





Ecuadorian Chocolate's Revealed Comparative Advantage Post-EU Agreement: An RCA-Based Analysis.





Lozano Mariana, Mgs¹; Andrade Carla, PhD², Sanipatin Geovanny, BA³; Mera Luis, BA⁴
^{1,3,4}Universidad de Guayaquil, (Facultad de Ciencias Administrativas), Cda. Universitaria, Av. Delta s/n y
Av. Kennedy Guayaquil, Ecuador, mariana.lozanob@ug.edu.ec, geovanny.sanipatinm@ug.edu.ec,
luis.merap@ug.edu.ec

²Universidad ECOTEC, Km 13.5 Samborondón, Samborondón, EC092302, Ecuador,
candrada@ecotec.edu.ec

Abstract– This quantitative study examines the impact of the Multipartite Trade Agreement between Ecuador and the European Union on the competitiveness of Ecuadorian chocolate exports. Using the Revealed Comparative Advantage Index (RCA), we analyze the evolution of Ecuadorian chocolate's competitive position in the European market before and after the agreement came into force. The results show that, while the agreement has created opportunities for the Ecuadorian chocolate sector, challenges related to quality, sanitary and phytosanitary regulations, and trade promotion still persist. The conclusions of this research offer valuable implications for the formulation of public policies aimed at strengthening the competitive position of Ecuadorian chocolate in the global market and maximizing the benefits of the trade agreement.

Keywords– Trade agreement, Exports, Quality, Competitiveness, RCA.

Ventaja Comparativa Revelada del Chocolate Ecuatoriano tras el Acuerdo con la UE: Un Análisis Cuantitativo Basado en el IVCR.

Lozano Mariana, Mgs¹; Andrade Carla, PhD², Sanipatin Geovanny, BA³; Mera Luis, BA⁴
^{1,3,4}Universidad de Guayaquil, (Facultad de Ciencias Administrativas), Cdda. Universitaria, Av. Delta s/n y Av. Kennedy Guayaquil, Ecuador, mariana.lozanob@ug.edu.ec, geovanny.sanipatinm@ug.edu.ec, luis.merap@ug.edu.ec
²Universidad ECOTEC, Km 13.5 Samborondón, Samborondón, EC092302, Ecuador, candradea@ecotec.edu.ec

Resumen– Este estudio cuantitativo examina el impacto del Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea en la competitividad de las exportaciones de chocolate ecuatoriano. Utilizando el Índice de Ventaja Comparativa Revelada (IVCR), se analiza la evolución de la posición competitiva del chocolate ecuatoriano en el mercado europeo antes y después de la entrada en vigor del acuerdo. Los resultados revelan que, si bien el acuerdo ha generado oportunidades para el sector chocolatero ecuatoriano, aún existen desafíos relacionados con la calidad, la normativa sanitaria y fitosanitaria, y la promoción comercial. Las conclusiones de esta investigación ofrecen valiosas implicaciones para la formulación de políticas públicas destinadas a fortalecer la posición competitiva del chocolate ecuatoriano en el mercado global y maximizar los beneficios del acuerdo comercial.

Palabras Clave-- Acuerdo comercial, Exportaciones, Calidad, Competitividad, IVCR.

I. INTRODUCCIÓN

La Unión Europea es uno de los bloques comerciales más importantes en la actualidad y desde la década pasada ha buscado expandir sus horizontes comerciales con otros países forjando relaciones incluso con aquellos que no son potencias, pero que sí poseen ventajas comparativas. Los vínculos entre la Unión Europea y la Comunidad Andina han experimentado un fortalecimiento considerable desde el año 2003. A nivel político, el diálogo constante ha propiciado una mayor convergencia entre ambas regiones [1]. El Ecuador siendo un país con un potencial agrícola posee productos que han llamado la atención especial de los mercados internacionales más importantes del mundo por su calidad.

El acuerdo comercial ha impulsado notablemente el intercambio de mercancías entre los socios comerciales. Para Ecuador, resulta especialmente ventajoso el acceso preferencial a los mercados europeos para sus productos industriales, pesqueros y agrícolas [2].

En vías de crear más relaciones comerciales fue que se buscó adherirse al Acuerdo Comercial Multipartes con la UE

Digital Object Identifier: (only for full papers, inserted by LACCEI).
ISSN, ISBN: (to be inserted by LACCEI).
DO NOT REMOVE

en el año 2017, tras la firma de este acuerdo fue que un mercado tan interesante como el europeo se abrió de formas nunca vistas para las empresas ecuatorianas trayendo beneficios arancelarios importantes para estos.

El cacao y sus derivados son probablemente el producto estrella del Ecuador en rama de exportaciones, por lo que al estar incluido en el acuerdo también fue beneficiario de las cláusulas de este como acceso preferencial a los mercados, eliminación de aranceles y cuotas, medidas para facilitar el comercio y la inversión, etc. De acuerdo con datos del Ministerio de Producción, el chocolate ecuatoriano se exporta bajo 17 marcas a más de 30 países [3].

Incurcionar a un mercado tan exigente como la Unión Europea no ha sido fácil y durante los últimos años se han presentado distintas circunstancias alrededor de esto, sin mencionar una crisis mundial provocada por la pandemia del Covid-19 que fracturó el comercio internacional significativamente.

II. ANTECEDENTES TEÓRICOS

A. Antecedentes.

En materia de políticas comerciales y la existencia de los acuerdos en las relaciones entre naciones responden ante la necesidad de un país de mejorar sus economías mediante la aplicación de políticas que les permitan ampliar su horizonte comercial y fortalecer sus vínculos con socios internacionales.

Los acuerdos comerciales existen respondiendo a la necesidad de los países para expandir sus límites comerciales y desde mucho tiempo antes de que existan las formalidades de estos.

El objetivo principal de la política comercial exterior es fortalecer la economía nacional, promoviendo las exportaciones y protegiendo las industrias locales de la competencia internacional [4].

La existencia de acuerdos comerciales preferenciales y la evaluación de sus efectos sobre las relaciones económicas son temas recurrentes en el análisis del comercio internacional. [5]. La globalización fue un importante hito que aceleró la necesidad de las naciones por realizar tratos comerciales. Liberar los mercados o no ha sido un fuerte tema de discusión para los países que no supieron cómo comenzar con sus tratos

con sus países vecinos, hubo un debate constante sobre el equilibrio entre el proteccionismo y el libre comercio. Mientras que el proteccionismo puede proteger industrias locales, el libre comercio tiende a generar beneficios en términos de eficiencia y acceso a una gama más amplia de bienes y servicios.

En el caso de Sudamérica, varios países latinoamericanos establecieron tratados bilaterales con el objetivo de fomentar el comercio, buscando la reducción de aranceles y la promoción de la circulación de bienes. La firma del Acuerdo Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea (UE) ha tenido varios impactos positivos en las exportaciones de chocolate ecuatoriano, aunque los resultados pueden variar según diversos factores.

B. Bases Teóricas.

La teoría de la ventaja absoluta fue propuesta por el economista Adam Smith en 1776, la misma se centra en el comercio internacional y sostiene que un país debería especializarse en la producción de bienes en los que tenga una ventaja absoluta sobre otros países, sacando un provecho económico único de esta circunstancia. La ventaja absoluta se basa en la eficiencia productiva y la productividad de los factores de producción, por ello Smith sostiene que los países pueden aumentar su producción total y mejorar el estándar de vida si se dedican a producir lo que son inherentemente buenos en producir.

La competitividad de una nación se sustenta en su capacidad para producir bienes y servicios a un costo inferior al de sus competidores. Esta ventaja competitiva puede surgir de factores naturales, como recursos abundantes, o de factores creados, como tecnología avanzada o mano de obra altamente calificada. Al especializarse en la producción de aquellos bienes en los que tiene una ventaja absoluta, un país puede aumentar su producción y sus exportaciones, al tiempo que reduce sus costos al importar aquellos bienes que otros países producen de manera más eficiente [6].

Asimismo, bases teóricas como la teoría de las uniones aduaneras de [17] se han convertido en pilares importantísimos para entender las complejidades de las uniones aduaneras y los efectos de las políticas comerciales en las económicas de los países. Viner reconoció la importancia de las consideraciones institucionales y políticas en la toma de decisiones sobre política comercial.

La eliminación de barreras comerciales entre países vecinos y la creación de zonas de libre comercio, que pueden evolucionar hacia uniones aduaneras con aranceles comunes, son el núcleo de la integración económica. [7].

Michael Porter y otros autores han destacado la importancia de la localización y la formación de clústeres industriales para la competitividad. La proximidad geográfica de empresas relacionadas y de instituciones de apoyo puede crear sinergias y ventajas competitivas.

Para aumentar los ingresos y mejorar la calidad de vida de la población, es fundamental incrementar la productividad. Solo así un país puede competir en los mercados internacionales y garantizar un crecimiento sostenido [8].

El chocolate ecuatoriano enfrenta una competencia significativa en el mercado de la Unión Europea, que es conocido por su variedad de ofertas de chocolates de alta calidad provenientes de diversos países. Sin embargo, la singularidad del chocolate ecuatoriano radica en su estatus por ser de origen fino y poseer características distintivas derivadas de la variedad de cacao. Esta distinción, combinada con prácticas de cultivo sostenible y métodos de producción artesanales, ha contribuido a posicionar al chocolate ecuatoriano como una opción premium en el mercado europeo.

Solo a través de la competitividad se puede alcanzar un nivel de producción que permita ofrecer productos y servicios de alta calidad y en cantidades significativas. [9].

III. METODOLOGÍA

Se aplica un enfoque cualitativo con el fin de analizar el impacto del Acuerdo Comercial Multipartes con la UE centrándose en las exportaciones de chocolates entre Ecuador y este bloque económico. Esto permitirá conocer los efectos del acuerdo en la coyuntura del comercio internacional ecuatoriano, explorando la incidencia en los productores de chocolates ecuatorianos en el mercado europeo.

La presente investigación es No Experimental de tipo Transaccional porque se enfoca en la recopilación, observación y análisis de datos ya existentes sobre las exportaciones de chocolates, sin involucrar intervenciones directas o manipulación de variables en el proceso de exportación.

Y con alcance descriptivo que facilitará la comprensión de la situación actual de las exportaciones de chocolate hacia la UE, otorgando una visión más detallada de los volúmenes, destinos, tendencias temporales y cualquier otra información relevante sobre estas exportaciones lo cual brindará una base de información más sólida y confiable para realizar un análisis sobre el impacto del acuerdo comercial. Es importante recalcar que es crucial acceder a individuos o grupos específicos que posean información detallada y especializada sobre el tema en cuestión.

Una muestra no probabilística puede brindar una comprensión más profunda y rica sobre las experiencias, percepciones y desafíos de los entrevistados. Por ello se optará por una muestra no probabilística por conveniencia, esto puede ser valioso para obtener una perspectiva cualitativa detallada de expertos sobre cómo el acuerdo comercial impacta a los actores claves en la industria del chocolate.

IV. RESULTADOS

Inicialmente, tras la firma del Acuerdo Comercial Multipartes con la UE las exportaciones de chocolates hacia dicho mercado eran relativamente significativas, los volúmenes de las cuatro subpartidas tenían un promedio de \$60.000 USD en productos exportados. Se podría señalar que para estos cuatro tipos de chocolates el comportamiento

después de la entrada en vigor del ACM fue bastante distinto entre sí.

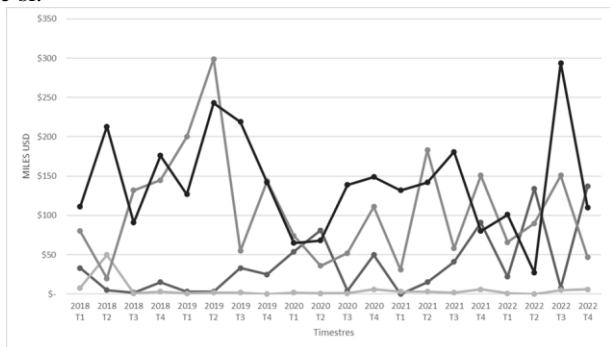


Fig. 1 Exportaciones de 4 tipos de chocolates ecuatorianos a la UE. Nota. Datos obtenidos de Trade Map.

En la Fig.1 se pueden observar cómo los 4 tipos de chocolates han tenido comportamientos bastante distintos entre sí, mostrando irregularidades y estacionalidad en los niveles de exportación. Además de mostrar cómo en el segundo trimestre del 2020 la pandemia significó un importante valle en la gráfica, representando la complicada situación del comercio exterior en ese periodo.

Asimismo, otro punto importante por resaltar son las cantidades en toneladas que se han exportado hacia la UE durante los últimos cinco años, en la Fig.2 se aprecian las toneladas exportadas para la partida 1806 correspondiente a *Chocolates y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao*; en general estas cantidades comenzaron poco a poco a ir en aumento, pero tras el declive económico por la pandemia, decayeron considerablemente.

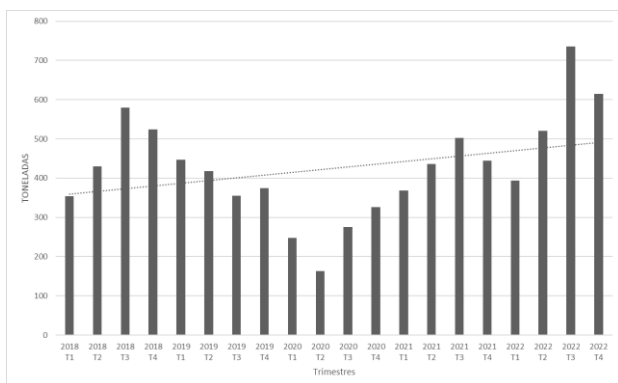


Fig. 2 Toneladas exportadas de 4 tipos de chocolates ecuatorianos a la UE. Nota. Datos obtenidos de Trade Map.

Se puede apreciar una clara tendencia positiva, es decir, el chocolate sí se estuvo vendiendo, pero no fue apreciado económicamente como podría serlo. La tendencia positiva no tan pronunciada demuestra que, si bien se ha podido exportar más de 600 toneladas únicamente en el tercer trimestre de cada año, esto causa que la capacidad productiva para los

siguientes ciclos necesite recuperarse de forma lenta. Las productoras apuntan a querer exportar más en dicho periodo debido a que no pueden mantener el ritmo de estos niveles de exportación durante todo el año.

Por otro lado, la situación de los productores ecuatorianos de chocolates durante varios años no ha tenido disponibles los recursos de forma equitativa. La falta de incentivos tanto gubernamentales como financieros no han ayudado a que más productores tengan la capacidad de alcanzar ciertos niveles de calidad para que sus chocolates puedan incurrir en mercados altamente competitivos como el europeo.

Los productores buscan alternativas de comercialización basándose en la innovación utilizando la tecnología como su principal herramienta para aportar un valor agregado a su materia prima [10].

Uno de los factores con mayor incidencia para esto es el acceso a créditos, debido a que la materia prima no es suficiente, no alcanza solo con eso si no se tiene maquinaria cómo producirlo, como empaquetarlo, en cómo ofrecerlos después. Él también recalca que de diez empresas que buscan pasar los filtros para internacionalizarse a mercado europeo solamente una logra alcanzar los requisitos pese a que talvés las demás tengan la misma calidad en sabor.

Según la referencia [11] Ecuador, es el mayor productor de cacao fino de aroma, pero su escasa competitividad y limitado acceso a la tecnología, ha minimizado la estructura de emprendimiento por lo tanto es generador de materia prima y no de subproductos. Mientras la demanda mundial es acelerada, solamente existen 25 empresas vinculadas a la producción y comercialización de chocolate ecuatoriano, de las cuales solo dos son competitivas internacionalmente.

Dentro del sector productivo, algunos productores de chocolates antes sólo tenían un cliente, ahora un par más, pero esto tampoco es algo demasiado beneficioso, porque no se pueden producir cantidades así de grandes para cubrir la oferta que el mercado europeo demanda y por ende no se logra avanzar más en dichos mercados.

A pesar de ser un mercado que puede generar un amplio rendimiento económico a largo plazo además de ser uno de los mercados que representan una amplia demanda, en el Ecuador hay escasa presencia de empresas procesadoras y productoras de chocolate por falta de financiamiento debido al costo de materia y especialmente de la maquinaria que hace posible la producción generando un amplio costo de elaboración del producto terminado [12].

También es importante resaltar que parte del compromiso de Ecuador al participar en estos acuerdos es estar consciente de que se necesita innovar el chocolate ecuatoriano, aprovechando su fama por su sabor. Los productores buscan

alternativas de comercialización basándose en la innovación utilizando la tecnología como su principal herramienta para aportar un valor agregado a su materia prima [10].

Asimismo, si bien el cacao ecuatoriano brilla por su ser de los mejores del mundo, estos derivados requieren no sólo de procesos y cuidados especiales, sino que también deben cubrir ciertos estándares internacionales para poder competir con otros chocolates altamente demandados de marcas locales.

Para visualizar la competitividad del chocolate ecuatoriano en mercado europeo se utilizará en el presente trabajo el Índice de Ventaja Comparativa Revelada (IVCR) como una herramienta para tener una perspectiva en relación con el impacto que el Acuerdo Comercial Multipartes pudo haber ejercido en la proporción de las exportaciones ecuatorianas de chocolates hacia Europa.

El IVCR propuesto por Balassa será el utilizado en el siguiente proyecto, cuya fórmula es:

$$IB_{ij}^k = \frac{\frac{X_{ij}^k}{XT_{ij}}}{\frac{X_{iw}^k}{XT_{iw}}} \quad (1)$$

Donde:

X_{ij}^k : Exportaciones de Chocolates realizadas por Ecuador hacia la UE.

XT_{ij} : Exportaciones totales de Ecuador hacia la UE.

X_{iw}^k : Exportaciones de Chocolates realizadas por Ecuador hacia el Mundo.

XT_{iw} : Exportaciones totales del Ecuador al Mundo.

Luego se considera el siguiente intervalo para el análisis posterior del valor final del indicador en cada periodo correspondiente.

Entre + 0.33 y + 1 existe ventaja para el país.

Entre - 0.33 y - 1 existe desventaja para el país.

Entre - 0.33 y + 0.33 existe tendencia hacia un comercio intraproducto

En la Tabla 1 se resume la aplicación del IVCR de Balassa en las exportaciones de chocolates ecuatorianos hacia la UE durante el periodo 2018-2022 para las cuatro subpartidas revisadas anteriormente en la Fig. 1. Se puede observar como la ventaja comparativa realmente no está presente de forma constante para los productos, es decir, competitivamente no han sido productos valorados o apreciados como deberían por los beneficios del AMC.

TABLA 1
IVCR PARA LAS EXPORTACIONES DE CHOCOLATES

| Subpartida | 1806.31 | 1806.32 | 1806.20 | 1806.90 |
|------------|---------|---------|---------|---------|
| 2018 | 0,41 | 0,20 | -0,83 | 0,99 |
| 2019 | -0,55 | 0,42 | -0,81 | 1 |
| 2020 | -0,45 | 0,16 | -0,42 | 0,99 |
| 2021 | -0,19 | 0,34 | -0,69 | 0,99 |
| 2022 | -0,41 | 0,21 | -0,47 | 0,99 |

Estos datos permitieron calcular el IVCR para cada una de ellas durante los últimos cinco años; estas estimaciones dan un posible escenario sobre cómo les ha ido a estos tipos de chocolates en territorio europeo. En la Tabla 2 se detallan las equivalencias de las estimaciones:

TABLA 2
ESTADO DE VENTAJA COMPARATIVA REVELADA PARA LAS EXPORTACIONES DE CHOCOLATES

| Subpartida | 1806.31 | 1806.32 | 1806.20 | 1806.90 |
|------------|------------------------|------------------------|------------|---------|
| 2018 | Ventaja | Comercio intraproducto | Desventaja | Ventaja |
| 2019 | Desventaja | Ventaja | Desventaja | Ventaja |
| 2020 | Desventaja | Comercio intraproducto | Desventaja | Ventaja |
| 2021 | Comercio intraproducto | Ventaja | Desventaja | Ventaja |
| 2022 | Desventaja | Comercio intraproducto | Desventaja | Ventaja |

En la Tabla 2 se presenta un análisis en base a los resultados obtenidos en la Tabla 1, se puede observar cómo a través del tiempo el indicador refleja qué tan competitivos han sido los chocolates ecuatorianos en la UE teniendo en consideración los demás aspectos analizados en el proyecto.

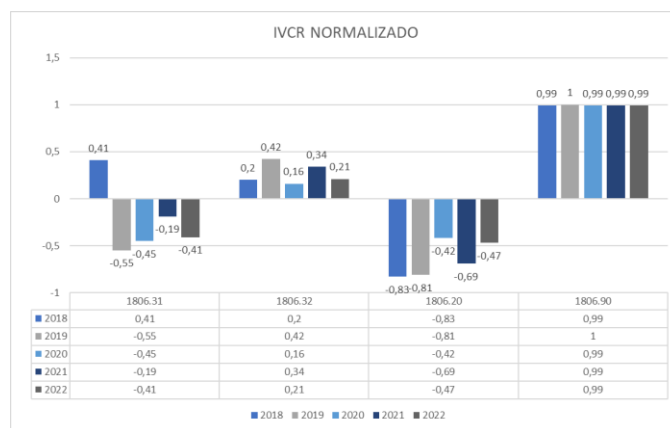


Fig. 3 IVCR Normalizado.
Nota. Datos obtenidos de Trade Map.

El IVCR muestra qué tan capaz está siendo un país en relación con otros para producir un bien con un costo de oportunidad bajo lo que repercute en su competitividad [13], [14], [15]. En la Fig.3 si bien es fácil observar que los chocolates en presentaciones líquidas, pastosas o en bloques o barras (subpartida 1806.20) no han demostrado ser lo suficientemente fuertes pues a diferencia de los chocolates en recipientes o envases (subpartida 1806. 90) parecen no contar con la capacidad productiva óptima para que el producto se eleve a una posición competitivamente alta en la UE.

Para los chocolates en bloques o barras rellenas (subpartida 1806.31) el indicador demuestra que inicialmente el producto era eficiente para entrar a mercado europeo, pero con el pasar de los años es posible que no haya contado con la suficiente especialización técnica para tratar su producto y que sea mayormente aceptado por dicho mercado, lo que el indicador demuestra ubicándolo como desaventajado en comparación a otros competidores.

En el caso de los chocolates en bloques o barras sin relleno (subpartida 1806.32) hay en su mayoría una tendencia hacia el comercio intraproducto, es decir, hay un panorama un poco más positivo debido a que el Ecuador pareciera haber estado participando más activamente en el comercio de productos similares de la misma industria, en este caso, chocolates. Sin embargo, este tipo de chocolate no ha logrado adaptarse completamente a las preferencias del consumidor en la UE sea por cuestiones de requisitos de calidad o por no cubrir la alta demanda del mercado europeo.

Una parte primordial para que los chocolates hayan ganado terreno competitivo durante estos últimos años es que debieron tener promoción internacional especial. Se enfatiza en que los presupuestos para giras ya no existen actualmente, que esas políticas de estado no se dan porque no hay el mismo nivel de capital y de inversión. Ahora cada empresa debe hacerlo por su cuenta y eso es lo que puede estar frenando que haya más diversificación y el que no impulse o motive a que otros empresarios tomen la decisión de invertir en este sector.

Ser competitivo para los productores ecuatorianos es una meta que se ha visto complicada en estos últimos años, no sólo por la pandemia, sino porque la UE pide certificaciones orgánicas muy exquisitas, la prohibición total de químicos o insecticidas es un obstáculo para aquellas productoras de cacao que las usan por intentar alcanzar los volúmenes y lamentablemente el mercado europeo los rechaza inmediatamente.

En resumen, la firma del Acuerdo Comercial Multipartes con la UE abrió posibilidades de internacionalización a las empresas ecuatorianas productoras y exportadoras de chocolates en un momento clave, pero que demostró que la industria como tal necesitó reestructurarse por completo. Ante un mercado tan exigente como el europeo, el producto final

que se pensaba exportar pasó por multitud de filtros que repercutieron no sólo en volúmenes de exportación, sino que también abrió la conversación sobre el desconocimiento técnico y la falta de tecnología de innovación en el sector productivo lo cual desemboca en qué tan apto ha estado el Ecuador para ofertar diferentes tipos de chocolates a la UE y en cuáles realmente está aprovechando los beneficios arancelarios del acuerdo y ganando un lugar altamente competitivo en el mercado internacional.

El objetivo de diseñar una propuesta que sirva como una posible implementación radica en Aprovechar los beneficios ofrecidos por el Acuerdo Comercial Multipartes con la UE para mejorar la comercialización, distribución y promoción de la gama de productos ofrecidos por las empresas chocolateras ecuatorianas.

Los productos manufacturados del cacao, como el chocolate, han demostrado ganar valor y espacio en los mercados internacionales, pero aún necesitan de un contexto tanto político como económico para mejorar sus condiciones de internacionalización. Por ello, la siguiente propuesta se realiza con el fin de sugerir la implementación de posibles estrategias que las empresas chocolateras ecuatorianas podrían llegar a aplicar para maximizar su participación y éxito en el mercado europeo, aprovechando plenamente los beneficios del Acuerdo Comercial Multipartes.

Dicho esto, se sugieren cinco oportunidades y desafíos a enfrentar que responden a las necesidades de la investigación realizada:

1. *Desarrollar modelos de investigación de mercado para detectar posibles nuevas oportunidades de exportación dentro de la UE.*

Esta estrategia ayudaría a las empresas chocolateras ecuatorianas a tomar decisiones puntuales e informadas para adaptar sus productos y esquemas a las necesidades del mercado europeo para maximizar su éxito en esta región, al igual contarían con la información necesaria para lograr minimizar los riesgos que conlleva la entrada a nuevos mercados.

Considerando que el mercado de la UE es lo suficientemente grande como para todavía existir nichos de mercado en los cuales las empresas chocolateras podrían incursionar es buena idea pensar en diseñar estas investigaciones con el fin de encontrar nuevas oportunidades para aprovechar los beneficios del acuerdo en esta zona y ayudar a incrementar los niveles de exportación de estos productos.

El uso de herramientas como Google Trends permite identificar las búsquedas más comunes sobre chocolate en distintos países de la UE lo que ayuda a detectar tendencias emergentes como el interés en chocolates orgánicos o

veganos. Por otro lado, otras herramientas como Euromonitor ofrece informes detallados sobre el consumo de chocolate, permitiendo a las empresas comprender mejor las preferencias de los consumidores, como sabores o formatos populares, y ajustar sus productos en consecuencia.

2. Diseñar planes de marketing internacional adaptándolos a la cultura de los países de la UE ganando un factor de diferenciación en el mercado.

Adaptar los planes de marketing a la cultura local aumenta la probabilidad de que los mensajes y las estrategias resuenen más con los consumidores de la UE. Esto facilita la conexión emocional y cultural, lo cual es crucial para el éxito en mercados internacionales.

Esta estrategia respetuosa y ética ayudará a contar con el factor diferenciador lo cual es clave al momento de una comprensión más profunda para la diversidad cultural ayudando así a construir relaciones sólidas con los consumidores.

Una opción es adaptar el packaging diseñando envases que reflejen los valores y gustos culturales de cada país en la UE. Por ejemplo, en mercados como Alemania, se podría resaltar la sostenibilidad con empaques reciclables, mientras que, en Francia, un diseño elegante y minimalista podría atraer a los consumidores. Además, es crucial traducir los mensajes clave a los idiomas locales y ajustar los colores o símbolos para que resuenen con las tradiciones y sensibilidades culturales de cada región.

3. Crear programas de formación y desarrollo para los productores de chocolates ecuatorianos.

Esta estrategia implica diseñar iniciativas educativas que aborden las necesidades específicas de los productores ecuatorianos con el objetivo de mejorar la calidad de sus productos, promover prácticas agrícolas sostenibles y elevar los estándares de la cadena de suministro [16]. Este enfoque no solo beneficia a los productores, sino que también contribuye a la industria del chocolate en su conjunto, sobre todo cuando se intenta satisfacer a un mercado tan exigente como el europeo.

Para promover la sostenibilidad en el sector cacaoero, es necesario capacitar a los productores en prácticas agrícolas sostenibles. La colaboración con expertos internacionales y la realización de talleres prácticos permitirán abordar temas como el uso eficiente del agua, el manejo de plagas y la mejora de la productividad sin comprometer el medio ambiente. Estos programas de formación deben ser diseñados de manera participativa, involucrando a los productores desde el inicio.

Incentivar la formación de políticas de estado referentes a créditos para los productores.

La estrategia responde a la necesidad de fortalecer con tecnología al sector productivo, de esta forma mejorando la

estabilidad económica de los productores agrícolas y fomentar un crecimiento sostenible en el sector. Lo que se busca es que el Estado ecuatoriano sea capaz de volver a crear políticas de estado lo suficientemente fuertes que ayuden a agilizar el acceso a créditos para los productores, los cuales normalmente se enfrentan a requisitos rigurosos como la ausencia de historial crediticio y tasas de interés desfavorables. De esta forma se adaptan las políticas de crédito de manera efectiva.

Principalmente el objetivo principal de aplicar esta estrategia es buscar aprovechar más el beneficio mutuo que da el acuerdo, es decir, este permite que se puedan exportar bienes con beneficios arancelarios, pero al mismo tiempo siendo capaces de importar bienes de capital como maquinarias que permitan fortalecer el sector productor inicial, siendo un ciclo que estaría beneficiando a más exportadores potenciales. Estas políticas no solo implican facilitar el acceso a créditos, sino también brindar a los agricultores el conocimiento necesario para utilizar de manera efectiva estos recursos, gestionar sus finanzas y tomar decisiones financieras informadas.

Para facilitar el acceso al crédito de los productores, se podrían implementar medidas como: simplificar los requisitos crediticios, reducir la importancia del historial crediticio, crear líneas de crédito con tasas de interés preferenciales y establecer fondos de garantía estatales. Fomentar el diálogo entre el sector público y privado permitirá diseñar políticas crediticias más adecuadas para el sector agrícola.

Formar alianzas estratégicas entre el Estado, empresas y productores para facilitar la obtención de certificaciones internacionales de calidad.

Más que una estrategia es una iniciativa que se pensaría muy útil para enfrentar uno de los principales obstáculos para que los productores puedan aprovechar el acceso que el ACM da a este mercado tan extenso. Esta colaboración integral busca elevar los estándares y la competitividad en los sectores productivos y exportadores de chocolates en el Ecuador reconociendo la importancia de las certificaciones internacionales de calidad como un elemento clave para acceder a mercados globales y mejorar la reputación de dichos productos.

El Estado puede crear un marco normativo y regulatorio que respalde la adopción de estándares de calidad internacionales, además, puede proporcionar recursos financieros y técnicos para el cumplimiento de estos. Las empresas por otro lado pueden actuar como intermediarios y catalizadores en este proceso, brindando su experiencia y asistencia en asuntos logísticos y técnicos. Los productores que son los beneficiarios directos deben estar dispuestos a aprender cómo implementar estas prácticas en sus actuales procesos productivos.

Esta alianza estratégica también puede incluir la colaboración con organizaciones especializadas en certificación internacional proporcionando orientación experta sobre los requisitos específicos de cada certificación y facilitando los procesos.

De esta forma, se puede colaborar con ONG's y organismos internacionales estableciendo alianzas con entidades que ofrezcan asesoría técnica y capacitación sobre certificaciones internacionales de calidad, como Fair Trade o Rainforest Alliance. Estas organizaciones pueden guiar a los productores ecuatorianos en los requisitos específicos de cada certificación, ayudándolos a implementar mejores prácticas agrícolas y de sostenibilidad. Además, pueden facilitar el acceso a auditorías y financiamiento necesario para cumplir con los estándares globales, incrementando así la competitividad en mercados como el europeo.

Sin embargo, como limitantes para esta propuesta están la inestable situación política y social del Ecuador actualmente no brinda un escenario viable para creación de políticas de Estado cuyo principal objetivo sea mejorar el sector productivo, incluso se podrían debilitar las relaciones comerciales con este bloque económico en vísperas de una renovación del acuerdo o negociaciones para otros nuevos. Además, las circunstancias alrededor de la inversión tanto local como extranjera vuelven complicada la inyección del capital necesario para poner en marcha nuevos programas de producción, comercialización y promoción de estos productos.

V. CONCLUSIONES

En conclusión, la firma de acuerdos internacionales promueve la estabilidad económica, política y comercial en los distintos sectores del país al facilitar el comercio y la inversión internacional. El Acuerdo Comercial Multipartes resultó ser un importante apoyo para el comercio ecuatoriano, pues sus beneficios arancelarios abrieron mercados internacionales bastante fuertes para el país y sus empresas que buscaban la oportunidad para comenzar a internacionalizarse. Las empresas chocolateras brindan un producto destacado, pero pareciera que no posee una industria lo suficientemente fuerte para ir a la par con la demanda del mercado europeo.

La investigación demostró que durante los últimos cinco años en materia de exportaciones los chocolates ecuatorianos en sus distintas presentaciones han experimentado fluctuaciones considerables. Si bien los primeros periodos después de la firma del acuerdo mostraban indicios potenciales, posteriormente las tendencias sufrieron alteraciones. Dichos comportamientos resultan por cuestiones productivas, financieras y, una de las más notorias, el impacto de la pandemia que dejó una marca muy visible en las exportaciones de estos productos durante el segundo trimestre del año 2020.

Asimismo, la revisión documental permitió observar que el panorama relacionado a la infraestructura del sector productivo necesita de mucha inversión para lograr aprovechar en su máximo beneficio la entrada a este mercado que le da el Acuerdo Comercial Multipartes. Muchas de las empresas que no han podido mandar sus productos hacia dicho mercado carecen de un sistema productivo que les permita volverse aptos para comercializar con la UE, por ello resulta difícil que el acuerdo beneficie más a este sector si únicamente se concentra en un par de empresas, cuando la situación en materia de políticas de estado debería ayudar a que sean cada vez más las potenciales exportadoras que logren enviar sus chocolates hacia la UE sin mayores complicaciones.

Finalmente, la investigación se basó en los resultados del IVCR de Balassa para sustentar lo recopilado acerca de la competitividad de estos chocolates en la UE. Recalcando en los puntos anteriores, la capacidad de las empresas productoras de chocolates en Ecuador para alcanzar satisfactoriamente los estándares y certificados internacionales se ha visto bastante reducida. Las estimaciones del indicador resultan ser bastante reveladoras en cuanto al panorama competitivo de estos tipos de chocolates, pues algunos de ellos parecieran no tener una ventaja comparativa lo suficientemente fuerte como para competir con otras marcas locales en Europa, esto siendo una demostración de que los productos no están siendo tan exitosos como podrían serlo con mayor apoyo tanto gubernamental como técnico.

El beneficio que el Acuerdo Comercial Multipartes con la UE ha tenido en el comercio ecuatoriano es indudable, pero su efectividad en las exportaciones de chocolates hacia dicho mercado podría ser mejorable en su totalidad. La investigación logró denotar que existen falencias internas que no dejan que el sector logre resaltar en su totalidad, desaprovechando no sólo los beneficios arancelarios que el acuerdo otorga, sino la facilidad para poder fortalecer su propia industria. El Estado ecuatoriano se ubica como un intermediario importantísimo para la mejora de esta situación, pues tras años de la firma de este acuerdo que ha significado un hito para el comercio nacional, no sería descabellado primero fortalecer y corregir todas las problemáticas antes de pensar en nuevos acuerdos cuyos beneficios no sean aprovechados en su máximo potencial.

REFERENCES

- [1] Unión Europea, "Cartilla Acuerdo Comercial entre Ecuador - Unión Europea," Marzo 2017. [Online]. Available: https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/cartilla_acuerdo_comercial_ue-ecuador.pdf.
- [2] L. De la Cruz and D. Rosales, "Estudio comparativo de los resultados del Acuerdo Multipartes Ecuador - Unión Europea," *Boletín de Coyuntura*, no. 29, pp. 5-10, Abril-Junio 2021.
- [3] CEAP, "El chocolate ecuatoriano se exporta con 17 marcas," ESPOL, 7 Junio 2021. [Online]. Available: <https://ceap.espol.edu.ec/es/content/el-chocolate-ecuadoriano-se-exporta-con-17-marcas>.
- [4] M. Quiñonez Cabeza and L. Quiñonez Caicedo, "Política de comercio exterior en Ecuador: Un análisis comparativo," *Centro Sur*, vol. 4, no. 2, pp. 266-284, 2021.

- [5] OMC, "B. Antecedentes históricos y tendencias actuales," 2011. [Online]. Available: https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/anrep_s/wtr11-2b_s.pdf.
- [6] P. Páez, W. Jimenez and J. Buitrago, "LAS TEORÍAS DE LA COMPETITIVIDAD: UNA SÍNTESIS," *Revista Republicana*, no. 31, pp. 119-144, Julio-Diciembre 2021.
- [7] F. Pastor Pomares, *Acuerdos Comerciales Regionales: Estudio de caso sobre sus impactos y efectos bajo un modelo gravitacional*, Alicante: Universidad de Alicante, 2022.
- [8] S. Suñol, "Aspectos teóricos de la competitividad," *Ciencia y Sociedad*, vol. 31, no. 2, pp. 179-198, Abril-Junio 2006.
- [9] N. Negrón and D. Barreno, "El acuerdo comercial entre Ecuador y la Unión Europea caso de estudio chocolate ecuatoriano," *593 Digital Publisher CEIT*, vol. 8, no. 3, pp. 507-517, Mayo-Junio 2023.
- [10] F. Jaramillo, "Elaboración y distribución de productos de chocolates artesanales," Cuenca, 2023.
- [11] M. Quintana, "El cambio organizacional en la comercialización de chocolate ecuatoriano," *Gestión Joven*, vol. 20, pp. 1-9, 2019.
- [12] M. Olivo and H. Avendaño, "Plan de negocios para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de chocolate," *Polo del Conocimiento*, vol. 4, no. 3, pp. 103-118, Marzo 2019.
- [13] N. Nuñez, C. Andrade, L. Villón, L. Asencio, L. Chamba and E. Arreaga, "Export Dynamics of Ecuadorian Pineapple: Boosting Competitiveness Through Innovation a Regional Approach," 2024.
- [14] C. Andrade, L. M. S. B, C. Cabrera, D. Parrales and F. Pidgirnai, "Comparative Analysis of Internationalization and Challenges in The Export of Ecuadorian Passion Fruit to Europe: A Regional Approach.," 2024.
- [15] C. Andrade, J. Jaramillo, D. Vincés and R. Saltos, "Regional Dynamics in the Competitiveness of Ecuadorian Mango: A Comparative Approach with Other Producers.," 2024.
- [16] C. Andrade, A. Arévalo, J. Cortez and J. Jaramillo, "Strategic Organizational Capabilities and Supply Chain Performance in the Cloud of Ecuadorian Port Smes," *Proceedings of the LACCEI international Multi-conference for Engineering, Education and Technology*, 2024.
- [17] J. Viner, *The customs Union Issue.*, Oxford University Press, USA., 2014.