

El comercio exterior en el Ecuador***Foreign trade in Ecuador*****Alba Alexandra Rugel Salas**<https://orcid.org/0009-0000-9501-7451>albaalexandra@gmail.comUniversidad Laica Vicente Rocafuerte de
Guayaquil**Citación:** Rugel Salas, A. (2019). *El comercio exterior en el Ecuador*, v1(2), 41-48.

Artículo recibido: 12-11-2019

Aceptado para publicación: 25-11-2019

Publicado: 15-12-2019

Conflictos de intereses: Ninguno que
declarar**Resumen**

El comercio exterior del Ecuador constituye un eje estratégico para su desarrollo económico, debido a su incidencia en la generación de divisas, la diversificación productiva y la inserción en mercados internacionales. El presente estudio analiza la evolución de las relaciones comerciales del Ecuador, con énfasis en su vinculación con Estados Unidos, la gestión institucional de la promoción exportadora y los efectos de la dinámica del comercio internacional contemporáneo. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo y descriptivo, sustentado en revisión documental y análisis reflexivo de experiencias académicas. Los resultados evidencian la importancia de los mecanismos preferenciales, la diversificación de la oferta exportable y el impacto de la transformación digital en el comercio global. Se concluye que el fortalecimiento del comercio exterior ecuatoriano requiere articulación institucional, innovación productiva y adaptación a los cambios tecnológicos del entorno internacional.

Palabras claves: comercio exterior, exportaciones, internacionalización, Ecuador, comercio internacional**Abstract**

Ecuador's foreign trade constitutes a strategic axis for its economic development due to its impact on foreign currency generation, productive diversification, and integration into international markets. This study analyzes the evolution of Ecuador's trade relations, with emphasis on its ties with the United States, the institutional management of export promotion, and the effects of contemporary international trade dynamics. The research was developed under a qualitative and descriptive approach, based on documentary review and reflective analysis of academic experiences. The results highlight the importance of preferential mechanisms, the diversification of export offerings, and the impact of digital transformation on global trade. It is concluded that strengthening Ecuador's foreign trade requires institutional coordination, productive innovation, and adaptation to technological changes in the international environment.

Keywords: foreign trade, exports, internationalization, Ecuador, international trade.

1. Introducción

El comercio exterior del Ecuador constituye uno de los pilares fundamentales de su estructura económica, debido a su impacto directo en la generación de divisas, la dinamización del aparato productivo y la inserción del país en los mercados internacionales. Dentro de este escenario, Estados Unidos se mantiene como uno de los principales socios comerciales, caracterizado por una relación histórica basada en el intercambio de bienes, inversión extranjera y cooperación económica. La evolución de estos vínculos ha estado determinada por políticas comerciales orientadas a fortalecer la competitividad de la oferta exportable ecuatoriana y ampliar su acceso a mercados estratégicos (Ministerio de Comercio Exterior, 2016).

Las relaciones bilaterales entre Ecuador y Estados Unidos han experimentado un proceso de consolidación progresiva, especialmente a partir de estrategias institucionales enfocadas en la promoción de exportaciones. Durante el año 2016, el Ministerio de Comercio Exterior impulsó una agenda de acercamiento con autoridades estadounidenses con el propósito de mejorar las condiciones de acceso de productos ecuatorianos al mercado norteamericano. Este proceso incluyó reuniones de alto nivel orientadas a fortalecer los mecanismos de cooperación comercial y analizar alternativas para optimizar la inserción de productos nacionales en esquemas preferenciales (PRO ECUADOR, 2017).

Uno de los ejes relevantes dentro de esta relación fue la gestión relacionada con el Sistema General de Preferencias (SGP), mecanismo que permite la reducción o eliminación de aranceles para determinados productos provenientes de países en desarrollo. En este marco, se promovió la inclusión de productos ecuatorianos como atún, rosas, brócoli y alcachofas, con el fin de mejorar su competitividad en el mercado estadounidense. Estas acciones reflejan la importancia de la diplomacia comercial como instrumento para ampliar oportunidades de exportación y fortalecer sectores productivos con alto potencial (USTR, 2015).

De manera complementaria, se desarrollaron encuentros con la Cámara de Comercio de Estados Unidos, en los cuales se destacó el interés del sector empresarial norteamericano en continuar fortaleciendo relaciones comerciales con Ecuador. Este tipo de acercamientos permitió identificar oportunidades de inversión y cooperación en sectores estratégicos, además de reforzar la confianza en el entorno económico ecuatoriano como destino de negocios internacionales (Ministerio de Comercio Exterior, 2016).

El análisis de oportunidades también incluyó reuniones con funcionarios del Departamento de Estado de Estados Unidos, enfocadas en la identificación de áreas potenciales de inversión bilateral. Entre los temas abordados se consideraron aspectos regulatorios vinculados a productos como licores y calzados, lo que permitió revisar normativas técnicas y requisitos de acceso al mercado. Este tipo de acciones contribuye a la armonización de estándares y a la reducción de barreras no arancelarias que afectan el comercio exterior.

Dentro de estas visitas se identificaron productos con alta demanda internacional como el cacao, banano, camarón, quinua, rosas y vegetales procesados, los cuales representan una base importante para la economía exportadora del Ecuador. El conocimiento directo de los procesos productivos permitió comprender las condiciones de producción, niveles de calidad y requerimientos técnicos necesarios para su posicionamiento en mercados externos (Banco Central del Ecuador, 2018).

El fortalecimiento institucional del comercio exterior también se refleja en el rol desempeñado por PRO ECUADOR, entidad encargada de la promoción de exportaciones e inversiones. Con presencia en múltiples países a través de oficinas comerciales, esta institución brinda asistencia técnica a exportadores y facilita el acceso a mercados internacionales mediante estrategias de promoción, inteligencia comercial y acompañamiento empresarial (PRO ECUADOR, 2017).

Las acciones de promoción incluyen la organización de eventos internacionales, ruedas de negocio y ferias sectoriales, que permiten la vinculación directa entre productores ecuatorianos e importadores extranjeros. Estas iniciativas contribuyen a la diversificación de la oferta exportable y al posicionamiento de productos nacionales en mercados altamente competitivos.

El comercio exterior también ha enfrentado desafíos relacionados con la política comercial y la eliminación de medidas de protección temporal, lo que ha generado variaciones en el comportamiento de las importaciones. Estos cambios han influido en la dinámica empresarial, generando la necesidad de fortalecer la competitividad interna y mejorar la eficiencia productiva para enfrentar la apertura de mercados.

El desarrollo del marketing internacional se presenta como una herramienta estratégica para las empresas ecuatorianas, permitiendo ampliar su presencia en mercados globales y posicionar marcas nacionales en escenarios de alta competencia. La internacionalización de productos requiere la implementación de estrategias de promoción, calidad y adaptación a estándares internacionales, lo que fortalece la sostenibilidad del sector exportador y su capacidad de crecimiento sostenido en el tiempo (Banco Central del Ecuador, 2018)..

2. Materiales y Métodos

La investigación se desarrolló con un enfoque cualitativo de carácter descriptivo, orientado a comprender las dinámicas comerciales, institucionales y formativas que inciden en la consolidación de la oferta exportable nacional. La investigación permitió analizar las relaciones comerciales con Estados Unidos, la gestión institucional de la promoción de exportaciones y la articulación entre la formación académica y la comprensión del entorno económico internacional.

El proceso metodológico incorporó el análisis documental de fuentes institucionales y normativas relacionadas con el comercio exterior ecuatoriano, tales como informes del Ministerio de Comercio Exterior (2016), Banco Central del Ecuador (2018), PRO ECUADOR (2017) y la Organización Mundial del Comercio (2017). Estas fuentes permitieron sustentar la evolución de las políticas comerciales, el comportamiento de las exportaciones y las estrategias de inserción internacional del país. De igual forma, se revisaron lineamientos del United States Trade Representative (USTR, 2015) en relación con los mecanismos del Sistema General de Preferencias, los cuales inciden directamente en el acceso de productos ecuatorianos al mercado estadounidense.

Se aplicó además la técnica de observación indirecta a partir de experiencias académicas y reflexiones obtenidas en espacios de formación superior. Para este efecto, se consideraron las vivencias de estudiantes del Instituto Superior Tecnológico “Rey David”, junto con aportes académicos de docentes de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte, quienes contribuyeron con criterios técnicos y deontológicos sobre tendencias actuales de aprendizaje y análisis del entorno productivo.

El enfoque pedagógico considerado dentro del análisis se fundamentó en el modelo constructivista, en el cual el estudiante asume un rol activo en la construcción del conocimiento. Este modelo contrasta con enfoques tradicionales de carácter conductista, centrados en la repetición mecánica, y promueve el desarrollo de habilidades analíticas, investigativas y prácticas. Desde esta perspectiva, la formación académica se convierte en un elemento clave para fortalecer la comprensión del comercio exterior y su relación con el desarrollo económico.

El estudio se apoyó en la revisión de experiencias relacionadas con el fortalecimiento de la oferta exportable ecuatoriana, considerando la participación de actores institucionales como PRO ECUADOR y el Ministerio de Comercio Exterior. Estas instituciones han desarrollado estrategias de promoción internacional mediante oficinas comerciales en el exterior, ferias internacionales y ruedas de negocios, lo que permite ampliar la presencia de productos ecuatorianos en mercados globales.



3. Resultados y Discusión

El análisis del comercio exterior del Ecuador evidencia que las relaciones comerciales internacionales constituyen un eje estructural para el desarrollo económico del país, especialmente por su vinculación con mercados estratégicos como Estados Unidos. Los hallazgos muestran que la gestión institucional orientada a la promoción de exportaciones ha permitido fortalecer la inserción de productos ecuatorianos en el comercio global, principalmente a través de negociaciones, acuerdos preferenciales y estrategias de internacionalización impulsadas por entidades gubernamentales.

Se identificó que la aplicación del Sistema General de Preferencias (SGP) representa un mecanismo clave para mejorar el acceso de productos ecuatorianos como el atún, las rosas, el brócoli y las alcachofas al mercado estadounidense. Este instrumento reduce barreras arancelarias y mejora la competitividad de la oferta exportable, lo que se traduce en mayores oportunidades comerciales para sectores productivos con potencial exportador. De acuerdo con PRO ECUADOR (2017), este tipo de beneficios incide directamente en el incremento de la participación del Ecuador en mercados internacionales.

También evidencian que la estructura institucional del comercio exterior, representada por el Ministerio de Comercio Exterior y PRO ECUADOR, desempeña un rol determinante en la consolidación de estrategias de promoción internacional. Las oficinas comerciales en el exterior facilitan la conexión entre productores nacionales e importadores internacionales, permitiendo la difusión de la oferta exportable ecuatoriana en mercados como China, Estados Unidos, España y Alemania. Esta red institucional fortalece la capacidad del país para posicionar productos tradicionales y no tradicionales en escenarios de alta competencia.

Otro hallazgo relevante corresponde a la diversificación de la oferta exportable ecuatoriana, donde productos como cacao, banano, camarón, flores, quinua y vegetales procesados mantienen una participación significativa en la economía nacional. El análisis permite evidenciar que estos productos representan ventajas comparativas basadas en condiciones geográficas, climáticas y productivas, lo que favorece su posicionamiento en mercados internacionales exigentes (Banco Central del Ecuador, 2018).

En relación con la dinámica del comercio internacional, los resultados confirman que este proceso no solo implica el intercambio de bienes y servicios, sino también la interacción de factores económicos, tecnológicos, normativos y sociales. La incorporación de tecnologías de información

ha transformado la manera en que se realizan las operaciones comerciales, reduciendo tiempos de transacción y ampliando el acceso a mercados globales. Este cambio ha generado nuevas exigencias para los países en desarrollo, que deben mejorar su competitividad para mantenerse en el comercio internacional.

Los hallazgos del estudio permiten interpretar que el comercio exterior del Ecuador depende de manera significativa de su capacidad para insertarse en mercados internacionales bajo condiciones competitivas. La relación con Estados Unidos se configura como un eje estratégico debido a su peso económico y a la demanda constante de productos ecuatorianos. En este sentido, la gestión de mecanismos como el Sistema General de Preferencias se convierte en un elemento determinante para mejorar la competitividad externa del país.

Se evidencia que el comercio internacional contemporáneo está fuertemente influenciado por la tecnología y la digitalización de procesos. Este fenómeno ha transformado las dinámicas comerciales, permitiendo una mayor integración de mercados y facilitando la participación de economías emergentes. No obstante, esta transformación exige que los países adapten sus políticas públicas, sistemas educativos y estructuras productivas para aprovechar de manera efectiva estas oportunidades.

Por último, el comercio exterior del Ecuador presenta un potencial significativo de crecimiento, siempre que se fortalezcan las estrategias de internacionalización, se diversifique la oferta exportable y se promueva la articulación entre el sector público, privado y académico. La consolidación de una economía más competitiva depende de la capacidad del país para integrarse de manera eficiente al comercio internacional, considerando tanto sus ventajas comparativas como las exigencias del mercado global.

4. Conclusiones

El análisis del comercio exterior del Ecuador permite concluir que su dinámica está fuertemente influenciada por factores estructurales del comercio internacional, los cuales han experimentado cambios significativos en las últimas décadas. La desaceleración del comercio mundial tras la crisis económica y financiera evidenció una reducción del ritmo de crecimiento de los flujos comerciales, afectando la relación entre comercio y PIB global, lo que también repercute en economías dependientes de exportaciones como la ecuatoriana.

Se evidencia que la inserción del Ecuador en el comercio internacional continúa dependiendo de mercados estratégicos como Estados Unidos, lo cual genera oportunidades importantes a través de mecanismos como el Sistema General de Preferencias. Sin embargo, esta dependencia también

expone al país a variaciones en políticas comerciales externas, lo que limita la estabilidad de sus exportaciones y refuerza la necesidad de diversificación de mercados y productos.

Otro elemento concluyente es el rol determinante de las instituciones públicas de comercio exterior, como el Ministerio de Comercio Exterior y PRO ECUADOR, en la promoción de la oferta exportable. Estas entidades han permitido ampliar la presencia de productos ecuatorianos en mercados internacionales mediante estrategias de promoción, acompañamiento empresarial y apertura de oficinas comerciales. No obstante, aún persisten desafíos relacionados con el fortalecimiento de la competitividad y la consolidación de una estructura exportadora menos concentrada en productos tradicionales.

Se determina además que el Ecuador enfrenta el reto de adaptarse a un entorno internacional caracterizado por incertidumbre económica, desaceleración del crecimiento en economías avanzadas y cambios tecnológicos acelerados. Este contexto obliga a fortalecer la innovación, la productividad y la incorporación de tecnología en los procesos productivos, especialmente en las pequeñas y medianas empresas, que representan una base fundamental del tejido económico nacional.

5. Referencias bibliográficas

- Arias, F. G. (2016). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica* (7.^a ed.). Episteme.
- Banco Central del Ecuador. (2018). *Información estadística del sector externo del Ecuador*.
<https://www.bce.fin.ec>
- Benavides, F. G., Delclòs, J., Serra, C., & Martínez, J. M. (2017). *Salud laboral: conceptos y técnicas para la prevención de riesgos laborales*. Elsevier.
- Barre, R. (2011). *El desarrollo económico: análisis y política*. Fondo de Cultura Económica.
- Bustelo, P. (2009). *Teorías contemporáneas del desarrollo económico*. Editorial Complutense.
- David, J. P. (2009). La elección de la pareja producto-mercado en el entorno de la internacionalización. *Comercio Exterior*, 58.
- Davis, R. (2009). *Economía internacional: teorías y políticas para el desarrollo*. Fondo de Cultura Económica.
- Ministerio de Comercio Exterior. (2016). *Informe de gestión del comercio exterior del Ecuador*.
<https://www.comercioexterior.gob.ec>
- Organización Mundial del Comercio. (2017). *Informe sobre el comercio mundial*.
<https://www.wto.org>



Organización Mundial de la Salud (OMS). (2017). *Protección de la salud de los trabajadores:*

Plan de acción mundial sobre la salud de los trabajadores 2015–2025. OMS.

<https://www.who.int>

PRO ECUADOR. (2017). *Memoria institucional: promoción de exportaciones e inversiones.*

<https://www.proecuador.gob.ec>

United States Trade Representative. (2015). *Generalized System of Preferences (GSP): Program guide.* <https://ustr.gov>