Asia y América del Sur. La competencia por tener más socios en el mundo ya no solo es de la Unión Europea ni de Estados Unidos, sino de China, que viene multiplicando sus acuerdos por todo el mundo, en diferentes formas, ya sea bilateral, multilateral o entre bloques, lo que le ha permitido convertirse en el principal actor en el comercio mundial. En menor escala están los países del Caribe y África, que no han aumentado sus en los últimos años.

Figura 8

La distribución de los acuerdos en el mundo



Nota. Fuente: OMC

1.5. Acuerdos comerciales vigentes del Ecuador

En los últimos diez años, la base de la política comercial ecuatoriana se estructura en torno a tres pilares: atraer inversión, generar valor agregado en las exportaciones y aplicar los acuerdos comerciales para el desarrollo. Para ello se requieren de insumos y estrategias que van desde la promoción de las exportaciones, sustitución selectiva de importaciones, productos de mayor valor agregado, a través de la industrialización y apoyo logístico de diversas instituciones como ProEcuador para ampliar y diversificar no solo los mercados sino también los productos.

En estos años el Ecuador ha logrado consolidar y firmar siete nuevos acuerdos comerciales. En el 2016 se logró terminar el acuerdo con los países de la Unión Europea, lo que permitió recuperar un mercado tradicional de los productos no petroleros, además, evitar que los competidores como Colombia y Costa Rica sigan ganando terreno en el negocio bananero y demás productos, porque habían logrado un acuerdo en 2013.

Figura 9

El cronograma de los acuerdos comerciales firmados por Ecuador



Nota. Fuente: *Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca.* Luego se realizaron acuerdos de alcance parcial con Nicaragua y El Salvador.

También se sumó el Acuerdo comercial con Reino Unido y el acuerdo de Asociación con los países que conforman el EFTA (Suecia, Finlandia, Dinamarca y Noruega) en 2018.

Los últimos acuerdos comerciales que entraron en vigor fueron con China en mayo del 2024 y Costa Rica en octubre del 2024, ambos fueron tratados de libre comercio de nueva generación.

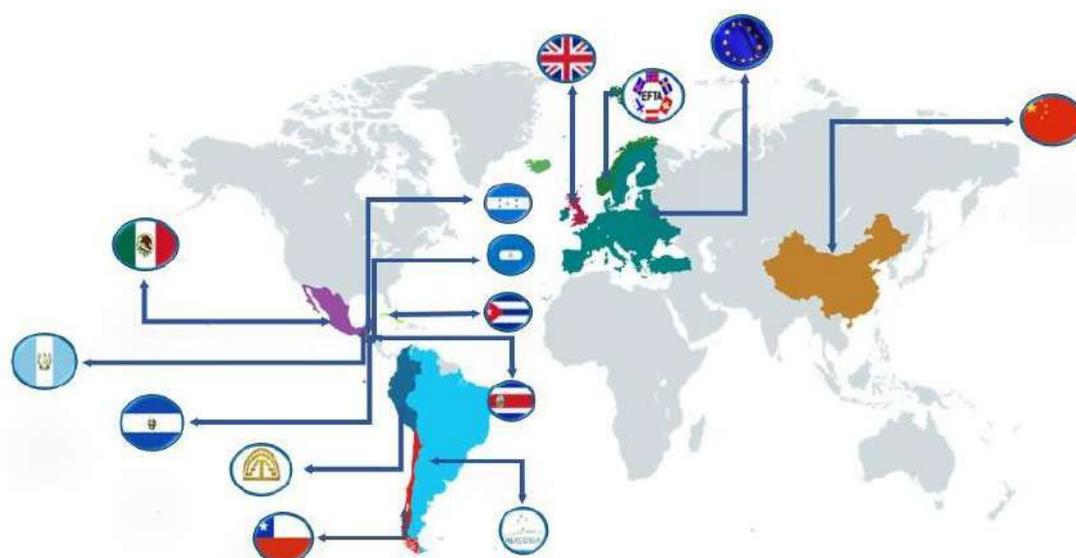
Los Acuerdos de Libre Comercio de nueva generación incluyen estrategias alineadas que garanticen el trato especial y diferenciado a las economías más pequeñas y asimétricas. Esto implica el desarrollo de programas a favor de la protección, conservación y restauración de la naturaleza, así como la cooperación económica y tecnológica a los países. Sin descuidar los acuerdos establecidos en la región como la CAN, y ALADI. Así como reestablecer las relaciones comerciales con Estados Unidos y nuevos acuerdos con Corea del Sur y los países de la Cuenca del Pacífico.

Otras opciones para diversificar las exportaciones o ampliar los mercados son los Acuerdos Comerciales para el Desarrollo (ACD), Acuerdo de Complementación Económica (ACE) y Acuerdo Comercial Multipartes (ACM) que son utilizados para fortalecer las relaciones entre países con diferentes estructuras económicas.

La misma Constitución de la República del Ecuador del 2008 promueve que los acuerdos comerciales que se concreten en el futuro deben tener una complementariedad y trato especial y diferenciado; y que involucre un desarrollo endógeno nacional y respeto a la producción nacional. También que exista una relación entre el comercio, desarrollo y naturaleza; y condena todas las formas de imperialismo, colonialismo y neocolonialismo, así como reconoce el derecho de los pueblos a resistir y liberarse de toda forma de opresión (Constitución de la República, 2008).

Figura 10

El mapa comercial del Ecuador



Nota. Fuente: Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca.

Este marco legal puso frenos a varios Gobierno en los procesos de negociación y solo permitió que entre 2008 y 2024 se concentraran solo ocho acuerdos comerciales y una actualización del ACE 65 a ACE 75 con Chile.

Se dieron casos donde las negociaciones se demoraron hasta siete años, lo que provocó que Ecuador perdiera competitividad y reducción de mercado. Así también se mantienen paralizadas las negociaciones con otros mercados como el de Estados Unidos, uno de los socios más fuertes, solo pueden comercializarse pocos productos, con arancel cero, en especial los que están incluidos en la lista de Nación Más Favorecida (NMF) como el banano, camarón, frutas, flores, petróleo, metales entre otros. El resto debe pagar aranceles de hasta 35% que impide competir con aquellos países atuneros que no pagan aranceles.

Ese es el caso del atún, que hasta el 2009 no pagaba aranceles por las preferencias arancelarias del ATPDEA y era uno de los principales productos que más se demandaba, pero cuando se eliminaron esas preferencias dejó de ser el principal proveedor para dar paso libre a sus competidores que mantienen Tratados de Libre Comercio. Entre el 2008 y 2017, durante el mandato del

expresidente Rafael Correa, la estrategia de su política de comercio exterior para ampliar los nuevos socios comerciales y la oferta exportable fue reestructurar el contenido de los acuerdos comerciales para que se incluyan temas como la cooperación y asistencia técnica, en especial para los países que tienen desventajas en bienes de poco valor agregado (Macas-Acosta, 2016).

La tarea de los próximos gobiernos será fortalecer el mercado sudamericano y aprovechar los mecanismos regionales y subregionales de integración como la CAN, ALADI y Mercosur, que en los últimos años no mantienen tasas de crecimiento del comercio exterior entre sus miembros.

La idea es actualizar y mejorar los ACE con los países que ya lo mantienen, y con los que no existen alianzas empezar a negociar al menos acuerdos que permitan reducir los aranceles, aunque lo mejor es incluir temas de cooperación técnica y redes logísticas sean terrestres, aéreas o marítimas con los países de la zona. Así también, concretar la participación activa del Ecuador como aliado con el Mercosur.

En la lista de pendientes también está Turquía, que puede ser una conexión clave para llegar a otros mercados de la región. También está India y Japón como potenciales socios. En esa línea se suma el Golfo Pérsico, cuyo mercado está integrado por Qatar, Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudita, Kuwait e Irán, donde sus habitantes mantienen ingresos medios y altos, que podrían consumir potencialmente bienes gourmet y de alta calidad, además de beneficiarse de los bienes de alta tecnología que generan y que pueden contribuir a los procesos de industrialización de las empresas ecuatorianas.

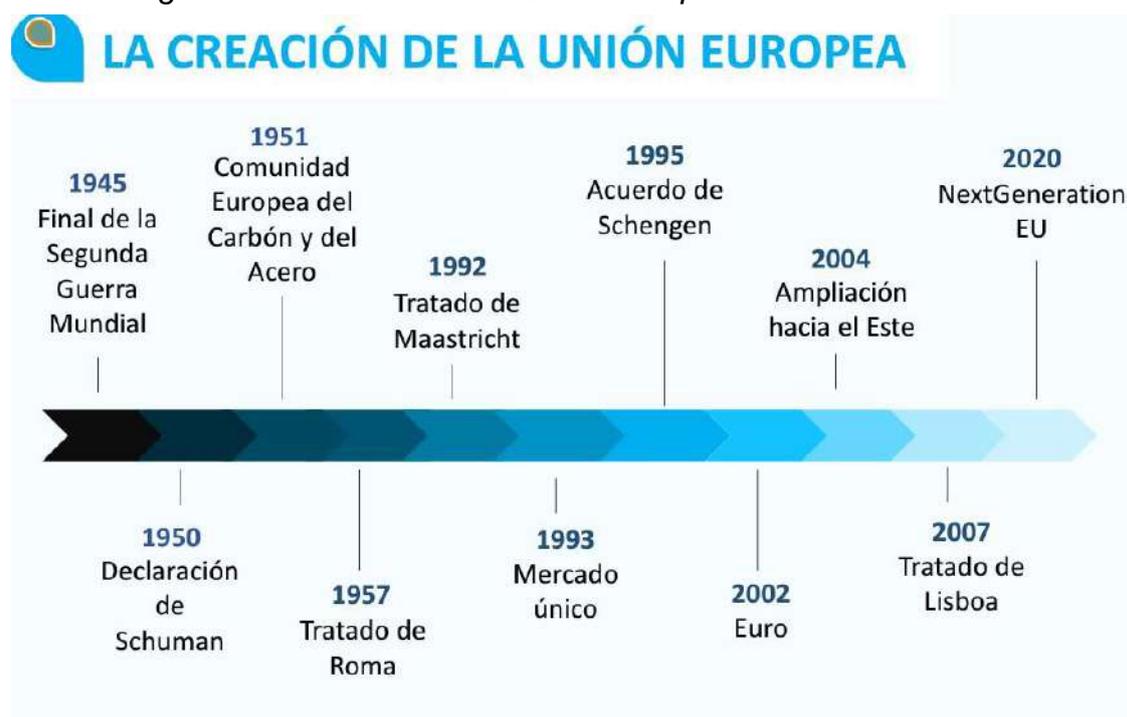
Capítulo 2: Los acuerdos comerciales entre América Latina y la Unión Europea

2.1. Introducción

Luego de la Segunda Guerra Mundial, en mayo de 1945, los líderes de los países europeos iniciaron un proceso de construcción de lo que hoy se conoce como la Unión Europea. Al concluir la década de 1940, Europa del Oeste revivió el viejo regionalismo, pero con un enfoque que promovía el comercio intraindustrial y la sustitución de importaciones (Baquero-Herrera, 2005). Este modelo de integración fue emulado por los países del sur de América, pero con resultados bastante distintos al caso europeo (Söderbaum, 2003).

Figura 11

La cronología de la formación de la Unión Europea



Nota. Fuente: La información fue tomada de europa.eu

El primer paso de los europeos fue fundar en 1951 la Comunidad Europea del Carbón y del Acero y en 1957 se firmó el tratado de Roma que estableció la Comunidad Económica Europea (CEE) (European, 2025).

Pero eso no impidió que continuara el comercio exterior. El movimiento internacional de mercancías, entre América Latina y la Unión Europea (UE), tiene

registro desde 1948, pero se basaron en relaciones de intercambio basadas en la oferta y demanda del mercado.

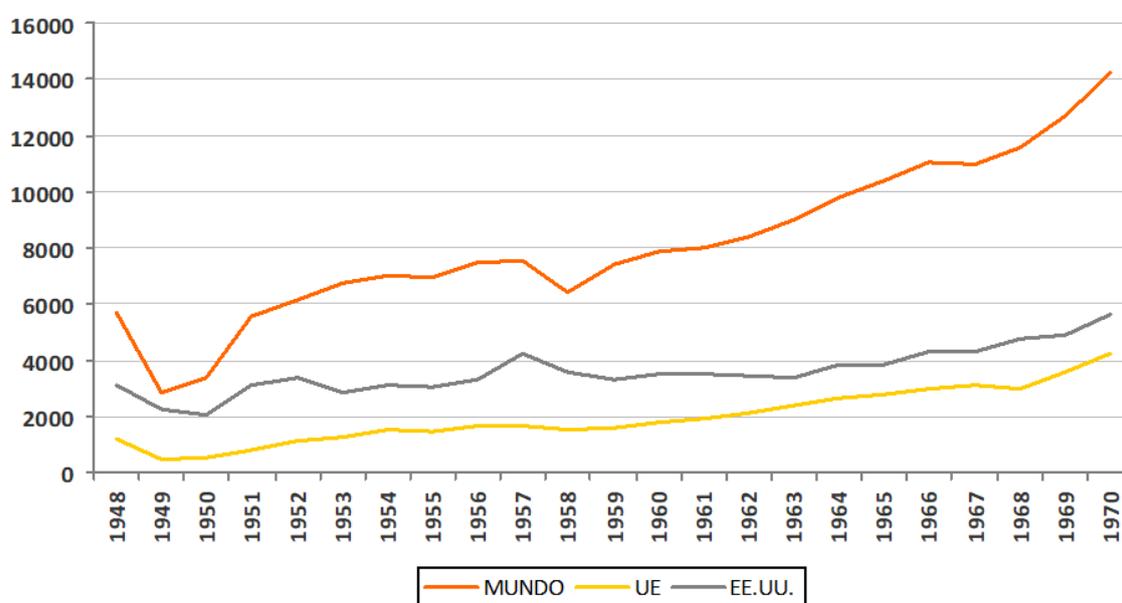
Según la base de datos económicos y financieros del Fondo Monetario Internacional (FMI), en 1948 solo 20 países de América Latina exportaron 5.690 millones de dólares y el 12,6% se dirigió a los países que formaban Europa (IMF, 2025). El primer socio de los latinoamericanos fue Estados Unidos que concentró el 55,1% de los productos.

Figura 12

El comportamiento del comercio exterior entre 1948 y 1970

El destino de las exportaciones de América Latina

En millones de dólares



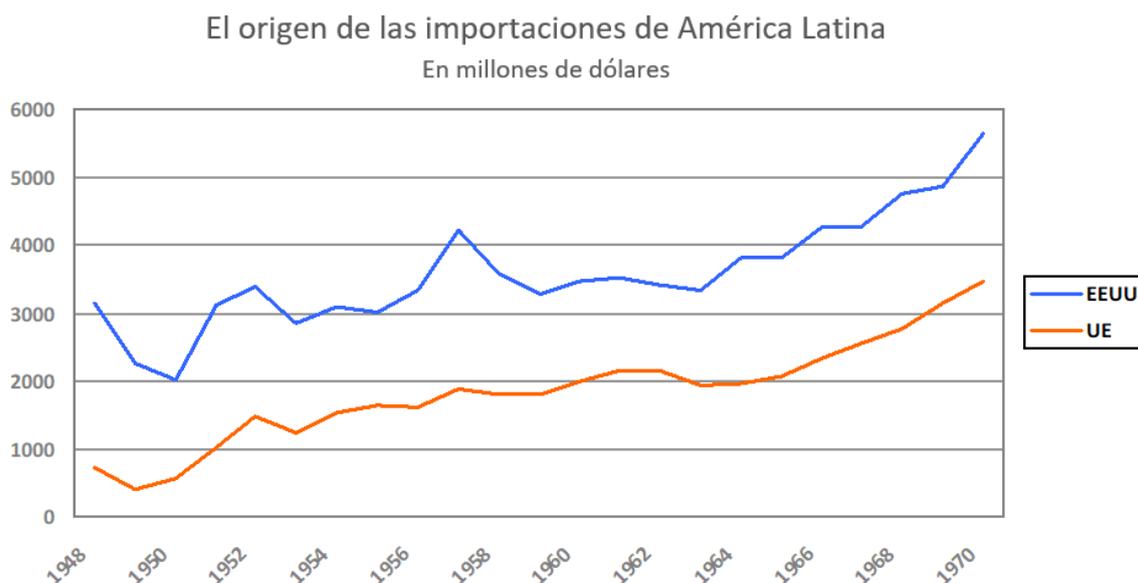
Nota. Fuente: FMI

En esa época los europeos diseñaron esquemas selectivos con otras regiones, y América Latina atrajo un bajo interés comercial hasta la década de ochenta (González & Maesso, 2000). La primera etapa del acercamiento se originó cuando los europeos intervinieron en el proceso de centroamericano a través de un proyecto de política denominada Cooperación Política Europea (CPE) (González, 2020).

Los europeos más bien estaban interesados en la región, pero por los países del Caribe, ya que había una vinculación con los procesos de descolonización de algunos de sus Estados Miembros como Francia, Reino Unido y Países Bajos (Ruano, 2018).

Figura 13

Los principales proveedores de bienes entre 1948 - 1970



Nota. Fuente: FMI

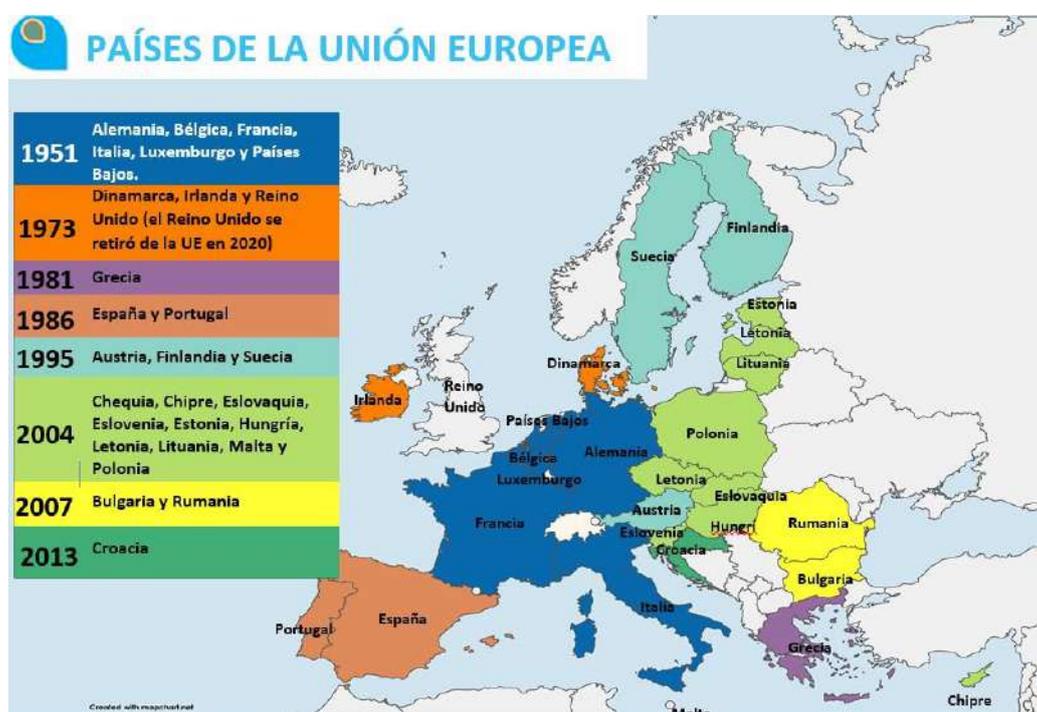
En cambio, los latinoamericanos siguieron con sus ventas en Europa y en 1960 ya sumaron 1.608 millones de dólares que representaban el 17,7% del total de sus ventas al mundo, según las estadísticas del FMI. Solo Argentina, Brasil, Venezuela, Perú y Colombia representaban el 81,5% de las exportaciones de América Latina.

Mientras que los europeos, en ese mismo año, vendieron al mercado de América Latina 1.894 millones de dólares casi tres veces más que 1948. Los países latinos que más compraban fueron Brasil (494 millones), Argentina (420 millones), Venezuela (318 millones) y México con 167 millones, entre los 4 países representaron el 73,7% del total de las compras a los europeos en ese periodo.

Durante los años 50 y 60, los países latinos, también registraban conflictos políticos diferentes y analizaban estrategias de desarrollo basadas en la sustitución de importaciones, que limitaban las relaciones económicas con los países desarrollados. La heterogeneidad de los diferentes países latinos constituyó una barrera adicional para establecer un marco global en la región (Ruano, 2018).

Figura 14

Las etapas de la conformación de la Unión Europea



Nota. Fuente: La información fue tomada de europa.eu

Sin duda, la cooperación al desarrollo fue la principal estrategia que usaron los países de la comunidad europea para generar y reforzar vínculos comerciales con terceros países, ya sean del mismo continente o de otras zonas geográficas. Se trata de los acuerdos de cooperación que la Comunidad Europea empieza a firmar con Brasil (1973) y México (1975) que se limitan a la cooperación comercial y económica.

Esto dio origen a la primera generación de acuerdos comerciales bajo la figura de las preferencias que se otorgaron a terceros países, en especial del área mediterránea, y luego se dio origen al Sistema General de Preferencias (SGP).

La Comunidad Europea (CE) aplicó las preferencias arancelarias en 1975, cuando estableció un marco especial para organizar sus relaciones con los Estados y territorios caribeños no hispanoparlantes, agrupándolos en el grupo ACP (África, el Caribe y el Pacífico). Este marco, conocido hoy como Acuerdo de Cotonú (sus antecesores fueron los Acuerdos de Yaundé y Lomé), incluía un componente comercial que daba acceso preferencial al Mercado Común Europeo a las exportaciones de estos países (Ruano, 2018).

Esos acuerdos surgieron bajo la idea de que el comercio resultaría un motor de desarrollo. Así se fueron construyendo acuerdos que tenían un carácter asimétrico y unilateral, en los que la Comunidad Económica Europea otorgaba preferencias comerciales reflejadas en reducciones arancelarias para un número variable de productos de exportación de los países en desarrollo.

2.2. La primera guerra comercial

Con el pasar de los años el SGP europeo afectó a los países de América Latina al someter sus productos a un régimen de preferencias arancelarias menos favorable en comparación con los países del grupo ACP (África, el Caribe y el Pacífico). Esto empezó al inicio de la década de los noventa cuando empiezan a discriminar los productos latinoamericanos, ya que no gozaban del mismo acceso preferencial al Mercado Común Europeo que los países ACP. El más afectado fue el banano de Latinoamérica y dio origen al primer conflicto comercial con la denominada guerra del banano.

La fruta latinoamericana, de mejor calidad, menor precio y libre de aranceles, empezó a competir con fuerza y éxito en Alemania frente a los plátanos comunitarios y ACP, cuyos costes de producción eran más altos. Se trataba de pequeñas explotaciones que utilizan métodos tradicionales que demandan altos costos de producción y que se sostenían por los tratos preferenciales y mecanismos de protección por parte de diversos países europeos (Fonseca, 2004). Y como todos los países ACP eran protegidos bajo los acuerdos

poscoloniales de Lomé se debían aplicar medidas proteccionistas ya que eran sensibles a la competencia (Maingot del Barco, 1991).

Hasta 1992, uno de los principales proveedores en la Unión Europea (antes Comunidad Económica) era Ecuador, especialmente en Alemania, Italia y Portugal. Luego seguía Colombia, Panamá y Costa Rica dentro de los países de América Latina que en ese año colocaron el 47,2% de la fruta (1,9 millones de toneladas) en 7 países europeos. La diferencia fue ofertada por la producción comunitaria de la isla canarias y de las ex colonias de África, el Caribe y el pacífico (ACP) para completar la demanda europea ubicada en 4,04 millones de toneladas (Sanahuja, 1999).

Eso afectaba a los intereses de los productores de las ex colonias europeas. La presión logró que la UE permita a cada uno de los 12 países comunitarios establecer un contingente sin aranceles para el ingreso de la fruta de sus ex colonias (69 países), que sumó 857.700 toneladas. En cambio, para la fruta proveniente de Latinoamérica se fijó una cuota de 2 millones de toneladas, con un arancel de 75 euros por tonelada, y si se pasaba la cuota, cancelaba un impuesto de 822 euros por tonelada (Devereaux, Lawrence, & Watkins, 2006). Esto provocó un rechazo de los representantes de la industria estadounidense y latinoamericana ya que las regulaciones fueron consideradas como altamente discriminatorias e injustas (Sandí, 2007).

La medida empezó a regir en 1993 pero inmediatamente se presentaron reclamos como el de Alemania ante el Tribunal de Justicia de la Unión Europea y la de los países de la UPEB (Colombia, Costa Rica, Guatemala, Nicaragua y Venezuela) ante el GATT. Pero la Unión Europea logró convencer a los países de la UPEB para firmar un Acuerdo Marco para el Banano para que reciban mejores tratamientos y condiciones en 1995. Entre ellas estaba fijar una cuota de 23,4 % para Costa Rica, 21%(Colombia), 3% (Nicaragua) y 2% para Venezuela. Es decir, recibirían casi la mitad del mercado de terceros países y, los países latinoamericanos no incluidos en el marco (Ecuador, Guatemala, Honduras y México) perderían el 27 por ciento de su acceso al mercado de la UE (Devereaux, Lawrence, & Watkins, 2006).

Esa discriminación de cuotas fue el detonante para que Estados Unidos interviniera en el conflicto y defendiera los intereses de Chiquita y Dole, por lo que se inicia la guerra del banano (Fonseca, 2004). Hasta los representantes de los partidos políticos estadounidense intervinieron en el cabildeo para que el gobierno lidere la ofensiva para revocar esas medidas proteccionistas que violan las normas comerciales globales del GATT y luego en la OMC.

Tabla 3*Exportaciones ACP a la UE y subvención por país*

	Medidas de las exportaciones ACP a la UE 2009-2012 (toneladas)	%	MAB-Subvención indicativa por país (millones de euros)	%
Camerún	230 695	23%	49,2	26 %
Costa de Marfil	231 133	23%	44,75	24%
Belice	83 076	8%	22,80	12%
Santa Lucía	13 819	1 %	10,35	5%
Jamaica	0	0%	4,73	3%
Dominica	3 353	0%	15,27	8%
San Vicente	1 842	0%	9,93%	5%
Surinam	72 158	7%	9,30	5%
Rep. Dominicana	308 354	31%	16,34	9%
Ghana	50 068	5 %	7,4	4%
Total	994 862	100%	189	100%

Nota. Datos tomados del informe UNCTAD INFOCOMM

El 3 de marzo de 1999, Estados Unidos empezó con sus retaliaciones comerciales fijando alto aranceles a los productos importados de la Unión Europea. El mismo que causó efecto y obligó a los europeos en noviembre del mismo año a renegociar las preferencias arancelarias y aplicar un nuevo régimen comercial que satisfaga a la OMC y a las ex colonias ACP (Spiegel, 2000). En la lista de los países productores protegidos están Francia, España, Portugal y Grecia. Estos últimos teniendo zonas de producción en Martinica y Guadalupe (Francia), las Islas Canarias (España), Madeira (Portugal) y Creta y Laconia (Grecia).

Los europeos aplican medidas de acompañamiento en el sector del banano (MAB) a diez países ACP (Camerún, Costa de Marfil, Belice, Santa Lucía, Jamaica, Dominica, San Vicente, Surinam, República Dominicana y Ghana) con fondos de 190 millones de euros para mejorar la competitividad, las condiciones laborales de los obreros de las plantaciones, así como los impactos en el medio

ambiente (EP, 2010). Las acciones son muy diversas y están relacionadas con el crédito, la vivienda, la competitividad, la formación, la aparición de nuevos productores, la recuperación del sector, etc.

Es así que luego de varios años de juicios, la UE tuvo que modificar su régimen de importación. En seguida, los europeos aplicaron otra política de importación para 1999 basada en aranceles y cuotas sobre los datos históricos de 1994 y 1995. A Ecuador le correspondió el 26,17%, Costa Rica (25,61%), Colombia (23,03%) y Panamá (15,76%) (Comercio, 2009). Esa medida estuvo acompañada luego de licencias, que se concentraban en las exportadoras Chiquita, Dole, Noboa, Fyffes, Del Monte y Excelban pero no prosperó.

Luego propuso un sistema europeo de importación de banano denominado "de orden cronológico de recepción de solicitudes", más conocido como el de "primer llegado, primer servido" pero fue criticado inmediatamente por los principales países latinoamericanos porque seguían las ilegalidades, y no avanzó (Tiempo, 2001). A inicio del 2001 se vuelve a llegar a un acuerdo entre la UE y los países latinoamericanos para dejar el régimen de cuotas con tasa arancelaria a un sistema sin cuotas y con único arancel antes de enero del 2006 de 230 euros, pero luego de debates y consultas se lo fijó en 176 euros (El Universo, 2012). Es decir, se pasó a ser únicamente arancelario, sin restricción cuantitativa para el banano dólar, y de acceso ilimitado para los proveedores ACP.

En 2009 se llegó a un acuerdo entre la UE y diez países latinoamericanos para reducir los aranceles hasta 114 euros por tonelada en el 2017, y cuando se firme el acuerdo caerá de 176 euros actuales a 148 euros (BBC, 2009). Según Eduardo Ledesma, director de la Asociación de Exportadores Bananeros de Ecuador (AEBE), estos regímenes causaron una pérdida de 20 millones de cajas y con la solución se espera recuperar el espacio perdido ante las excolonias ACP (África, Caribe y Pacífico) de la Unión Europea, en base de competencia y calidad (La Nación, 2009).

En esta guerra comercial, Ecuador ganó nueve veces a la UE, pero no tuvo los medios para forzar a cumplir las resoluciones de la OMC, pero la intervención de EE. UU. fue clave para doblegar los intereses de los europeos y defender a sus multinacionales que eran afectadas directamente (Vásquez, 2010). Es que, por ese litigio, las empresas norteamericanas registraron pérdidas, en especial United Brands con su marca Chiquita, lo que animó al gobierno estadounidense a perseguir el caso ante la OMC (Wiley, 1997).

Tabla 4

Reducción arancelaria de la UE en el marco de los acuerdos bananeros

Euro/ton	NMF	ACP	Centroamérica y países Andinos*	Ecuador
2010	148	0	148	148
2011	143	0	143	143
2012	136	0	136	136
2013	132	0	124	132
2014	132	0	117	132
2015	132	0	110	132
2016	127	0	103	127
2017	122	0	96	97
2018	117	0	89	90
2019	114	0	82	83
2020	114	0	75	76
2021	114	0	75	76
2022	114	0	75	76

* Excepto Ecuador

Nota. Datos tomados de la revista Banana Market Review

Para Maingot del Barco, la guerra del banano se trató de batallas entre compañías; entre países productores y compañías y, peleas entre países, relacionados con problemas financieros, la popularidad de la fruta, la cancelación en 1992, de los privilegios del acuerdo de Lomé y los nuevos mercados para Europa oriental (Maingot del Barco, 1991).

Y las críticas de la política comercial europea también llegaron de organismos internacionales como el Banco Mundial. Un informe reveló que la aplicación del régimen europeo costaba a los consumidores de la UE cerca de 2.300 millones de dólares por año y que los ingresos de las cuotas aplicadas a los latinoamericanos no llegaban a los productores de banano de las ex colonias,

sino hacia las empresas europeas que comercializaban la fruta de los ACP (Borrell, 1994).

2.3. La estrategia europea para conquistar América Latina

Mientras los conflictos bananeros empezaron en la década de los noventa, la UE empezó a buscar aliados en Latinoamérica. Más cuando se establecieron varios bloques económicos y comerciales como el Mercosur en 1991, el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en 1994, la reactivación del Mercado Común Centroamericano (MCCA) y la Comunidad Andina de Naciones (CAN), el cual se comparaba con el modelo de regionalismo europeo ya que incluía Unión Aduanera, Instituciones comunes y libre comercio entre socios.

El proceso se inició con los diálogos políticos entre la Comunidad Europea (CE) y América Latina y el Caribe, en 1984, que se trató de un diálogo birregional. Esto permitió la primera reunión entre la UE-Grupo del Río en 1990, donde se definieron los tres pilares claves que se articularían en el diálogo político, la cooperación y el comercio. También se dieron reuniones independientes, subregionales y bilaterales con la CAN, Mercosur, Chile, México, Brasil, Cuba y Centroamérica que se programaron hasta el 2013.

En resumen, la Unión Europea mostró interés en promover acuerdos de integración regional que apuntalen a la legitimidad de su modelo, por lo que aportó con expertos y fondos a todos esos proyectos con la excepción del TLCAN.

Tabla 5

Esquemas y mecanismo de diálogo Unión Europea – América Latina

Diferenciación por regiones	Clasificación por tipo de actores
Birregional: UE – ALC - Reuniones UE-Grupo de Río - Cumbres de presidentes y jefes de Estado y de gobierno UE-ALC: - Cumbre de Río (1999) - Cumbre de Madrid (2002) - Cumbre de Guadalajara (2004) - Cumbre de Viena (2006)	Diálogos de alto nivel: - Cumbres de presidentes y jefes de gobierno - Diálogos sectoriales - Reuniones de ministros

Diferenciación por regiones	Clasificación por tipo de actores
<ul style="list-style-type: none"> - Cumbre de Lima (2008) - Cumbre de Madrid (2010) - Cumbres UE-CELAC - Cumbre de Santiago de Chile (2013) - Cumbre de Bruselas (2015) - Cumbre de El Salvador (2017) 	
<p>UE-subregiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - UE-Mercosur (según Acuerdo marco interregional de 1995) - UE-CAN (en el marco de Acuerdo de Cooperación y Diálogo Político, firmado en diciembre de 2003) - UE-América Central 	<p>Diálogos a nivel parlamentario:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conferencias interparlamentarias UE-AL. - Conferencias interparlamentarias UE-América Central - Conferencias interparlamentarias UE-CAN - Conferencias interparlamentarias UE-México - Conferencias interparlamentarias UE-Chile - Conferencias interparlamentarias UE-MERCOSUR
<p>UE-países:</p> <ul style="list-style-type: none"> - UE-Chile (en el marco del Acuerdo de Asociación, AA, vigente, suscrito en 2000) - UE-México (en el marco del Acuerdo de Asociación (AA) vigente, suscrito en 2002) - UE-Brasil (a partir de 2007) - UE-Cuba (a partir del Acuerdo de Diálogo Político y de Cooperación (ADPC) de 12 de diciembre de 2016) 	<p>Diálogos con la sociedad civil (sc):</p> <ul style="list-style-type: none"> - I y II Conferencia UE-Mercosur y UE-Chile (2000 y 2002) - I y II Foro de Diálogo UE-México (2002 y 2005) - I Foro de Diálogo con la SC UE-CAN (2005) - I Foro de Diálogo SC UE-América Central sobre la integración regional (2004) - Consultas a la SC en las Delegaciones en AL sobre los borradores de las Notas de Concepto País 2007-2013.

Nota. Fuente: Tomado de la investigación de Cecilia Alemany, 2016

En definitiva, la UE negoció con América Latina y el Caribe, pero por países o regiones como lo hizo con México, Chile, Mercosur, CAN, América Central, y el Caribe como parte de África- Caribe-Pacífico. Esta fragmentación contribuyó a profundizar las divisiones en el continente, ya que cada uno recibe ofertas diferenciadas, aunque el discurso de la UE es la integración (Alemany, 2007). Así mismo, se identificaron las citas con los códigos asignados, revisando su densidad, es decir, la veces que se repiten:

Tabla 6*Acuerdos comerciales entre la UE y América Latina*

País/región	Nombre del Acuerdo	Fecha de firma	Acuerdo/diálogo político relacionado
México	Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación	2000	Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación
Chile	Acuerdo de Asociación	2002	Acuerdo de Asociación, sustituyendo el anterior Acuerdo Marco de Cooperación
CARIFORUM	Acuerdo de la Asociación Económica	2008	Acuerdo de Cotonou
Centroamérica	Acuerdo de Asociación	2012	Acuerdo de Asociación, sustituyendo el anterior Acuerdo de Diálogo político y Cooperación
Perú/Colombia	Acuerdo Comercial	2012	Declaración de Diálogo Político de 1996, sustituida por el Acuerdo de Diálogo Político y Cooperación
Cuba	Acuerdo	2016	Acuerdo de Diálogo Político y Cooperación
Ecuador	Acuerdo Comercial	2016	Acuerdo Comercial Multipartes
Mercosur	Acuerdo Comercial	2019	En fase de tramitación en el Parlamento Europeo y los Parlamentos de Mercosur

Nota. Fuente: Elaboración propia con datos de la Universidad Internacional de Valencia y Cepal.

El esfuerzo europeo por consolidarse en América Latina, que se reforzó a fines de los años noventa, fue frenado por Estados Unidos que también abrió su abanico con las negociaciones de un Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA), en América Central, y los acuerdos de libre comercio con México (TLCAN) y Chile.

El objetivo de la UE era consolidar los Tratados de Libre Comercio (TLC) pero solo pudo conseguir acercamientos y negociaciones, en el 2003, para firmar Acuerdos de Asociación con Centroamérica y la CAN, que finalmente se

concretaron luego de 10 años de conversaciones. Solo los diálogos con México y Chile se concretaron en acuerdos, y con Brasil en una asociación estratégica en el 2007.

El comportamiento del comercio exterior entre América Latina y los países de la Unión Europea se ha intensificado en los últimos 24 años. Ahora ambos mercados son representativos en el negocio internacional. Las exportaciones mundiales llegaron en el 2023 a ubicarse en más de 23,5 billones de dólares cuando en el 2000 fue de más de 6,5 billones. Solo América Latina representa el 5,3% de las exportaciones mundiales.

El esfuerzo europeo por consolidarse en América Latina, que se reforzó a fines de los años noventa, fue frenado por Estados Unidos que también abrió su abanico con las negociaciones de un Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA), en América Central, y los acuerdos de libre comercio con México (TLCAN) y Chile.

El objetivo de la UE era consolidar los Tratados de Libre Comercio (TLC) pero solo pudo conseguir acercamientos y negociaciones, en el 2003, para firmar Acuerdos de Asociación con Centroamérica y la CAN, que finalmente se concretaron luego de 10 años de conversaciones. Solo los diálogos con México y Chile se concretaron en acuerdos, y con Brasil en una asociación estratégica en el 2007.

El comportamiento del comercio exterior entre América Latina y los países de la Unión Europea se ha intensificado en los últimos 24 años. Ahora ambos mercados son representativos en el negocio internacional. Las exportaciones mundiales llegaron en el 2023 a ubicarse en más de 23,5 billones de dólares cuando en el 2000 fue de más de 6,5 billones. Solo América Latina representa el 5,3% de las exportaciones mundiales.

Y si revisamos el mercado solamente entre América Latina y la UE las cifras son más contundentes. Es así que las exportaciones a la UE pasaron de 33,9 mil millones a 115,1 mil millones, en el mismo periodo, lo que significa un incremento del 239,5%. Los principales proveedores de Latinoamérica son 6 países que

suman el 85,5% de las ventas a esos mercados. En la lista están Brasil, México, Chile, Colombia, Argentina y Perú.

Mientras que los europeos incrementaron sus ventas a los países latinoamericanos pasando de 46,2 mil millones a 175,2 mil millones de dólares en el mismo periodo, lo que implicó un aumento del 279,2%. Solo seis países adquirieron el 90% de los productos en el 2023 cuando en el 2000 se ubicó en el 91%. Entre los países que más importaron fueron México, Brasil, Chile, Argentina, Colombia y Perú.

En esa nómina están países que mantienen acuerdos con la UE y otros que están en proceso o no tienen ninguna relación comercial. A pesar de esa situación, el comercio fluyó para unos con mayor intensidad y otros con velocidad moderada teniendo comportamientos diferentes entre las exportaciones e importaciones. Las ventas latinoamericanas crecieron a un dígito mientras que las compras de bienes europeos a dos dígitos, dada la especialidad de cada región.

Pero la historia es diferente si se lo analiza con el mercado estadounidense donde varios países tienen acuerdos comerciales y otros ningún tratado o mínimo se acogen a las preferencias de Nación Más Favorecida.

¿Quiénes se beneficiaron? ¿Quiénes se perjudicaron? Son las preguntas que se formulan con la aplicación de los acuerdos o tratados comerciales.

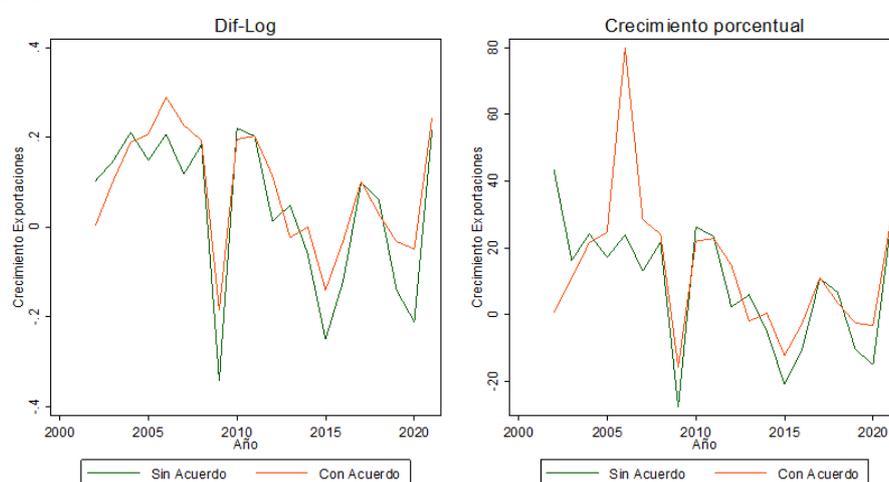
Como primer elemento de análisis, la figura 15 muestra una comparación de la evolución del promedio del crecimiento total de las exportaciones de los países que forman parte de la muestra, separando el grupo que, en cada año, cuentan con un acuerdo firmado con la Unión Europea. En el lado izquierdo, se muestra la medida tomada como diferencia del logaritmo natural de las exportaciones, mientras que, en el lado derecho, se muestra el promedio de la tasa de crecimiento porcentual. En términos generales, se observa que los países con acuerdos comerciales tienen mayores niveles de crecimiento de sus exportaciones. No obstante, no se observan diferencias tan marcadas, únicamente se resalta la diferencia observada entre 2005 y 2007.

Si bien la firma de los acuerdos comerciales con la zona europea puede aumentar el valor nominal de las exportaciones con los países europeos, esto no necesariamente significa que las exportaciones totales mantengan un aumento significativo. Por eso es necesario evaluar el impacto de los acuerdos, además, el efecto de las firmas comerciales con Europa y las exportaciones hacia otros socios comerciales, en específico, hacia estados unidos y hacia el resto del mundo.

Por otro lado, en la figura 16, se presenta un análisis individual para cuatro países: Chile, Perú, Colombia, Costa Rica El Salvador y Ecuador. En este caso, se presenta la evolución del crecimiento de las exportaciones totales para cada uno de ellos, medido como la diferencia del logaritmo natural de dichas exportaciones. Adicionalmente, en cada caso, la figura incluye una línea vertical que muestra el periodo en donde se firmó y se puso en marcha el acuerdo con la Unión Europea.

Figura 15

Comportamiento de las exportaciones de América Latina con y sin acuerdos comerciales



Nota. Fuente: Centro de Comercio Internacional

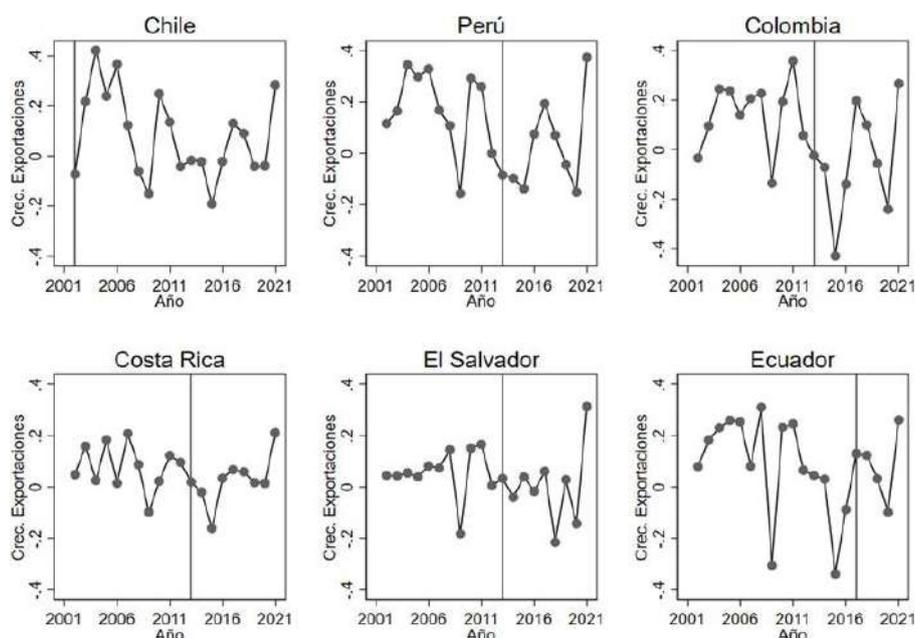
Para el caso de Chile, los datos muestran solo información posterior a la firma del acuerdo, en donde se observa, inicialmente una tendencia decreciente de esta tasa, sin embargo, a partir de 2015, esta tendencia se vuelve creciente. Para el resto de los 5 países, la dinámica de la tasa de crecimiento de las

exportaciones es diferente entre ellos, dándose esta recuperación aproximadamente en este mismo periodo solo Perú, Colombia y Costa Rica.

En cambio, Ecuador y El Salvador tienen diferentes tendencias. En este sentido, es importante resaltar que el cambio de tendencia en el crecimiento de las exportaciones, para estos países, no parecen ajustarse a los periodos en los que se firmaron los acuerdos y parece responder a un elemento externo que, según sugieren los datos, afectaron de manera general a los países de la región. Colombia, Perú, Costa Rica y El Salvador empezaron en el mismo tiempo el acuerdo.

Figura 16

La evolución de las exportaciones de seis países a la Unión Europea



Nota. Fuente: Centro de Comercio Internacional

Ecuador lo firmó recién en el 2017 y se entró en vigencia en el 2018. En otras palabras, tanto a nivel general (promedios de crecimiento entre grupos de países), así como de manera individual, a priori, los datos no evidencian un efecto significativo en el crecimiento de las exportaciones totales para los países que firman este tipo de acuerdos.

En el 2021 las exportaciones del mundo se ubicaron en 22 billones 138.761 millones de dólares de los cuales el mercado de la Unión Europea (UE)

representó el 31,3%, China con el 15%, Estados Unidos el 8% y América Latina con el 5,4%.

El comportamiento de las exportaciones totales de la región al mercado de la Unión Europea (UE) marca una diferencia en promedio entre los países que mantienen acuerdos comerciales con los que no lo tiene. La diferencia en el periodo de análisis es de casi 8 mil millones de dólares en promedio.

Eso implica que la firma del acuerdo contribuyó al aumento de las exportaciones totales de la región a los que mantienen alianzas con los europeos. Pero para medir el impacto muchas investigaciones usan modelos que evalúen la medición del efecto. Para eso se usan variables del crecimiento económico, tendencia, acuerdos y la iteración de tendencia con acuerdo, donde los resultados señalan que la firma de un acuerdo tiene una influencia significativa en las exportaciones, pero su coeficiente de determinación o r^2 es bajo.

Estos modelos no tienen controles por lo que es necesario realizarlo para confirmar si se mantiene significativa la variable acuerdo y si aumenta su poder de explicación.

Por ejemplo, estudios que incluyen variables de control como el tiempo, revelan que por mantener un acuerdo el impacto en el crecimiento de las exportaciones totales es del 61%, pero señalan que no son sostenibles en el tiempo pues cada vez que pasan los años, disminuye lentamente esos beneficios. Eso indica que hay otras variables, por ejemplo, el crecimiento económico que también impulsan e influyen en el crecimiento de las exportaciones.

2.4. Los efectos del acuerdo comercial con la UE

Si bien las exportaciones totales han mostrado una tendencia creciente, es necesario determinar si esta se debe a la existencia de acuerdos con el mercado europeo. Para eso se replicó nuevamente un modelo, aunque en este caso se utilizó como variable dependiente el logaritmo de las exportaciones a la UE. La primera visualización de la figura 16 muestra que no hay un efecto importante en las exportaciones a ese mercado por la firma comercial.

Hay periodos donde los que más venden son los que no tienen una relación o tratados comerciales como Argentina, Brasil, Bolivia, Jamaica, Paraguay, República Dominicana y Uruguay. En los últimos cinco años del análisis se puede recién ver una superioridad de los países que mantiene un acuerdo con los europeos como Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá y Perú.

En el 2023, las exportaciones de los países de América Latina se ubicaron en un billón 348 mil 975 millones de dólares, de los cuales solo el 8,5% tuvo como destino la UE; mientras que en el 2014 el porcentaje fue del 10,1%. Y en ambos periodos los países que más vende son Brasil (que no tiene acuerdo) y México (con acuerdo), y que solo en el 2023 colocaron el 40,2% y 20,6% de sus ventas en el mercado europeo.

Por ello, resulta fundamental analizar mediante modelos, si el acuerdo que mantienen ciertos países de Latinoamérica generan un impacto en el destino de las exportaciones a ese mercado tradicional o no.

En el análisis del mercado europeo se revela que los países con acuerdos experimentaron un incremento en las ventas del 340% en comparación con aquellos que no los poseen, aunque desde la firma del acuerdo, dichas ventas han disminuido a una tasa anual del 15%.

Eso quiere decir que el tratado no ha sido sostenible en el tiempo. A eso se suma que las variables utilizadas en el modelo solo explican el 18% del impacto a las exportaciones que se direccionan a la UE (Larrea- Paredes y otros, 2023).

Si se analiza el registro de las exportaciones de ciertos países al mercado europeo desde el momento que se concreta la negociación, Los efectos no son inmediatos; las exportaciones tienden a aumentar gradualmente, aunque posteriormente se desaceleran. Por ejemplo, Colombia, que firmó el acuerdo en 2013, exportó en 2014 un total de 8.263 millones de dólares, sin embargo, en el 2016 bajó a 3.538 millones y en el 2023 se ubicó en 7.041 millones, según las estadísticas del FMI. Esa historia se repite en Ecuador implementó el acuerdo en 2018 con exportaciones por 3.109 millones, pero estas descendieron a 2.943 millones en 2019. En el 2023, Ecuador ya bordeó sus ventas a 4.272 millones,

la cifra más alta en su historia comercial. Es decir que entre el 2018 y 2021 las ventas solo crecieron el 37,4%.

Si se revisa el comportamiento de las ventas de aquellos países que no tienen acuerdos, se puede resumir que varios de ellos han duplicado sus ventas como el caso de Brasil que pasó de 14.454 millones de dólares en el 2001 a 46.326 millones en el 2023.

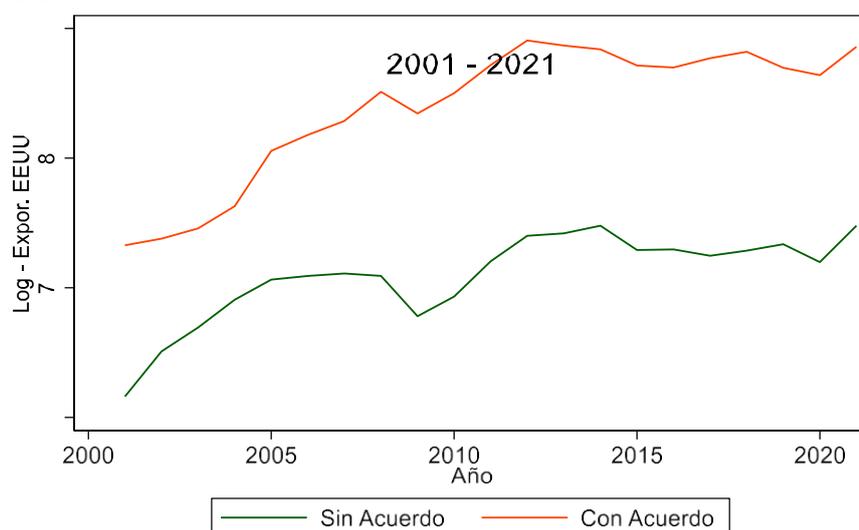
En el mismo caso está Argentina y Bolivia que entre 2001 y 2023 aumentaron sus ventas a la UE en el 55,5% y 847%, respectivamente, según FMI.

2.5. Los efectos comerciales con Estados Unidos

La mayoría de los países de América Latina tienen como principal socio comercial a Estados Unidos, aunque algunos no hayan firmado Tratados de libre Comercio que faciliten la reducción de aranceles en ese mercado. Curiosamente, los países con acuerdos con la UE parecen beneficiarse indirectamente del crecimiento de sus exportaciones al mercado estadounidense.

Figura 17

Diferencia de las exportaciones de los países que tienen acuerdo comercial con EE. UU.



Nota. Fuente: Centro de Comercio Internacional

La figura 17 evidencia una brecha considerable a favor de los países que mantienen acuerdos con la Unión Europea. Es decir, aunque estos países no experimentan un crecimiento notable en sus exportaciones hacia Europa, sí

muestran un incremento marcado y sostenido en sus ventas a Estados Unidos (Larrea-Paredes y otros, 2023).

Y para medir el impacto de esos acuerdos con la UE en el mercado estadounidense, varias investigaciones, utilizaron como variable dependiente las exportaciones hacia Estados Unidos.

Larrea señala que las exportaciones hacia Estados Unidos de los países con acuerdos comerciales con la UE crecen un 48,5% más en comparación con los que no tienen alianzas europeas, aunque dichos efectos tienden a disminuir gradualmente con el tiempo (Larrea-Paredes y otros, 2023).

Existen países, como Brasil y Argentina, que a pesar de no contar con acuerdos con Estados Unidos ni con la UE, muestran un crecimiento sostenido en sus exportaciones. Asimismo, algunos países con acuerdos solo con la UE —pero no con EE. UU.— no presentan el mismo ritmo de crecimiento exportador. Tal es el caso de Ecuador, que mientras mantenía preferencias arancelarias (ATPDEA) con el mercado estadounidense, podía vender sus principales productos con arancel cero, llegando a un nivel máximo de 7.879 millones de dólares en el 2013. En ese año el gobierno del ex presidente Rafael Correa decidió renunciar a las preferencias arancelarias que otorgaba EE.UU., lo que implicó que los productos como atún, madera, cuero, metalmecánica entre otros paguen aranceles de hasta 35%. En el 2023 las ventas a ese mercado llegaron a 8.287 millones de dólares.

En los últimos 24 años dentro de los países que más importan productos en el mundo, los Estados Unidos se mantiene en primer lugar, lo que hace que la mayor parte de Latinoamérica y hasta la UE vendan sus productos hacia esos mercados. Eso implica que es un gran socio para toda la región con o sin acuerdo, ya que tiene una cercanía a toda la zona. Por eso mantener un acuerdo con la UE no garantiza que se van a dejar otros mercados más bien se puede detectar que eso tuvo un efecto indirecto para que Estados Unidos fortalezca sus negocios con la región.

En resumen, los resultados muestran que los países exportadores que mantienen acuerdos con la UE presentan valorizaciones moderadas, lo que

confirma que los tratados comerciales no garantizan por sí solos un crecimiento sostenido en las exportaciones. De esta manera, y de acuerdo con las elasticidades relacionadas con el PIB, aranceles, se destaca que los aumentos de exportaciones dependerán de otras variables cualitativas o cuantitativas. Ahí se incluye que hay que revisar cada año esos acuerdos para mejorarlos y facilitar otros aspectos que no solo sean las tarifas arancelarias sino también aspectos como la logística, el transporte y los tiempos de entrega, que representan algunos de los mayores costos para los operadores de comercio exterior.

De esa manera se puede incentivar más a los socios comerciales con el fin de potenciar sus exportaciones, las cuales, en muchos casos, son superadas por las de países sin acuerdos formales, debido a factores como la competitividad, el tipo de cambio y la eficiencia logística.

Por ejemplo, Brasil, que sin mantener ningún acuerdo comercial con el mercado europeo sus valores son los más altos en las ventas, aunque ha experimentado caídas, estas se atribuyen a shocks externos comunes a todos los países, más que a la ausencia de acuerdos comerciales.

Capítulo 3: Los efectos comerciales de China en Latinoamérica

3.1. Introducción

En los últimos 22 años, China se ha consolidado como un actor clave del comercio internacional. Sus estrategias permitieron convertirlo en el principal exportador de bienes del mundo y el segundo en importarlos. Además, a finales del siglo XX, China ya era la economía más dinámica y de más rápido crecimiento del mundo (Márquez y otros, 2022).

Durante las últimas tres décadas, China ha expandido rápidamente sus redes comerciales, de inversión, cooperación y vínculos sociales, convirtiéndola en uno de los principales actores del comercio y en una parte integral del sistema internacional (Hearn y León-Martínez). Particularmente con América Latina, región que se ha transformado en uno de sus principales socios comerciales.

Figura 18

China y su relación con la región Asia - Pacífico



Nota. Fuente: Carlos Zottele, 2016 (Universidad Veracruzana)

No obstante, estas relaciones comerciales no son recientes. En el siglo XVI ya existió un incipiente vínculo comercial entre Asia y el imperio español, a través de su Virreinato de Nueva España en México. El comercio entre China y Nueva España no era directo, ya que el Imperio Chino no puso demasiado énfasis en las relaciones económicas externas y por lo general, los comerciantes chinos transportaban sus productos a Filipinas, desde donde eran embarcados por los

galeones rumbo a Acapulco. Este patrón de comercio triangular entre China, Filipinas y las Américas persistió durante unos 250 años (Hearn & León-Manríquez, 2011).

Cuando los países de América Latina se independizaron de España, en la década de 1830, las pequeñas relaciones comerciales con China se desvanecieron ya que la transición duró mucho tiempo y las economías emergentes estaban debilitadas y centradas en la consolidación de su soberanía nacional. Algo similar ocurrió con Estados Unidos, que tras su independencia promovió alianzas comerciales y actividades misioneras.

3.2. Las reformas de China para su industrialización

Los registros de la Organización Mundial del Comercio (OMC) revelan que en 1948 las exportaciones de China se ubicaban en 520 millones de dólares, que representaba el 0,9% de las ventas del mundo, mientras que Estados Unidos representaba el 21,6% del total mundial (OMC, 2025). Esa tendencia se mantuvo hasta 1990 cuando China nunca superó el 2% de las exportaciones del mundo. Pero luego se produjo una aceleración del crecimiento, y en el 2008 ya concentraba más del 8 % de las ventas mundiales, y en el 2009 se convirtió en el líder de las exportaciones del mundo superando a los tradicionales exportadores como Alemania y Estados Unidos.

La base de esta expansión comercial de China inicia a finales de 1970, cuando Deng Xiaoping empieza el proceso de reforma y apertura económica. Las principales reformas fueron económicas centradas en la agricultura, la liberalización del sector privado, la modernización de la industria y la apertura de China al comercio exterior (BBC, 2024).

Ese proceso marcó el inicio de la modernización económica, al sustituir el modelo de planificación centralizada de inspiración soviética por un sistema orientado al mercado. Con esa decisión se movilizaron los recursos laborales, se abre al mundo y se posicionó como un centro de manufactura global. El objetivo de Deng era que China vuelva a ser una potencia de primera línea mediante el crecimiento económico y el desarrollo tecnológico (Claudio, 2009).

Figura 19

La tendencia de las ventas de bienes en el mercado internacional



Nota. Fuente: FMI

Las reformas incentivaron las privatizaciones de explotaciones agrarias, se facilitó la creación de pequeñas y medianas empresas, se relajaron los controles de precios y promovieron la inversión extranjera (Lu, 2019).

Esas reformas permitieron que los indicadores del crecimiento económico y del comercio exterior crecieran a tasas superiores que las de los países desarrollados. El sector industrial fue el pilar fundamental en la transformación productiva de China, y permitió el ingreso agresivo de recursos para la formación bruta de capital fijo que crecieron en un promedio del 41 por ciento anual entre el 1990 y 2013 (Gil-Pareja y otros, 2016).

Para algunos investigadores la adhesión de China a la OMC, en el 2001, fue la clave del crecimiento agresivo, acompañado de la instalación de las Zonas Especiales de Desarrollo Económico (ZEDE) desde 1980 hasta el 2006, que permitieron la llegada de la Inversión Extranjera. Entre ellas están las Zonas de Desarrollo Económico y Tecnológico, Zonas de Desarrollo de Alta Tecnología, Zonas de Libre Comercio, Zonas de Procesamiento de Exportación y las Zonas Económicas Especiales. Estas zonas se concentraron en la región costera oriental y se especializaron en la industria secundaria (Ho & Wook, 2003).

Figura 20*Transformaciones de China: Dinámica del progreso***Las transformaciones de China: dinámica del progreso**

Nota. Fuente: Centro de Estudios China-Veracruz

Las Zonas Económicas Especiales de China se consideran como áreas especiales abiertas a las empresas extranjeras; sean como empresas conjuntas o asociaciones chino-extranjeras, así como las empresas de propiedad totalmente extranjera. Un examen de la política comercial de China, de la OMC de 2008, encontró que en 2006 había 660 ZEE y otras zonas de desarrollo aprobadas por los gobiernos locales (Moreno, 2009).

Los objetivos fueron generar transferencia de industrias de alta tecnología a las ZEE, experimentación y adquisición de tecnología moderna y experiencia en gestión, creación de empleo, obtención de divisas a través de las exportaciones, promoción del desarrollo económico y el desarrollo regional. Así también la creación de vínculos económicos con la economía doméstica con Hong Kong (cerca de Shenzhen), Macao (cerca de Zhuhai), Taiwán (cerca de Xiamen) y las comunidades chinas de ultramar (Shantou). Este proceso también exigió nuevas reformas económicas orientadas al mercado y el establecimiento de un vínculo entre la economía interior y la exterior (Obome, 1986).

Sin duda, las operaciones de las Zonas Económicas Especiales presionaron la demanda de insumos para su producción por lo que los países latinoamericanos se convirtieron en los principales proveedores de materia prima. Por eso en la década de 1990, crece la dependencia de China sobre las importaciones de materia prima necesarias para alimentar su auge industrial y para satisfacer el cambio en los patrones de consumo de alimentos (Jenkins, 2015).

Figura 21

Acuerdos Comerciales y de inversión de México con Asia-Pacífico



Nota. Fuente: Centro de Estudios China-Veracruz

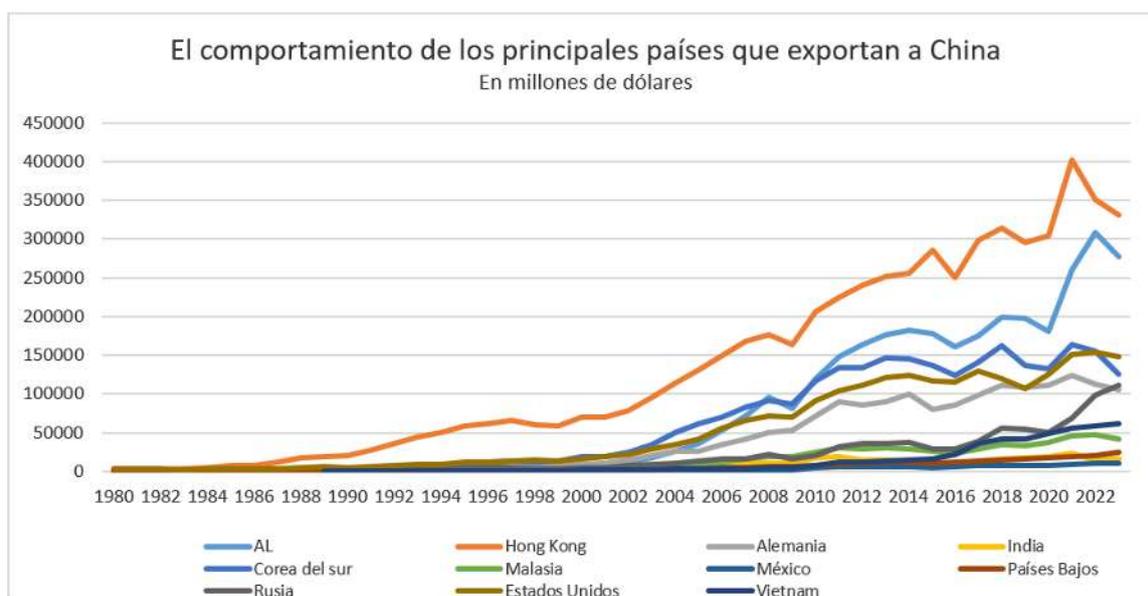
Después de 1972, las exportaciones de América Latina empezaron a superar los 140 millones de dólares para en 1992 situarse en 1.512 millones de dólares, todavía por debajo de Estados Unidos, la Unión Europea, Australia, Japón, Corea y Rusia, según los datos del FMI. En cambio, el rápido crecimiento de las exportaciones latinoamericanas a China, desde finales de la década de 1990, fue el resultado de la creciente dependencia de China sobre las importaciones de materias primas, necesarias para alimentar su auge industrial y para satisfacer el cambio en los patrones de consumo de alimentos que vino junto con los niveles de ingresos más altos.

Sin embargo, en el 2002, los países latinos se convirtieron en el quinto proveedor de productos en China como metales preciosos, chatarra, petróleo, entre otros. Para el 2021, los países latinos ya se consolidaron hasta la actualidad como el

segundo bloque exportador de materia prima, luego de la Unión Europea y por encima de Estados Unidos. En el 2023, el 11% de las importaciones de China llegaron de los países de la Unión Europea y en segundo lugar fueron las de América Latina con el 8,8% del total y en tercer lugar se ubicó Estados Unidos con el 6,7%. Ver figura 22.

Figura 22

Los principales socios que abastecen el mercado chino entre 1980 - 2023



Nota. Fuente: FMI.

China se convirtió en uno de los principales destinos de las exportaciones latinoamericanas y es un socio comercial estratégico para la región; donde se aprovecharon las oportunidades para consolidar los acuerdos de exportación e inversión en campos como la minería, energía, agricultura, infraestructuras, ciencia y tecnología (Yinshi, 2015).

América Latina también aportó con una parte importante de los recursos naturales necesarios para el desarrollo de infraestructura renovable, incluidas turbinas eólicas, paneles solares, redes y vehículos eléctricos (Bull, 2024).

Al inicio de la década de los noventa, las empresas instaladas en China empezaron a importar agresivamente pero también comenzó a exportar aceleradamente desde los años 90. En 1990, China se ubicaba en el puesto 12

de los países que más exportaban en el mundo y representaba el 1,86%, cuando en 1970 los chinos no superaban el 0,7% y estaba en los últimos lugares.

Luego de 17 años, China se ubicó en el top cinco de los países que más exportan en el mundo. En el año 2000 por primera vez, los chinos superaron a los países bajos para ubicarse en el tercer lugar, y siete años más tarde ya superó a Estados Unidos para ubicarse en el segundo lugar.

Figura 23

El comportamiento de los países que lideran las exportaciones



Nota. Fuente: FMI

Según la investigación de Lu (2019), a inicios del siglo 21, el comercio relacionado con el ensamblaje representaba ya el 60% del total del comercio chino, aunque solo aportaban el 50% del valor añadido generado por las exportaciones (Lu, 2019). En esa época, el perfil de las exportaciones, chinas se asemejaba al de los 21 países más ricos y, en particular, China produce y exporta bienes intensivos en capital en una proporción mucho mayor que otros países con similares niveles de renta per cápita.

En el 2009, China obtuvo el primero lugar superando a Alemania con más de 85 mil millones de dólares. Desde ese año, los productos chinos lideraron las ventas a nivel mundial concentrando en promedio el 14,8% entre el 2020 y 2023. Mientras que los estadounidenses captaron el 8,3% de las ventas mundiales en el mismo periodo.

Actualmente, China es la segunda economía mundial y tiene la distinción de ser el principal exportador (Pranolo y otros, 2023). Y también mantiene acuerdos comerciales con muchos países que pueden ampliar más los mercados la región Latinoamericana.

Figura 24

El mapa comercial de China



Nota. Tomado del informe Ecuador Compite del Ministerio de la Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca.

El crecimiento de estas exportaciones también ha sido impulsado por la demanda china y no por iniciativa de Latinoamérica. Esa demanda creciente, llevó al alza de los precios de los productos básicos de la región y proveyó de un nuevo mercado para los exportadores. El interés de China por diversificar sus fuentes de materias primas y para asegurar un suministro estable de estas materias, lo llevaron a ampliar sus importaciones de América Latina. Desde el punto de vista de la región, una oportunidad externa no planificada estratégicamente por los países de la región.

3.3. Los socios Latinoamericanos de China

En el 2001, más de 300 empresas privadas y estatales de China estaban invirtiendo en América Latina (Blazquez-Lidoy, Rodríguez et al. 2007). El comercio global de China con América Latina se centra en los bienes primarios producidos por varios países y sectores importantes, siendo las principales

importaciones chinas “soja, mineral de hierro, mineral de cobre, cobre refinado, petróleo crudo y refinado, aluminio, níquel, minerales de plomo, zinc, manganeso y molibdeno” (Gallagher, Porzecanski, 2010; Jenkins, Peters et al., 2008; Li, 2007; Hearn, León, 2011). Brasil comparte la relación comercial más grande con China, con cerca del cuarenta por ciento del comercio total de China con la región en el 2023. En el 2010 la cifra llegaba al 30%. (Hearn, León, 2011; Santiso, Avendano, 2011; Hirst, 2008). Junto con Venezuela, Argentina y México, Brasil ha sido clasificado por China como un “socio estratégico” (Armony, 2011; Hearn, León, 2011; Stallings, 2008). Los países con esta etiqueta, hasta cierto punto, tienen influencia sobre otros países latinoamericanos (Ellis, 2009). En cambio, las economías de los países centroamericanos y caribeños no son lo suficientemente grandes como para servir de mercado a China ni están dotados de los bienes primarios que hacen más atractivos a sus homólogos del sur (Ellis, 2009; Stallings, 2008).

En 1972, las exportaciones de América Latina a China superaron por primera vez los 150 millones de dólares, solo Brasil contribuyó con el 43%, seguido por Perú 42 millones de dólares, Chile con 23 millones y México con 17 millones.

Los bienes tradicionales que exportan los brasileños a China son básicamente commodities agrícolas y minerales, y en la actualidad son más significativos. El peso de los bienes agrícolas en la canasta exportadora a China pasó del 68% en el 2000 a 83% en el 2010 (Mansor & Dias, 2012).

La relación comercial se remonta a los inicios del Brasil independiente, pero la que dio más empuje al comercio fueron las negociaciones que se realizaron en la segunda etapa entre 1974 y 1990, cuando se firmó el primer acuerdo comercial en 1978. Esto coincidió con el proceso de reforma y apertura de China y el proceso de redemocratización de Brasil que permitieron que las relaciones comerciales tuvieran mayor profundidad y se beneficien los sectores vinculados con la ciencia y tecnología, energía nuclear y cooperación cultural y educativo (Paulino L., 2020).

A inicios de la década de los 80, Argentina y Chile se convirtieron en los nuevos proveedores de productos a China superando a Brasil y México. En 1980, los

países latinos exportaron 616 millones de los cuales 31% fueron productos argentinos como la soja y sus derivados. Pero su historia fue diferente en la década de los 90 que se desaceleró su comercio al mercado asiático.

Otro de los proveedores tradicionales son Chile y México que se mantuvieron entre el segundo y tercer puesto en las exportaciones a China, respectivamente. Asimismo, con Venezuela y Perú que también comenzaron a exportar sus productos al mercado en especial productos agrícolas y petroleros.

En el 2001, los 25 principales países exportadores a China solo hay un país latinoamericano. Se trata de Brasil que ocupa el puesto 12, y lo lidera Japón, Taiwán, Corea, Estados Unidos y Alemania. Ese año el país asiático importó 243 mil 552 millones de dólares y el 18% correspondía a Japón. En cambio, en el 2023, China importó 1 billón 840 mil 950 millones de dólares, y en el mismo ranking 25, Brasil ya ocupó el puesto 7 de los mayores socios de China, liderado por Taiwán, Estados Unidos, Corea, Japón, Australia y Rusia.

Figura 25

Los principales socios de China en América Latina



Nota. Fuente: FMI.

En el período de 2001 a 2023, la participación de las exportaciones de los países analizados a China es heterogénea. Mientras algunos no tienen una trayectoria definida de crecimiento de las exportaciones, como Colombia, Panamá, el Paraguay y Venezuela, otros, como Chile, Perú y Brasil, se destacan por el aumento de dicha participación tras la crisis de 2008.

En general, la mayoría de los países latinoamericanos exportan bienes primarios y productos de baja intensidad tecnológica al mercado chino. En el 2023, lo que más se vendió fueron petróleo, circuitos, minerales de hierro y oro.

La tendencia de las importaciones de América Latina es más agresiva. En el gráfico 26 se observa que los países latinoamericanos presentan una tendencia al crecimiento relativo de las importaciones procedentes de China a lo largo del período 2000-2023. Se trata de productos ligados a los sectores industriales, de alta y media tecnología, además de manufacturas de baja intensidad tecnológica y bajo costo. Por ejemplo, en el 2023 el 26,6% de sus ventas al mundo fueron máquinas, aparatos y material eléctrico, equipos de grabación o reproducción. Los mayores compradores son Hong Kong, Estados Unidos, Corea, Vietnam y Japón. En el puesto diez está México y Brasil ocupa el décimo quinto lugar.

En la mayor parte de los países las importaciones procedentes de China superaron el 10% en el período posterior a la crisis 2008. Se aprecia que la participación de China en el total importado por los países de América Latina es mayor con respecto a las exportaciones. En general, como se muestra en los gráficos 25 y 26 China es menos “dependiente” de América Latina en términos de flujos de comercio (López y otros, 2021).

Entre el 2000 y 2023, el saldo comercial siempre fue negativo, es decir América Latina compró más productos chinos de los que le vende a los chinos. Solo en el 2015 se registró el déficit comercial más alto de la historia, ubicándose en más de 98 mil millones de dólares y el segundo fue en el 2021 con 88 mil millones de dólares. De los 19 países de América Latina analizados solo tres registraron superávit en el 2023 y son Brasil, Chile y Perú.

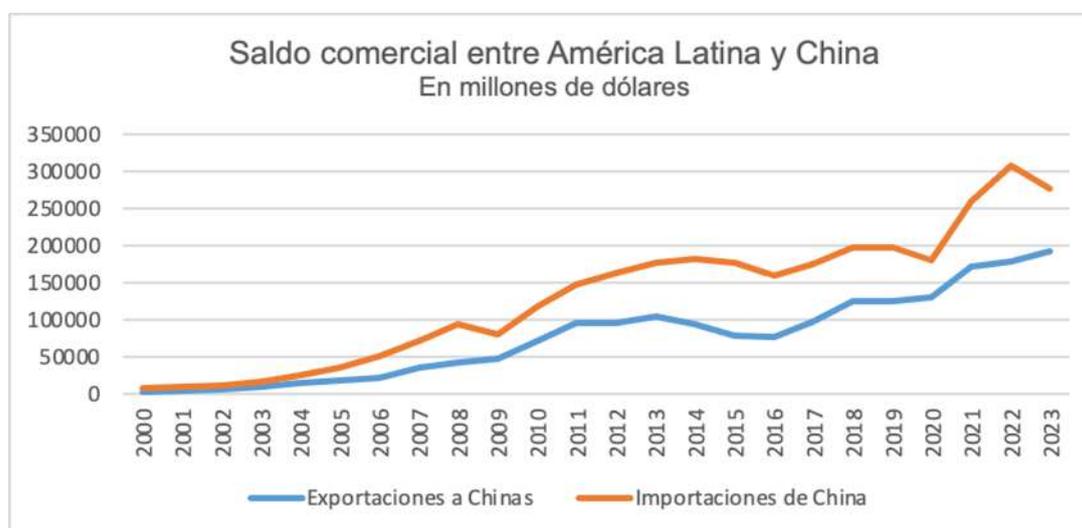
3.4. El futuro comercial de Ecuador y China

Las relaciones comerciales entre Ecuador y China empezaron hace 45 años, cuando se fortalecieron las relaciones diplomáticas. Para eso el gobierno ecuatoriano reconoció a la República Popular China como el único Gobierno legítimo de China. En esa época las autoridades chinas buscaban el respaldo en Latinoamérica del principio de “Una sola China”, por la situación de Taiwán, Hong Kong y Macao. El conflicto con Hong Kong y Macao era diferente, ya que eran territorios bajo administración colonial.

Esta relación diplomática sentó las bases para fortalecer el intercambio comercial. En 1980, por primera vez Ecuador importó de China cerca de 20 millones de dólares, pero no pudo realizar ninguna venta en el mismo periodo. La primera exportación de montos elevados que realizó Ecuador al mercado chino es en 1996 con 67 millones de dólares y luego en 1997 ya superaron los 157 millones. Lo mismo sucedió con las importaciones que pasaron de 45 millones en 1996 a 68 millones en 1997.

Figura 26

La brecha comercial de América Latina con China



Nota. Fuente: FMI.

Durante los primeros 25 años de intercambio comercial (1980-2005), las relaciones carecieron de una dinámica diplomática equilibrada, toda vez que por

parte de Ecuador se concretaron cinco visitas de Jefes de Estado a China, pero ninguna de parte de líderes del país asiático (Guzmán & Sánchez, 2020).

Hay años donde no se registran valores de exportaciones de Ecuador a China, aunque las importaciones desde China se mantuvieron constantes. Entre el 2003 y 2015 el déficit comercial creció aceleradamente desde 255 a 3351 millones de dólares. La llegada de los bienes chinos que más crecieron en el periodo son los textiles, electrónica, maquinarias y equipos que representaron una participación de las importaciones del 14,6%, 11,7% y 13,3%, respectivamente. Eso generó preocupación y obligó a Ecuador a implementar medidas de salvaguardias a los bienes importados como prendas de vestir, preparaciones alimenticias, frutas, vehículos de carga, impresoras, muebles, entre otros.

Figura 27

La brecha comercial de Ecuador con China



Nota. Fuente: FMI.

Los sectores clave de la economía ecuatoriana tenían protecciones arancelarias para que no sea afectados, y no así los bienes de capital como maquinaria y equipo, metales y automotores y sus piezas, por lo que se dio un cambio radical del patrón de las importaciones ecuatorianas de origen chino, con un alza preponderante de la participación de los sectores que demandaban equipos y bienes de capital. En el período 2005-2014, la tasa de crecimiento de estos sectores (poco más de 28% por año) superó ampliamente el crecimiento

promedio de las importaciones ecuatorianas desde China de otros sectores (21%) (Durán & Pellandra, 2017).

Las relaciones comerciales empezaron a fortalecerse en el 2016 cuando se realiza una Asociación Estratégica Integral entre Ecuador y China para ampliar sus alianzas e incluir los diálogos políticos, la cooperación financiera y a la inversión extranjera a gran escala. La alianza fue firmada por los presidentes de ese periodo Rafael Correa y Xi Jinping. Con esta asociación, las relaciones bilaterales entraron en una nueva etapa de desarrollo acelerado (Cancillería, 2025).

Tabla 7

Ecuador: Estructura y evolución de las importaciones de bienes procedentes de China según grandes sectores económicos, 2000, 2005 y 2014

Sectores	Estructura importaciones desde China			Proporción de las importaciones totales desde el mundo			Tasas de crecimiento anual	
	2000	2005	2014	2000	2005	2014	2000-2005	2005-2014
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	0,7	0,2	0,1	0,3	0,5	0,8	15,5	18,0
Petróleo y minería	0,4	0,1	0,1	2,3	3,4	5,4	16,4	26,6
Alimentos, bebidas y tabaco	2,6	1,8	0,9	0,9	1,8	2,3	41,6	15,6
Textiles, confecciones y calzado	13,9	15,6	8,1	6,3	21,8	36,4	56,0	16,1
Madera, celulosa y papel	2,8	1,1	1,3	1,7	2,8	10,6	26,6	27,3
Química y farmacia	16,9	14,1	9,0	1,1	3,3	3,8	46,7	18,8
Caucho y plástico	8,0	5,4	3,9	4,7	13,7	30,3	40,9	20,3
Minerales no metálicos	4,1	4,3	1,9	5,3	19,2	23,6	53,3	14,3
Metales y productos derivados	12,1	7,2	14,4	2,9	5,7	36,6	37,2	34,8
Maquinaria y equipos	21,4	29,3	47,1	2,1	7,2	31,5	62,1	31,6
Automotores y sus piezas y partes	3,9	7,2	7,8	1,6	3,7	15,4	72,1	26,0
Otras manufacturas	13,3	13,6	5,3	10,1	18,2	35,5	53,1	12,5
Manufacturas	98,9	99,7	99,8	2,3	6,6	17,1	52,5	24,9
Total	100,0	100,0	100,0	2,2	6,5	16,7	52,2	24,9

Nota. Fuentes: Autores sobre la base de información de la base de datos COMTRADE.

Eso se refleja en el aumento de la participación de China en el comercio exterior del Ecuador. El destino de las exportaciones ecuatorianas en el 2018 fue menos del 7% a China mientras que en el 2023 se ubicó en el 18,2%. En cuanto al comportamiento de las importaciones fue similar, en el 2018 representó 20,1% y en el 2023 llegó a 20,7%. Con este comportamiento, China se consolida como el

segundo socio comercial de Ecuador, luego de Estados Unidos tanto en las exportaciones como en las importaciones. Pero si se excluye el petróleo, China se convierte en el primer socio comercial por lo que la presión de buscar un acuerdo comercial se convierte en un objetivo estratégico prioritario.

3.5. El tratado de libre comercio Ecuador – China

La dinámica de los acuerdos comerciales, de nueva generación, fueron aprovechados por las autoridades de ambos países. Luego de dos años de negociaciones se firmó el tratado para que entre en vigencia en mayo del 2024.

En el 2023 el comercio exterior entre ambos países ya sumaba los 12 mil millones de dólares, 43 veces más de lo que fue en el 2003. Por lo que era urgente y necesario abrir mercados y en especial el asiático que son socios complementarios. Ecuador ahora destina más de la mitad de su camarón a China, así como el 5% de su banano, el 95% de los minerales de cobre, entre otros.

Tabla 8

Ecuador: principales productos de exportación a China, 2021. (En millones de dólares, porcentajes y número de requisitos.)

Ecuador: principales productos de exportación a China, 2021
(En millones de dólares, porcentajes y número de requisitos)

Código del Sistema Amonizado 2017	Descripción productos	Exportaciones a China (Millones de dólares)	Porcentaje en el total (En porcentajes)	Arancel pagado en China (En porcentajes)	Número de medidas no arancelarias
030617	Camarones y langostinos	2 406	56,2	6,0	10
260300	Concentrado de cobre	930	21,7	0,0	19
270900	Petróleo crudo	401	9,4	0,0	34
080390	Bananas frescas o secas	107	2,5	10,0	102
261690	Concentrados de metales preciosos	97	2,3	0,0	14
230120	Harina de pescado o de crustáceos	66	1,6	2,0	95
440722	Madera aserrada o desbastada (Virola, Imbuia y Balsa)	67	1,6	0,0	23
740400	Residuos y chatarra de cobre	35	0,8	2,0	68
440349	Otras maderas tropicales en bruto	33	0,8	0,0	60
030616	Otros salmónidos, excepto hígados y huevas	29	0,7	7,0	10 ^a
	10 principales	4 172	97,5	3,8	22
	Otros 148 productos	107	2,5	6,0	10 ^a
	Exportaciones totales (158 productos)	4 279	100,0	3,9	22

Nota. Fuente: CEPAL.

Las ventas podían crecer potencialmente en los siguientes años sino fuera por la protección arancelaria y no arancelaria que aplica China a Ecuador, y viceversa. De ahí las negociaciones de un acuerdo comercial que incluya no solo

la reducción arancelaria sino también cooperación económica, cooperación para la inversión, comercio electrónico, competencias, reglas de origen, solución de diferencia entre otras.

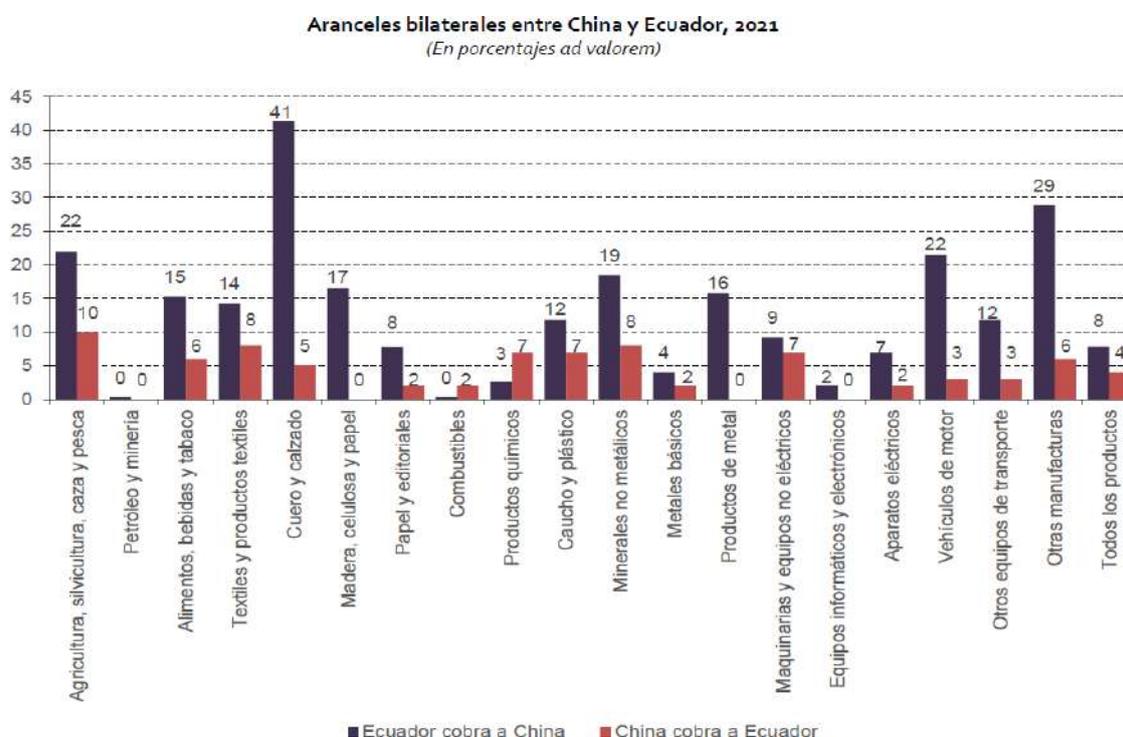
Por un lado, Ecuador aplica aranceles ad valorem superiores al 20% a los productos chinos como cuero, calzado, vehículos a motor, textiles, confecciones y otras manufacturas, y los productos agrícolas. En promedio, los aranceles ecuatorianos alcanzaron el 8% en 2021.

Mientras China, en promedio, cobra aranceles del 4%, más bajos que Ecuador. Aunque hay casos donde se aplican aranceles al sector minerales (8%), maquinaria no eléctrica (7%), calzado (5%) y a los productos agrícola, como el banano, el 10%.

Con la firma del tratado comercial, se espera desgravar el impuesto al banano en los próximos diez años a un arancel cero, según el acuerdo aprobado.

El Tratado Comercial tendrá un mayor impacto en los importadores que en los exportadores, debido a que el nivel de protección asiático es más bajo que el que mantiene Ecuador (Durán & Morales, 2024).

Las exportaciones también se pueden beneficiar ya que hay productos que no llegan al mercado chino por sus altos costos arancelarios. Por ejemplo, en el 2021, Ecuador exportó 180 productos a China, y dos exportadores de frutas de cáscara congelada, flores y capullos secos pagaron aranceles superiores al 20%. Eso es clave para los exportadores, ya que hay frutas que Ecuador no comercializa y que pueden beneficiarse con la desgravación arancelaria.

Figura 28*Aranceles bilaterales entre China y Ecuador, 2021. (En porcentajes ad valorem)*

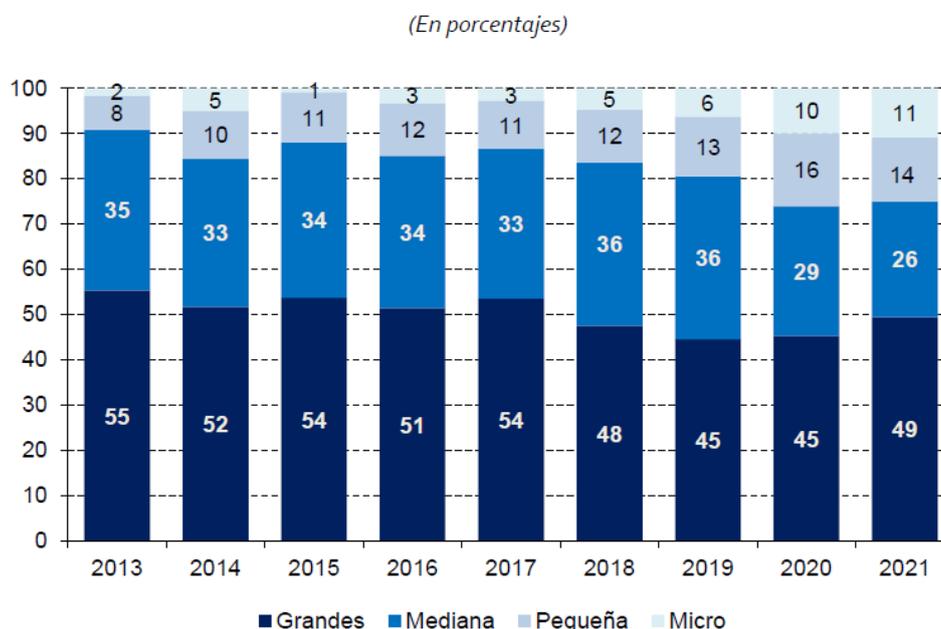
Nota. Fuente: CEPAL.

Además, el tratado podría favorecer a empresas de todos los tamaños, impulsando la generación de empleo y dinamizando diversos sectores económicos.

En el 2021, se contabilizaron a 518 empresas entre grandes, medianas y pequeñas que comercializaron en mercado chino, y en algunos casos pagaron aranceles para llegar a los consumidores. El 81,6% de esas compañías están relacionadas con actividades agrícolas, pesca, madera, celulosa y papel, petróleo, minería, alimentos, bebidas y tabaco. Se espera que, con la entrada en vigencia del tratado, tanto la oferta como el número de empresas exportadoras crezcan, impulsados por la reducción de aranceles y el acceso a un mercado de miles de millones de consumidores.

Figura 29

Ecuador: distribución de empresas que exportan a China según su tamaño 2013 a 2021. (En porcentajes)



Nota. Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base SENA E.

El 70% de la producción de las empresas se concentró en cinco provincias liderada por Guayas, Pichincha, El Oro, Manabí y Cotopaxi. Asimismo, el 48,5% de las empresas se clasifica como pequeña y mediana.

Por eso, con el acuerdo con China permite que el 99,6% de los productos que se han comercializado tendrán acceso preferencial a ese mercado y en la lista están camarón, banano, calamar, cacao en grano, flores, rosas, pescado congelado, harinas de pescado, cuero, sombrero de paja toquilla, entre otros. También se abre oportunidades para nuevos productos como la carne congelada, palmito, brócoli, espinaca, pitahaya, mermeladas, atún y preparaciones de pescado, y demás.

Tabla 9

Ecuador: Distribución de empresas que exportan a China por sector, tamaño y ubicación 2021. (En número de empresas y porcentajes)

Ecuador: distribución de empresas que exportan a China por sector, tamaño y ubicación, 2021
(En número de empresas y porcentajes)

Sectores/provincias	Grandes	Mipymes	Total de empresas	Distribución sectorial de empresas	Proporción de MiPymes
Principales sectores					
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	127	94	221	42,7	42,5
Petróleo y minería	20	31	51	9,8	60,8
Alimentos, bebidas y tabaco	23	17	40	7,7	42,5
Textiles, confecciones y calzado	0	7	7	1,4	100,0
Madera, celulosa y papel	37	74	111	21,4	66,7
Química y farmacia	9	3	12	2,3	25,0
Caucho y plástico	2	1	3	0,6	33,3
Minerales no metálicos	0	1	1	0,2	100,0
Metales y productos de metal	18	3	21	4,1	14,3
Maquinaria y equipo (excluye aparatos eléctricos)	14	11	25	4,8	44,0
Maquinarias y aparatos eléctricos	9	6	15	2,9	40,0
Automotores y sus piezas y partes	7	0	7	1,4	0,0
Otras manufacturas	1	3	4	0,8	75,0
Principales provincias					
Guayas	110	45	155	29,9	29,0
Pichincha	72	60	132	25,5	45,5
El Oro	21	17	38	7,3	44,7
Manabí	16	5	21	4,1	23,8
Cotopaxi	9	7	16	3,1	43,8
5 provincias principales	228	134	362	69,9	37,0
Las demás	39	117	156	30,1	75,0
Total, empresas	267	251	518	100,0	48,5

Nota. Fuente: CEPAL, sobre la base de datos de la Secretaría Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) e información de la base de datos de empresas de la Superintendencia de Compañías.

Y dentro de las medidas de protección para los sectores sensibles de la industria ecuatoriana se tienen desgravaciones de hasta 20 años para los bienes como vehículos, artículos del hogar, carne, plásticos, textiles, metalmecánica, cerámica, calzado y otros. Para lograrlo se han aplicado medidas para preservar el derecho a establecer normativa nacional que garantice salud, calidad y protección al medio ambiente, salud y vida de las personas, animales y plantas. También se suma la prohibición de la importación de ropa usada y la creación de un Comité de Acceso a mercados (MPCEIP, 2024).

Capítulo 4: Las estrategias comerciales de Ecuador y sus efectos en la diversificación de mercados

4.1. Introducción

Dado que el comercio internacional continúa evolucionando, es fundamental contar con estrategias comerciales, las cuales deben incluir acciones planificadas y coordinadas dentro de las políticas que mantienen los países para promover el comercio exterior.

Las estrategias comerciales incluyen actividades como la promoción de exportaciones, la negociación de acuerdos comerciales, el fortalecimiento de las cadenas de valor, la adopción de tecnologías, y la mejora de la productividad y la infraestructura logística. Estas estrategias son clave para desarrollar la economía y diversificar los mercados ya que reducen la dependencia de pocos productos o servicios hacia mercados específicos. Con la implementación de estrategias sólidas se logra establecer una posición competitiva en los mercados internacionales.

En ese sentido con la diversificación de mercados, los países pueden mitigar riesgos vinculados a las fluctuaciones económicas, cambios en la demanda global o afectaciones por situaciones coyunturales como la pandemia del Covid-19 o conflictos geopolíticos y comerciales.

Además, otro aspecto importante es que a través de la implementación de estrategias se logra la diversificación de la oferta exportable tanto de productos como de servicios, fomentando así el crecimiento económico, la creación de empleo, y el desarrollo de nuevos sectores generando nuevas oportunidades comerciales para las empresas y cadenas productivas.

Diversos estudios destacan que los países con mercados de exportación diversificados tienen una mayor estabilidad económica, una menor volatilidad en los ingresos por exportaciones y una mayor capacidad para enfrentar choques externos. Uno de esos estudios es la Diversificación de los mercados de exportación: Una revisión bibliográfica, donde se sostiene que la diversificación

de mercados es crucial para fortalecer la estabilidad económica de los países (Montes y otros, 2024).

Una revisión detallada de la literatura sobre el comercio internacional muestra que los países con políticas de diversificación no solo consolidan su estabilidad económica, sino que también fomentan su crecimiento y desarrollo en el largo plazo. Por lo tanto, en este ámbito de estudio es fundamental el diseño de políticas comerciales que promuevan la equidad y la sostenibilidad. En relación con la diversificación, los recursos y capacidades tienen un impacto significativo para el crecimiento de las empresas. En la medida que las empresas diversifican, sus recursos tienden a crecer, mientras que sus capacidades tienden a incrementarse (Arango y otros, 2018).

Cuando una empresa ha decidido empezar a exportar, la siguiente decisión es cuánto y a dónde exportar, para esto debe optar por distintas estrategias para incrementar sus ventas: por un lado, la empresa exportadora puede concentrar las ventas en un número limitado de mercados para minimizar costes de entrada y maximizar la rentabilidad; por otro lado, puede optar por diversificar las ventas en distintos mercados con el objetivo de identificar que mercados son más rentables o para reducir el riesgo inherente a vender en mercados más inestables, y así garantizar su estrategia comercial en el largo plazo (Castillo & Requena, 2003).

McCaig y Pavcnik (2018) destacan que el acceso a mercados más grandes a través de los acuerdos comerciales permite a las empresas reubicar recursos y mejorar su competitividad, lo cual facilita la diversificación y el crecimiento en mercados internacionales. En ese sentido y durante la última década, el Ecuador ha mantenido una política comercial activa que involucra la negociación de distintos acuerdos comerciales, convirtiendo a esta política en una política de Estado. Entre los acuerdos que se destacan están el de la Unión Europea, EFTA, China y Costa Rica, estos dos últimos entraron en vigor en el año 2024 (McCaig & Nina Pavcnik, 2018).

Con el objetivo de buscar mejorar la competitividad, en el Ecuador se han fomentado distintas acciones y estrategias como la simplificación de trámites,

ampliación de las oportunidades comerciales a nivel internacional a través de los acuerdos bilaterales o multipartes. Además, bajo la dirección de instituciones como el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca y su instituto ProEcuador se han realizado actividades de promoción respaldadas por la red de oficinas comerciales en el exterior.

Dentro de las estrategias comerciales y con el propósito de agregar valor a través de colaboración y trabajo articulado con el sector privado, público y la academia, también se han fomentado como parte de la estrategia comercial, los clústeres, los cuales son ecosistemas que buscan incrementar la productividad y la competitividad de las industrias, fortaleciendo el conocimiento y la internacionalización de los productores y empresarios con alianzas estratégicas que permiten acciones integradas y fomenten la asociatividad en los distintos sectores.

4.2. Diversificación de mercados

La diversificación de mercados requiere la introducción de nuevos productos o servicios en diferentes mercados y sus segmentos. Esta diversificación puede ser horizontal, cuando los nuevos productos están relacionados con la oferta exportable existente, o vertical, cuando se expande en las diferentes etapas de las cadenas de valor.

Para lograr la diversificación de mercados, el Ecuador ha tenido que realizar distintas acciones para buscar mercados proveedores y mercados compradores de productos como materias primas y de valor agregado, así como también de servicios, con el objetivo de negociar acuerdos con complementariedad comercial que beneficien al desarrollo socioeconómico del país. Desde el inicio de las negociaciones comerciales en varios acuerdos se ha planteado como objetivo principal alcanzar la mayor apertura para la oferta exportable actual y la oferta exportable potencial de Ecuador, además de precautelar las sensibilidades de la producción local.

Por ejemplo, tal y como se menciona en el capítulo anterior el Acuerdo Comercial entre Ecuador y China cumple objetivos estratégicos para el Ecuador, ya que logra un mayor y mejor acceso para la oferta exportable ecuatoriana,

potenciando el crecimiento económico, la generación de empleo y el aumento de inversiones. Si bien este acuerdo está solo enfocado en acceso a mercado, las oportunidades se dan en al menos tres áreas: el incremento de exportaciones por el ingreso preferencial a un mercado de más 1.400 millones de consumidores con procesos fitosanitarios más ágiles para un acceso efectivo al mercado; la reducción de costos de producción al eliminarse los aranceles a la importación de materias primas, insumos y bienes de capital; y el aumento de las inversiones como resultado del nuevo entorno bilateral para hacer negocios, pues a mayor comercio exterior mayores inversiones en la cadena productiva.

Este es el cuarto acuerdo de libre comercio de un país latinoamericano con China, pero el primero con un capítulo de comercio electrónico con el mayor mercado del mundo que, además, incluye amplios mecanismos de cooperación en sectores como agricultura, acuicultura y pesca, pequeñas y medianas empresas, promoción de exportaciones, transferencia de tecnología, entre otros, lo cual beneficia al Ecuador e impulsa el desarrollo de las cadenas de valor.

4.3. Desafíos y oportunidades para la diversificación de mercados

La diversificación de mercados representa una estrategia clave, dado que ofrece oportunidades como el acceso a nuevos consumidores, la reducción de la dependencia de mercados específicos y la potenciación de sectores con alto valor agregado. Sin embargo, también enfrenta importantes desafíos que involucra la necesidad de mejorar la competitividad interna, la falta de innovación las barreras arancelarias y no arancelarias, y además requiere adaptarse a estándares internacionales. Es por esto la importancia de que los países cuenten con políticas públicas de largo plazo e inviertan en fortalecer la infraestructura productiva, la conectividad, promover la innovación y garantizar una integración más inclusiva de las empresas locales en cadenas globales de valor.

En el cuadro a continuación se muestran los principales aspectos de la diversificación de mercados y los desafíos y oportunidades que se presentan.

Tabla 10

Desafíos y Oportunidades

Aspectos	Desafíos	Oportunidades
Diversificación de productos	Dependencia de exportaciones tradicionales como petróleo, banano y camarón.	Potencial en productos no tradicionales como cacao premium, café de especialidad, frutas exóticas, servicios y manufacturas.
	Falta de innovación y desarrollo en productos con valor agregado.	Aumento de demanda global por productos sostenibles y de servicios.
Acceso a mercados	Barreras arancelarias y no arancelarias en mercados estratégicos.	Oportunidad de aprovechar acuerdos comerciales existentes (UE, EFTA, China y otros).
	Competencia con grandes exportadores en mercados internacionales.	Apertura de mercados en Estados Unidos, Asia-Pacífico y Medio Oriente de productos agrícolas y de valor agregado.
Infraestructura y logística	Altos costos logísticos y limitaciones en infraestructura portuaria y de transporte.	Desarrollo de zonas logísticas y modernización portuaria. Desarrollo de zonas francas.
	Alta tramitología para exportar e importar.	Simplificación de trámites mediante herramientas digitales.
Capacidades empresariales	Mayor capacitación de pequeñas y medianas empresas (PYMES) en comercio exterior.	Creciente interés de PYMES en participar en mercados internacionales.
	Limitado acceso a financiamiento para emprendimientos exportadores.	Programas de apoyo gubernamental y de organismos internacionales para el financiamiento.
Innovación y tecnología	Bajo nivel de incorporación de tecnologías avanzadas en procesos productivos.	Adopción de tecnología 4.0 para mejorar la competitividad y trazabilidad de productos como el blockchain.
	Insuficiente inversión en investigación y desarrollo (I+D).	Oportunidad de posicionar productos innovadores en nichos de mercado con el apoyo de (I+D) de la Academia.
Sostenibilidad y calidad	Cumplir con normativas internacionales de sostenibilidad, trazabilidad y certificaciones.	Creciente demanda por productos sostenibles, orgánicos y de comercio justo.
	Mayor diferenciación de productos en mercados saturados.	Posicionamiento de Ecuador como un proveedor de productos sostenibles y de alta calidad (premium).
Relaciones internacionales	Dependencia de mercados tradicionales como Estados Unidos y la Unión Europea.	Expansión hacia mercados emergentes como Medio Oriente, India y ASEAN y aprovechamiento de acuerdos en el marco de la ALADI.
	Riesgo de conflictos comerciales o políticos	Participación en bloques comerciales como la Alianza del Pacífico y CPTPP.
Clima de inversión	Inestabilidad jurídica y política.	Promoción de Zonas Francas y regímenes de incentivos fiscales.
	Alta competencia regional por atraer IED.	Estabilidad macroeconómica y política y seguridad jurídica.

Nota. Aspectos clave a considerar para la diversificación. Fuente: Gallardo (2024).

4.4. Estrategias comerciales implementadas por el Ecuador

Ecuador ha implementado diversas estrategias comerciales en busca de fortalecer su posición en el mercado internacional, diversificar su economía y fomentar el desarrollo sostenible. Entre estas destacan la promoción de exportaciones, la negociación y firma de acuerdos comerciales los cuales que

promueven el acceso preferencial a mercados estratégicos, como la Unión Europea y China y que son lideradas por instituciones como el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP) y el instituto ProEcuador.

En la siguiente tabla se destacan las principales estrategias implementadas.

Tabla 11

Estrategias Comerciales

Estrategias	Descripción	Institución Responsable
Promoción de exportaciones	Participación en ferias internacionales, misiones comerciales y ruedas de negocios para conectar a exportadores ecuatorianos con compradores internacionales.	PROECUADOR
Diversificación de productos	Identificación y apoyo a sectores no tradicionales con potencial de exportación, como agroindustria, manufacturas y servicios.	PROECUADOR y MPCEIP
Fortalecimiento de marca país	Uso de la marca país para posicionar productos en mercados internacionales como de alta calidad y sostenibles.	PROECUADOR/MINTUR MPCEIP
Inteligencia comercial	Desarrollo de estudios de mercado, identificación de oportunidades comerciales y análisis de demanda y tendencias de mercados.	PROECUADOR
Negociación de acuerdos comerciales	Firma y aprovechamiento de acuerdos comerciales vigentes y con mercados estratégicos.	MPCEIP
Incentivos a la inversión extranjera	Promoción de Zonas Francas y regímenes especiales para atraer inversión directa que fomente exportaciones. Aplicación de contratos de inversión.	MPCEIP
Certificaciones de calidad	Apoyo y asistencia técnica para que las empresas cumplan con estándares internacionales en temas de calidad, sostenibilidad y trazabilidad.	PROECUADOR
Desarrollo de capacidades exportadoras	Capacitación a pequeñas y medianas empresas (PYMES) en procesos de exportación, requisitos internacionales y normativas comerciales.	PROECUADOR
Apoyo logístico y simplificación de trámites	Optimización de procesos logísticos y eliminación de barreras burocráticas para facilitar el comercio exterior.	MPCEIP y PROECUADOR
Promoción del comercio sostenible	Impulso de exportaciones de productos sostenibles, orgánicos y de comercio justo para atender mercados con alta demanda de este tipo de bienes.	PROECUADOR
Desarrollo y fortalecimiento de clústeres	Fomento de agrupaciones sectoriales (clústeres) para promover sinergias entre empresas, fortalecer cadenas de valor y aumentar la competitividad en mercados internacionales.	MPCEIP y PROECUADOR

Nota. Estrategias comerciales para la diversificación. Gallardo (2023)

4.5. Análisis comparativo de las estrategias comerciales aplicadas en la región latinoamericana a través de las Agencias de Promoción

Países como Chile, Colombia y Perú han implementado distintas estrategias similares a las aplicadas por el Ecuador, a través de sus distintos Ministerios de Comercio Exterior y Agencias de Promoción. Sin embargo, es importante resaltar que, a lo largo de varias décadas, dichos países han tenido un mayor grado de apertura comercial lo cual ha contribuido a la diversificación de mercados y crecimiento del comercio exterior.

En el siguiente cuadro comparativo se presentan las estrategias implementadas en otros países de la región donde se pueden identificar similitudes y diferencias en las estrategias comerciales aplicadas.

Tabla 12

Análisis Comparativo de Estrategias

Aspectos	Ecuador	Colombia	Perú	Chile
Promoción de exportaciones	Participación en ferias internacionales, misiones comerciales y ruedas de negocios a través de ProEcuador.	Participación en misiones comerciales, ferias internacionales y campañas de promoción del país a través de ProColombia.	PromPerú organiza ferias comerciales, ruedas de negocios y eventos internacionales para promocionar exportaciones.	ProChile promueve las exportaciones mediante misiones comerciales, participación en ferias y plataformas digitales como e-commerce.
Diversificación de productos/servicios	Enfoque en productos no tradicionales como cacao premium, café especial y frutas exóticas tradicionales y no tradicionales. Impulso a productos sostenibles.	Promoción de sectores con diferenciación como tecnología, moda y servicios tercerizados (BPO). Promoción de productos sostenibles y de economía circular, como café y flores.	Impulso a agroexportaciones como papa (aguacate), uvas, y quinua, además de productos pesqueros. Enfoque en exportaciones certificadas y sostenibles especialmente en alimentos y textiles.	Énfasis en productos agroalimentarios, vinos, tecnología y servicios, impulso a productos orgánicos y sostenibles.
Acceso a mercados	Acuerdos comerciales con UE, EFTA, CAN, China, Costa Rica y otros.	Acuerdos con Alianza del Pacífico y acuerdos con EE. UU., UE, Corea del Sur y varios países de América Latina.	Acuerdos comerciales (UE, Asia-Pacífico, China, Alianza del Pacífico, EE. UU.).	Acuerdos comerciales incluyendo los mayores bloques económicos (UE, Asia-Pacífico, EE. UU.).
Fomento de clústeres	Desarrollo inicial de clústeres en acuicultura, agroindustria y manufacturas para fortalecer cadenas de valor.	Promoción de clústeres en tecnología, agroindustria, energía renovable y turismo.	Fortalecimiento de clústeres en agroexportación, minería sostenible y manufacturas.	Enfoque en clústeres de agroindustria, minería, tecnologías de la información y energías renovables.
Fomento a las Capacidades empresariales	Programas de capacitación para PYMES en comercio exterior y certificaciones internacionales.	Asistencia técnica y formación en internacionalización para empresas medianas.	Formación en procesos de exportación y estándares de calidad a pequeños productores.	Capacitación a exportadores en innovación, e-commerce y normativas internacionales.
Inteligencia comercial	Estudios de mercado y análisis de demanda internacional.	Uso de plataformas digitales para identificar oportunidades en mercados internacionales.	Generación de informes de mercado y plataformas interactivas.	Uso de inteligencia comercial para identificar tendencias y oportunidades en mercados estratégicos.
Negociación de nuevos acuerdos comerciales	Avance en acuerdos con Medio Oriente y mercados asiáticos, además de fortalecer los existentes.	Apertura a mercados asiáticos, especialmente en el marco de la Alianza del Pacífico.	Ampliar mercados en Asia-Pacífico y África, además de fortalecer acuerdos existentes.	Nuevos acuerdos globales con mercados asiáticos.
Número de acuerdos comerciales	13	17	22	30

Nota. Análisis comparativo con países de la región, información tomada de páginas web institucionales de ProColombia, ProEcuador, ProChile y PromPeru, Gallardo (2023).

4.6. Efectos de las estrategias comerciales en la diversificación de mercados

Con la aplicación de las estrategias comerciales en la diversificación de mercados, existe un impacto directo en el desarrollo de la economía local. Por ejemplo, a través de los acuerdos comerciales, la reducción de aranceles causa que los productos ecuatorianos sean más competitivos en precio, lo que incrementa las exportaciones y beneficia a la industria nacional al tener menores costos en la incorporación de materias primas y bienes de capital, así como también vuelve más competitiva a las exportaciones que llegan con menor costo a los mercados internacionales.

Otro efecto directo, es la oportunidad de conocer nuevos segmentos y tendencias que permiten también diversificar en productos y servicios, lo que abre la puerta a nuevas oportunidades comerciales en nichos no explorados. Este proceso permite a las empresas tanto grandes como pequeñas innovar en su oferta de productos y servicios, adaptándolos a las preferencias culturales, económicas y sociales de cada mercado acorde con sus tendencias. Por ejemplo, al incursionar en mercados internacionales se conocen nuevas tendencias y tecnologías emergentes que permiten adaptar los productos a esos mercados. Así, las empresas pueden aprovechar estos conocimientos para diferenciarse de la competencia y fortalecer su posición en los mercados locales e internacionales.

Además, diversificar en productos y servicios no solo mejora la competitividad, sino que también reduce los riesgos ante fluctuaciones en la demanda de un único producto o mercado, esto permite a las empresas anticiparse y generar mayores oportunidades en el largo plazo. Es así como en un entorno globalizado la diversificación tanto de mercados, de productos y de servicios se convierten en estrategias clave para adaptarse a nuevas tendencias que permitan innovar y mantenerse en una posición competitiva en los mercados mundiales. Diversos análisis en comercio reafirman que el rol de la diversificación de las exportaciones impulsa el crecimiento económico en las economías en desarrollo (Agocin & Chanci, 2012).

4.7. Oportunidad para la diversificación de mercados y exportación de servicios

En un mundo globalizado cada vez más interconectado y donde emergen nuevas tecnologías, la diversificación de mercados permite buscar nuevas oportunidades para el comercio exterior. En ese sentido, la exportación de servicios surge como una importante alternativa para fortalecer la economía de los países en desarrollo.

En el caso de Ecuador aún enfrenta un desafío importante en el sector de servicios, esto debido a un déficit en la balanza comercial por la falta de diversificación tanto de mercados como de servicios. En el año 2023, las exportaciones alcanzaron 3,188 millones de dólares, destacando los sectores de turismo, transporte y otros servicios empresariales. Por otro lado, las importaciones totalizaron 5,285 millones de dólares, concentrándose en transporte (37%), viajes (28%) y otros servicios empresariales (8%). El déficit comercial fue de 2,097 millones de dólares.

Durante el segundo trimestre de 2024, las exportaciones alcanzaron los 1,414 millones de dólares, mientras que las importaciones sumaron 2,524 millones, generando un déficit de 1,110 millones de dólares. En lo que respecta a los principales servicios exportados por Ecuador son turismo (59%), transporte (24%) y otros servicios empresariales (7%). Además, la participación limitada de servicios avanzados como telecomunicaciones, informática e información (4%) sugiere que se debe impulsar la diversificación en las exportaciones de servicios de alto valor agregado. (MPCEIP, 2024)

Para revertir el déficit en la balanza comercial, Ecuador debe fomentar la inversión en educación y capacitación técnica, modernizar su infraestructura de telecomunicaciones y establecer políticas públicas que incentiven la exportación de servicios innovadores.

El Ecuador en los últimos años ha impulsado la política de promoción de servicios con capacitaciones técnicas y a través de alianzas estratégicas con gremios productivos, esto ha permitido identificar y expandir su oferta más allá de los productos tradicionales, explorando nuevos mercados y sectores.

Este nuevo enfoque, permite reducir la dependencia de productos primarios y abre puertas de oportunidades a productos y servicios de alto valor agregado, como la tecnología, el turismo, la educación y los servicios profesionales. En este contexto, es fundamental que el Ecuador identifique claramente estos sectores estratégicos y mercados, para implementar políticas públicas que incentiven la innovación y faciliten dentro de los acuerdos comerciales nuevas oportunidades que posicionen al país en el sector de servicios.

Tabla 13

Estrategias para la Diversificación de Mercados para la potenciación de la Exportación de Servicios

Ejes Estratégicos	Descripción
Fortalecimiento Empresarial	- Asistencia técnica
	- Talleres, capacitaciones y seminarios sobre cultura exportadora.
	- Diagnóstico de empresas con potencial exportador. - Fortalecimiento de emprendimientos.
Promoción Comercial	- Participación en eventos de promoción comercial.
	- Difusión de oportunidades de negocio.
	- Participación en eventos internacionales
	- Posicionamiento de Ecuador como plataforma exportadora. -Diversificación de mercados.
Innovación y Cooperación	- Programas de Cooperación internacional para fortalecer el sector.
	- Estudios de mercado para identificar oportunidades.
	- Alianzas estratégicas con instituciones nacionales e internacionales.

Nota. Ejes estratégicos que deben de considerarse en la exportación de servicios. Gallardo (2023).

4.8. El futuro comercial de Ecuador

Ecuador ha experimentado una evolución significativa en sus estrategias comerciales a lo largo de las últimas décadas. Desde ser una economía que ha

sido dependiente del petróleo y commodities, a ser un país que ha buscado diversificar sus exportaciones tanto en productos tradicionales y no tradicionales, como de servicios fortaleciendo así su presencia en mercados internacionales a través de la firma de acuerdos comerciales, la participación activa en eventos y misiones internacionales.

Las exportaciones no petroleras de Ecuador alcanzaron un total de USD 20.019 millones, registrando un crecimiento interanual del 7,7% a octubre 2024. Entre los productos destacados, el camarón lideró con USD 2.346 millones (+173,1%), seguido por el banano con USD 2.995 millones (sin variación significativa) y el cacao con USD 1.364 millones (+24,2%). En términos de mercados clave, las exportaciones hacia la Unión Europea crecieron un 37%, mientras que hacia China se contrajeron un 19,9%. Por otro lado, las importaciones totalizaron USD 17.328 millones, reflejando una caída del 7,2%, principalmente por disminuciones en materias primas y manufacturas metálicas (-22%). La balanza comercial no petrolera cerró con un superávit de USD 2.691 millones, lo que representa un incremento de USD 1.427 millones en comparación con el año anterior (MPCEIP, 2025).

El acuerdo comercial con la UE que se encuentra vigente desde el año 2017 ha permitido a Ecuador posicionarse en productos clave como banano, camarón y flores, fortaleciendo su competitividad frente a países vecinos; sin embargo, aún existen barreras no arancelarias y una limitada diversificación de productos con mayor valor agregado.

Por otro lado, el acuerdo con China, que entró en vigor el 1 de mayo de 2024, ha permitido a Ecuador reducir significativamente los aranceles, beneficiando a más de 2,000 productos, por lo que se espera un crecimiento en las exportaciones e importaciones en los próximos 5 años. Las negociaciones con Canadá, República Dominicana y Emiratos Árabes Unidos también se encuentran en proceso, lo que podría abrir nuevos mercados para productos ecuatorianos.

Si bien, el comercio internacional ha sido un pilar fundamental para la economía ecuatoriana, a lo largo de las últimas décadas, el Ecuador ha implementado distintas estrategias comerciales que han tenido un impacto positivo en la

diversificación de mercados, aunque aún existen desafíos por superar, la reducción de aranceles y la mejora en la competitividad han beneficiado a varios sectores de la economía, es por esto por lo que el país debe centrarse en fortalecer su agenda de productividad y competitividad interna y superar los obstáculos en las relaciones bilaterales.

Además, se debe continuar avanzando en la agenda comercial, la Alianza del Pacífico e impulsar la firma de un acuerdo comercial con los Estados Unidos, uno de los principales socios comerciales del país y lograr superar las diferencias con países como México, país con el cual el Ecuador tiene oportunidades por su complementariedad comercial. El país debe seguir apostando a la firma de nuevos acuerdos comerciales donde la diversificación de mercados seguirá siendo una estrategia crucial para el aprovechamiento de las oportunidades que ofrecer el comercio internacional para el crecimiento económico del país.

Conclusiones

El comercio exterior no es solo un intercambio de bienes y servicios; es el pulso de la historia, el reflejo de nuestras aspiraciones como sociedades y la herramienta más poderosa para construir prosperidad compartida. A lo largo de este libro, se ha recogido la evolución de los acuerdos comerciales, desde los tratados bilaterales hasta los megatratados del siglo XXI (Capítulo 1); se han explicado la dinámica entre América Latina y la Unión Europea, con sus oportunidades y desafíos (Capítulo 2); y se ha analizado el impacto transformador de China en la región, un fenómeno que redefine economías y desafía paradigmas (Capítulo 3). Pero es en el Capítulo 4 donde confrontamos la pregunta crucial: ¿Cómo configurar un futuro comercial que sea justo, sostenible y resiliente? La respuesta no está escrita y continuará en evolución.

En un mundo marcado por la incertidumbre geopolítica, la revolución tecnológica y la urgencia climática, los acuerdos comerciales ya no pueden ser solo instrumentos económicos: deben ser pactos de cooperación estratégica. Como bien señaló Stiglitz, en su libro “Globalization and Its Discontents Revisited: Anti-Globalization in the Era of Trump”, que el futuro del comercio internacional dependerá de su capacidad para ser inclusivo, sin dejar a nadie atrás. América Latina —y Ecuador en particular— tiene ante sí una oportunidad histórica: dejar de ser espectador pasivo para convertirse en arquitecto de su propio destino comercial. ¿Cómo? Diversificando mercados, fortaleciendo cadenas de valor locales, integrando acuerdos comerciales de nueva generación que vinculen las prácticas comerciales con la cooperación estratégicas en beneficios de la sociedad.

Este libro invita a los estudiantes, académicos e investigadores a conocer y cuestionar lo establecido. A los profesionales, a innovar en estrategias comerciales; y a los ciudadanos a que participen activamente en la construcción de estos acuerdos. El ABC de los Acuerdos Comerciales es solo uno de los pasos que se necesitan para seguir el camino que lleve al desarrollo sostenible de una sociedad interconectada en un mundo de nuevas oportunidades.

Referencias bibliográficas

- Agocin, M., & Chanci, D. (2012). Export Diversification Dynamics in Latin America. *Munich Personal RePEc Archive* (44241), 37.
- Aleman, C. (2007). ¿Sirve el diálogo político entre la Unión Europea y América Latina?, Madrid: Fundación Carolina Cealci. En C. Freres, S. Gratius, T. Mallo, A. Pellicer, & J. Sanahuja, *Mecanismos de diálogo Unión Europea-América Latina* (pág. 12). Fundación Carolina Cealci.
- APEC. (2 de Enero de 2025). *www.apec.org*. Obtenido de *www.apec.org*: https://www.apec.org/groups/other-groups/fta_rta
- Arango, E., Briceño, A., & Delgado, J. (2018). Diversificación como estrategia de expansión: efectos en el rendimiento operativo de empresas mexicanas. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(83), 17.
- Bhagwati, J. (2004). In defense of globalization. New York: Oxford University.
- Baquero-Herrera, M. (2005). Open Regionalism in Latin America: An Appraisal. *Law and Business Review of the Americas*, 11(2), 47.
- BBC. (24 de Octubre de 2024). Cómo China pasó de ser un país pobre y rural a una superpotencia mundial. *BBC News Mundo*, pág. 1. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/articles/cj04r5en9rdo>
- Bull, B. (2024). China and the Geopolitics of Climate Multilateralism in Latin America. *Iberoamericana – Nordic Journal of Latin American and Caribbean Studies*, 53(1), 15. doi: <https://doi.org/10.16993/iberoamericana.633>
- Cancillería. (26 de Enero de 2025). *www.cancilleria.gob.ec*. Obtenido de <https://www.cancilleria.gob.ec/china/relacion-bilateral/>
- Castillo, J., & Requena, F. (2003). Estrategias de diversificación en las exportaciones manufactureras. *Revista de Economía Aplicada*, 11(33), 20.
- Claudio, G. (2009). *China, 30 años de crecimiento económico*. Universidad Francisco de Vitoria.
- Constitución de la República. (2008). Registro Oficial. Registro Oficial.

- Cordes. (1991). *Integración Latinoamericana su última oportunidad*. Bogotá: Tercer Mundo.
- Durán, J., & Morales, J. (2024). *Estudio sobre los posibles impactos de un acuerdo comercial entre el Ecuador y China*. Santiago: Comisión Económica Para América Latina.
- Durán, J., & Pellandra, A. (2017). *La irrupción de China y su impacto sobre la estructura productiva y comercial en América Latina y el Caribe*. Santiago: Cepal.
- European. (3 de Enero de 2025). <https://european-union.europa.eu>. Obtenido de https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/history-eu/1945-59_es
- Fernández, X. (2020). *La reforma de una Organización Mundial del Comercio en crisis: ¿misión imposible?* Barcelona: CIDOB.
- Gallardo (2023). Informe de gestión. Viceministerio de Promoción de Exportaciones e Inversiones-ProEcuador.
- Gil-Pareja, S., Ilorca-Vivero, R., & Paniagua-Soriano, J. (2016). El potencial de China. *Papeles de Economía Española*, 150, 13.
- González, I. (2020). Veinte años de relaciones estratégicas de la Unión Europea con América Latina y el Caribe (1999-2019): análisis de la evolución de sus “tres pilares” fundamentales. *Foro Internacional*, 48. doi: <https://doi.org/10.24201/fi.v60i3.2646>
- González, R., & Maesso, M. (2000). *Las relaciones comerciales entre la Unión Europea y América Latina. De la marginación al entendimiento*. Badajoz: Universidad Extremadura.
- Guzmán, F., & Sánchez, S. (2020). *Ecuador - China: 40 años de relaciones diplomáticas 1980 - 2020*. Digital Express Center.
- Halperin, M. (2021). Los Tratados de Libre Comercio de última generación y su incidencia sobre la competitividad relativa de países en desarrollo. *Instituto de Integración Latinoamericana*, 33.

- Hearn, A., & León-Manríquez, J. (2011). China and Latin America: A New Era of an Old Exchange. En A. Hearn, & J. León-Manríquez, *China Engages Latin America: Tracing the Trajectory* (pág. 20). Lynne Rienner Publishers.
- Hearn, A., & León-Martínez, J. (2011). China, Latin America, and the Trajectory of Change. En A. Hearn, & J. León-Martínez, *China Engages Latin America. Tracing the Trajectory* (pág. 7). Lynne Rienner Publishers.
- Ho, Y., & Wook, S. (2003). Trends in China's Special Economic Zones and Suggestions for Korean Economy. *East Asian Economic Review*, 7(2), 49. doi: <https://dx.doi.org/10.11644/KIEP.JEAI.2003.7.2.106>
- IMF. (3 de Enero de 2025). *data.imf.org*. Obtenido de *data.imf.org*: <https://data.imf.org/?sk=9d6028d4-f14a-464c-a2f2-59b2cd424b85&sid=1390030341854>
- Jenkins, R. (2015). La expansión global de China y su impacto en América Latina. En S. Mantilla, *La expansión de China en América Latina* (pág. 37). Centro Latinoamericano de Estudios Políticos.
- Kayani, F. (21 de Mayo de 2021). China's Mushrooming Free Trade Agreements: New Zealand and China's Upgraded Free Trade Agreement. *Wseas Transactions on Business and Economics*, 10. doi: <https://doi.org/10.37394/23207.2021.18.84>
- Kelsey, J. (2019). The Trans-Pacific Partnership Agreement and the Regional Comprehensive Economic Partnership: A Battleground for Competing Hegemons? En L. C. Perry, *Free Trade Agreements: Hegemony or Harmony* (pág. 25). Singapore: Springer.
- Larrea-Paredes, M., Zhangallimbay, D., Macas-Acosta, G., Jimber-del-Rio, J., & Vergara-Romero, A. (November de 2023). Europe and Latin America: Analysis of the Effect of Trade Agreements on Exports. *TEM Journal.*, 12(4), 7. doi: <https://doi.org/10.18421/TEM124-55>
- Lopes, D., Quinet, S., & Salgueiro, F. (2021). América Latina y China: ¿beneficio mutuo o dependencia? (Cepal, Ed.) *Cepal*, 135, 18. Obtenido de

<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/3e30e654-04c3-4ec0-b0da-2a1e9437769b/content>

- Lu, T. (2019). *EL IMPACTO DE LA MANUFACTURA CHINA EN EL PANORAMA ECONÓMICO INTERNACIONAL*. Universidad Politécnica de Cartagena.
- Macas-Acosta, G. (2016). *Ecuador y su futuro en el comercio internacional*. Samborondón: Ecotec.
- Maillo, J. (2021). *Acuerdos comerciales UE de “Nueva Generación”: origen, rasgos y valoración*. Madrid: Fundación Universitaria San Pablo Ceu.
- Mansor, F., & Dias, M. (2012). Amenazas y oportunidades del comercio brasileño con China: lecciones para Brasil. *Prob. Des* vol.43 no.168 Ciudad de México ene./mar. 2012, 43(168), 29. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0301-70362012000100006
- Márquez, G., Vergara, A., Márquez, F., & Albán, G. (2022). BIDEPENDENCIA INTERNACIONAL ENECUADOR: ESTADOS UNIDOS Y CHINA. *Revista Científica Ecociencia*, 9(6), 19. doi: <https://doi.org/10.21855/ecociencia.96.747>
- McCaig, B., & Nina Pavcnik, N. (2018). Export Markets and Labor Allocation in a Low- Income Country. *American Economic Review*, 108(7), 52. doi: <https://doi.org/10.1257/aer.20141096>
- Millet, M. (2001). *La regulación del comercio internacional: del GATT a la OMC*. Caixa.
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2024). Documento Monitoreo de Exportaciones de Servicios, Diciembre.
- Montes, J., Arbulú-Ballesteros, M., Guzmán, M., Paredes, A., Cruz, L., Farfán-Chilicaus, G. G., & Blas, J. (2024). Diversification of Export Markets: A Literature Review. *Journal of Educational and Social Research*, 14(5), 16. doi: <https://doi.org/10.36941/jesr-2024-0137>

- Moreno, A. (2009). China's Special Economic Zones: Facing the challenge of the WTO. *México y la Cuenca del Pacífico*, 12(15), 27.
- MPCEIP. (2024). *Ecuador Compite*. Quito: Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca.
- MPCEIP. (20 de Enero de 2025). *www.produccion.gob.ec*. Obtenido de *www.produccion.gob.ec*: <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2024/12/Boletin-Comercio-Exterior-DICIEMBRE-2024-3.pdf>
- Oborne, M. (1986). *China's Special Economic Zones*. OECD.
- OMC, Organización Mundial del Comercio. (11 de Enero de 2025). *wto.org*. Obtenido de <https://stats.wto.org/>
- Pascual, D. (2021). *Análisis del bloqueo de la Ronda de Doha*. Universitat de barcelona.
- Paulino L. (2020). Las relaciones Brasil-China en el siglo XXI. *Relaciones Internacionales*, 29(59), 13. doi: <https://doi.org/10.24215/23142766e111>
- Piekutowska, A. (2018). ECONOMICS OF FREE TRADE AGREEMENTS: WINNERS AND LOSERS. ResearchGate, 12.
- Pranolo, A., Nuryana, Z., Sularso, S., & Fadillah, D. (2023). Economic support online- technology: a comparison between China and Indonesia. *Bulletin of Social Informatics Theory and Application*, 7(1), 10. doi: <https://doi.org/10.31763/businta.v7i1.486>
- ProChile. (n.d.). ProChile: Promoción de exportaciones y atracción de inversiones. Recuperado el 15 de diciembre, de <https://www.prochile.gob.cl/>
- ProColombia. (n.d.). Exportar desde Colombia. Recuperado el 10 de enero de 2025 <https://procolombia.co/colombiatrader/exportador/exportar-desde-colombia>
- ProEcuador. (n.d.). Promoviendo exportaciones e inversiones en Ecuador. Recuperado el 10 de enero de 2025, de <https://www.proecuador.gob.ec/>

- PromPerú. (n.d.). Institucional PromPerú. Recuperado el 10 de enero de 2025 de <https://institucional.promperu.gob.pe/>
- Ruano, L. (2018). La Unión Europea y América Latina y el Caribe: breve historia de la relación birregional. *Revista Mexicana de Política Exterior*, 1(112), 18.
- Solano, J., & Ubieta, S. (2019). Integración económica y acuerdos comerciales: Una revisión conceptual. *Yura: Relaciones Internacionales*, 28.
- VanGrasstek, C. (2013). *THE HISTORY AND FUTURE OF THE WORLD TRADE ORGANIZATION*. (W. Publications, Ed.) Geneva, Switzerland: World Trade Organization. Obtenido de https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/historywto_e.pdf
- VÉJAR, J. (2021). *LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO: DEL GATT A LOS DESAFÍOS Y PROBLEMAS DEL SIGLO XXI*. Universidad de Chile.
- WTO. (25 de diciembre de 2024). *stats.wto.org/*. Obtenido de <https://stats.wto.org>
- Yinshi, W. (2015). América Latina: las estrategias económicas de EEUU, Unión Europea y China en la integración económica global (1990-2010). En S. Mantilla, *La expansión de China en América Latina* (pág. 23). Centro Latinoamericano de Estudios Políticos.

El ABC de los Acuerdos Comerciales es un texto imprescindible para comprender cómo los tratados internacionales moldean la economía global y regional. Pensado para estudiantes, profesionales y tomadores de decisiones, el libro conjuga análisis histórico, evidencia empírica, casos y proyecciones estratégicas. Además, vincula la teoría y realidad, mostrando que el comercio no es un juego de suma cero, sino una red de oportunidades y desafíos. Con mirada prospectiva, este libro invita a pensar en un nuevo pacto comercial que busque el desarrollo sostenible, recordando que el comercio internacional no es un fin en sí mismo, sino un medio para construir bienestar socioeconómico global.



ISBN: 978-9942-960-98-6

