

FORTALECIMIENTO DE LA DIPLOMACIA COMERCIAL PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS ECUATORIANOS EN LA ERA POST-PANDEMIA

FOSTERING COMMERCIAL DIPLOMACY FOR THE INTERNATIONALIZATION OF ECUADORIAN AGRI-FOOD PRODUCTS IN THE POST-PANDEMIC ERA

Levoyer Romero Luis Alejandro

Filiación: Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE

Av. El Progreso s/n

Quito, Ecuador

Código ORCID: 0009-0007-0024-168X

Correo del autor: lalr_93@hotmail.com

RESUMEN

Este artículo examina el papel estratégico de la diplomacia comercial en la internacionalización de productos agroalimentarios ecuatorianos, dentro del escenario post-pandemia. A través de un enfoque cualitativo que integra revisión bibliográfica y entrevistas a actores clave del ecosistema exportador, se analizan los principales desafíos institucionales, técnicos y diplomáticos que enfrenta Ecuador en su inserción a cadenas globales de valor. El estudio identifica la necesidad de fortalecer las capacidades técnicas de actores claves en normativas sanitarias y fitosanitarias, así como de consolidar alianzas público-privadas robustas que faciliten el cumplimiento de estándares internacionales, fomenten la inteligencia comercial y promuevan el posicionamiento sostenible de los productos ecuatorianos en mercados de alta exigencia como España, Alemania y Corea del Sur. Finalmente, se plantean recomendaciones para articular políticas de desarrollo productivo con estrategias de diplomacia económica integral.

Palabras clave: Diplomacia comercial; internacionalización; inteligencia comercial; cooperación internacional; diplomacia técnica.

Código JEL: F13;F42;Q17;Q18;F59

ABSTRACT

This article examines the strategic role of commercial diplomacy in the internationalization of Ecuadorian agri-food products, in the post-pandemic context.



Revista electrónica TAMBARA, ISSN 2588-0977
Agosto – noviembre 2025
Edición 27 No. 151, pp. 2425-2438

Manuscrito recibido: Junio 2025
Aceptado: julio 2025

Through a qualitative approach that combines a comprehensive literature review and interviews with key stakeholders from the export ecosystem, the study analyzes the main institutional, technical challenges Ecuador faces in its integration into global value chains. The research highlights the need to strengthen the technical capacities of the diplomatic corps in sanitary and phytosanitary regulations, as well as to consolidate robust public-private partnerships that facilitate compliance with international standards, promote trade intelligence, and support the sustainable positioning of Ecuadorian products in highly demanding markets such as Spain, Germany, and South Korea. Finally, recommendations are proposed to align productive development policies with integrated economic diplomacy strategies.

Keywords: Commercial diplomacy; internationalization; market intelligence; international cooperation; technical diplomacy.

JEL Codes: F13;F42;Q17;Q18;F59

1 INTRODUCCIÓN

La diplomacia comercial ha ganado protagonismo como instrumento clave para la internacionalización de productos estratégicos en economías en desarrollo. En el caso del Ecuador, el cacao fino de aroma y el banano representan dos pilares fundamentales de su oferta exportable no petrolera. Sin embargo, la pandemia de COVID-19 alteró significativamente las dinámicas del comercio internacional, generando nuevas barreras, cambiando patrones de consumo y exigiendo respuestas más coordinadas entre los sectores público y privado. En este contexto, se hace imperativo repensar el papel de la diplomacia comercial como eje para la reactivación económica y la integración efectiva a los mercados internacionales.

1.1 Diplomacia comercial y diplomacia económica

La diplomacia comercial ha evolucionado como una herramienta clave para la inserción estratégica de productos nacionales en mercados globales, especialmente en un entorno internacional cada vez más competitivo y normativamente exigente. En su acepción contemporánea, esta rama de la diplomacia se enfoca en promover los intereses económicos de un país a través de acciones coordinadas por el Estado en el plano internacional, que incluyen desde la promoción de exportaciones hasta la atracción de inversiones y la defensa de productos estratégicos frente a barreras comerciales.

Autores como Bayne y Woolcock (2011) definen la diplomacia económica como el conjunto de procesos mediante los cuales los gobiernos intervienen en los flujos económicos internacionales, valiéndose de instrumentos como tratados comerciales, negociaciones bilaterales y multilaterales, promoción de inversiones, presencia en ferias internacionales y apoyo técnico a exportadores.

Esta diplomacia tiene una función tanto ofensiva (posicionamiento y apertura de mercados) como defensiva (protección frente a medidas proteccionistas, barreras no arancelarias, y litigios en foros multilaterales).

En el caso de países en desarrollo como Ecuador, cuya matriz productiva y exportadora depende fuertemente de productos primarios como el cacao fino de aroma y el banano, la diplomacia comercial se convierte en un componente esencial de la política exterior. Su finalidad no solo es asegurar acceso a mercados, sino también elevar la reputación internacional del país como proveedor confiable, sostenible y de calidad.

Sanahuja (2012) sostiene que la diplomacia del siglo XXI ha adoptado un carácter multidimensional e interdependiente, donde confluyen factores económicos, políticos, ambientales y sociales. Esta nueva diplomacia se ejerce a través de redes que trascienden a los Estados, incorporando organismos multilaterales (OMC, FAO, UNCTAD), ONGs, asociaciones de productores, empresas multinacionales y gobiernos subnacionales. En este marco, el papel del diplomático tradicional se transforma: ya no es solo un negociador de acuerdos, sino un gestor de oportunidades, un facilitador técnico y un articulador de intereses nacionales (Sanahuja, 2012).

Además, en la era post-pandémica, la diplomacia comercial ha debido adaptarse a nuevas realidades: digitalización de los canales de promoción, restricciones logísticas, preocupación global por la seguridad alimentaria y el creciente protagonismo de criterios ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) en las decisiones comerciales. Esto ha elevado la exigencia sobre las capacidades técnicas del cuerpo diplomático, que debe entender no solo las reglas del comercio internacional, sino también los marcos regulatorios específicos (como normas sanitarias, fitosanitarias y de etiquetado) de cada país destino (Sanahuja, 2012).

Por ello, como sostiene la OEI (2020), los nuevos diplomáticos económicos deben actuar como "curadores de oportunidades", dominando no solo la negociación internacional sino también la inteligencia comercial, la narrativa estratégica del producto país, y el acompañamiento a empresas particularmente pymes en su proceso de internacionalización. En este sentido, la diplomacia comercial deja de ser un ejercicio meramente institucional para convertirse en una plataforma activa de desarrollo productivo y sostenibilidad.

1.2 Cadenas globales de valor y productos agroalimentarios

La teoría de las Cadenas Globales de Valor (CGV) ha cobrado relevancia como un enfoque analítico clave para entender la fragmentación del comercio internacional, especialmente en sectores primarios con alto grado de procesamiento y comercialización transfronteriza, como el cacao y el banano. De acuerdo con la CEPAL (2020), la inserción en CGV implica no solo exportar productos, sino integrarse a una arquitectura productiva internacional donde cada eslabón desde la producción primaria hasta la distribución final se localiza estratégicamente en diferentes países, conforme a sus ventajas comparativas y capacidades institucionales.

Esta inserción, sin embargo, no es simétrica. Las CGV están marcadas por relaciones de poder desequilibradas, donde actores dominantes como grandes cadenas de supermercados o corporaciones comercializadoras imponen estándares, precios y condiciones de acceso. En el caso del cacao y el banano ecuatoriano, estas cadenas están dominadas por conglomerados europeos y norteamericanos que regulan los flujos comerciales mediante exigencias fitosanitarias, ambientales, de trazabilidad y comercio justo. Esta situación genera barreras de

entrada para pequeños productores y exportadores que no cuentan con los recursos para cumplir dichos estándares, lo cual profundiza las desigualdades estructurales (CEPAL, 2020).

La FAO (2020) advierte que la sostenibilidad ambiental y social se ha convertido en un nuevo criterio de competitividad dentro de las CGV agroalimentarias. No basta con calidad física del producto; ahora se evalúa si fue producido bajo condiciones éticas, con responsabilidad ambiental, y respetando los derechos laborales. Esto es especialmente relevante para el cacao fino de aroma, donde el valor percibido por los consumidores en Europa y Asia depende tanto del sabor como del “relato de origen” del producto (historia, territorio, prácticas comunitarias) (FAO, 2020).

Por su parte, la ICCO (2021) subraya que el éxito exportador del cacao latinoamericano está condicionado a la capacidad de los países productores para diferenciar su oferta con base en el origen geográfico, el cumplimiento de certificaciones internacionales (orgánico, UTZ, Rainforest Alliance, etc.) y el fortalecimiento de sus eslabonamientos productivos. En este marco, la trazabilidad entendida como la capacidad de seguir el producto desde el campo hasta el consumidor se convierte en una herramienta fundamental para competir en mercados exigentes (ICCO, 2021).

En este contexto, la participación de Ecuador en las CGV del cacao y banano no debe limitarse a la exportación de materias primas, sino que debe buscar avanzar hacia eslabones de mayor valor agregado. Esto implica promover la transformación local, el desarrollo de marcas propias, la innovación en empaque y la inserción directa en canales de comercialización internacional. Además, se requiere una acción diplomática proactiva que acompañe este proceso, eliminando barreras técnicas, facilitando certificaciones y posicionando la reputación país como un origen premium.

El enfoque de las CGV no solo tiene implicaciones económicas, sino también políticas y sociales, ya que permite visualizar quién gana y quién pierde en los procesos de globalización. Por ello, su comprensión y aplicación práctica es vital para diseñar estrategias de diplomacia comercial que realmente favorezcan a los productores ecuatorianos y mejoren su inserción en el comercio internacional bajo principios de equidad y sostenibilidad.

1.3 Alianzas público-privadas e inteligencia comercial

Las alianzas público-privadas (APP) han emergido como una estrategia esencial para enfrentar las limitaciones estructurales de los sistemas de promoción comercial, especialmente en economías como la ecuatoriana, donde los recursos institucionales y técnicos son limitados. Según la OCDE (2016), estas alianzas permiten generar sinergias entre el sector público encargado de la política exterior, los tratados comerciales y la facilitación del comercio, y el sector privado, que aporta innovación, conocimiento del mercado y canales de distribución global.

En el caso de los productos agroalimentarios, como el cacao fino de aroma y el banano, las APP resultan clave para apoyar a pequeños y medianos productores en el cumplimiento de estándares internacionales, acceso a certificaciones, participación en ferias internacionales y posicionamiento en nichos de alto valor. Las APP también fomentan la transferencia tecnológica

y el fortalecimiento de capacidades locales, lo cual incide positivamente en la competitividad sistémica del país.

Desde la perspectiva local, Nicolás Toro Torres, Director de Alianzas Estratégicas del GAD Municipal de La Joya de los Sachas, subraya que uno de los principales retos es precisamente la centralización de la gestión de la cooperación internacional, que limita el acceso de los gobiernos locales a recursos estratégicos de financiamiento y asistencia técnica. Aunque el marco legal ecuatoriano otorga competencias a los GAD para gestionar cooperación (COOTAD, Art. 55.h), en la práctica el modelo tradicional de diplomacia Estado-Estado no ha permitido desarrollar plenamente estas capacidades a nivel subnacional (Toro, 2025). Toro argumenta que “la cooperación internacional y las relaciones internacionales requieren un grado de expertise especializado, el cual aún no ha sido suficientemente desarrollado dentro de los gobiernos autónomos descentralizados, especialmente en ciudades intermedias o en crecimiento, donde la paradiplomacia podría ser más efectiva” (Toro, 2025).

En este sentido, los mecanismos de fortalecimiento de capacidades resultan fundamentales. Toro destaca que los intercambios entre gobiernos locales (GAD-GAD), los hermanamientos internacionales y el contacto directo con gremios empresariales permiten reducir la cadena de intermediarios y generan aprendizaje práctico en la gestión comercial internacional. Además, señala que, particularmente en el sector agroalimentario, “lograr que la certificación de estándares sanitarios y fitosanitarios sea entendida como una inversión y no como un gasto, constituye un objetivo primordial para acceder de forma sostenible a mercados internacionales” (Toro, 2025).

A esto se suma una dimensión estratégica de largo plazo vinculada a la sostenibilidad productiva. Como explica Toro (2025), “considerando que la economía del Ecuador es dolarizada, la sostenibilidad de la siguiente década debe centrarse en la eficiencia de los recursos naturales suelo y agua y en la automatización de los procesos industriales”. En el caso de La Joya de los Sachas, se ha priorizado la búsqueda de alianzas internacionales con empresas agroindustriales para la incorporación de tecnología eficiente y accesible. Un ejemplo de ello ha sido el hermanamiento con la ciudad de Weifang, China, lo cual ha abierto oportunidades de transferencia tecnológica con impacto directo en las condiciones de vida de los productores locales.

En este esfuerzo, el municipio actúa como vocero de los gremios agrícolas y ganaderos, gestionando acuerdos para lograr precios de fábrica favorables, mientras que la implementación productiva recae directamente en el sector privado y los propios emprendedores (Toro, 2025).

Estas alianzas son más efectivas cuando se articulan con una estrategia de inteligencia comercial, entendida como el uso sistemático de información de mercados, consumidores, regulaciones y tendencias globales para la toma de decisiones estratégicas. PRO ECUADOR (2021) ha promovido esta herramienta como un eje transversal en los procesos de internacionalización, ya que permite a los exportadores anticiparse a cambios normativos, adaptar su propuesta de valor y tomar decisiones informadas sobre precios, logística y promoción.

La inteligencia comercial no debe entenderse únicamente como una función técnica, sino como una capacidad estratégica del Estado y sus representaciones diplomáticas en el exterior.

Integrar la inteligencia comercial al accionar de embajadas y oficinas comerciales permite una lectura fina de oportunidades y amenazas, así como una mejor interlocución con compradores, cámaras empresariales y organismos reguladores de los países destino.

Además, tanto las APP como la inteligencia comercial se complementan con las teorías de diplomacia comercial y cadenas globales de valor. Mientras la diplomacia facilita el entorno institucional y político para la apertura de mercados, y las CGV definen las reglas del juego económico global, las APP operan como mecanismos de implementación práctica y la inteligencia comercial actúa como brújula para orientar la acción pública y privada. Juntas, estas herramientas conforman un ecosistema integral de internacionalización que va más allá de la simple exportación: promueve desarrollo territorial, inclusión productiva y posicionamiento sostenible del país en la economía global.

En el contexto post-pandemia, estas sinergias se vuelven aún más críticas, dado el auge de nuevas regulaciones sanitarias, el cambio en las preferencias del consumidor y la presión sobre las cadenas logísticas globales. Por ello, un modelo de diplomacia comercial inteligente debe basarse en el fortalecimiento de APP robustas, en la profesionalización de los servicios de inteligencia de mercado, y en la articulación efectiva entre el aparato diplomático y los sectores productivos nacionales.

Asimismo, desde una perspectiva internacional, Priscila Pruna Boada, consultora en sostenibilidad en Northstar Recycling, destaca que las ONGs son actores estratégicos para canalizar cooperación técnica y financiera hacia proyectos sostenibles. Subraya que estas organizaciones facilitan la adopción de criterios ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) y ayudan a conectar a pequeños productores con estándares exigentes de los mercados internacionales. Sin embargo, advierte que en Ecuador persisten limitaciones como la inestabilidad política, la dependencia de financiamiento externo y la falta de incentivos fiscales sólidos para promover prácticas sostenibles de forma generalizada (Pruna, 2025).

1.4 Mercados estratégicos

En esta sección se examinan tres mercados clave para el cacao fino de aroma y el banano ecuatoriano: España, Alemania y Corea del Sur. Desde mi experiencia personal y profesional en procesos de internacionalización, considero que uno de los principales cuellos de botella para los productos agroalimentarios ecuatorianos radica en la limitada preparación técnica del cuerpo diplomático en aspectos especializados como los requisitos fitosanitarios y zoonosanitarios, los cuales resultan fundamentales para lograr el acceso efectivo a mercados internacionales.

En la práctica, he podido observar que las embajadas y consulados ecuatorianos, en muchos casos, carecen del personal técnico especializado necesario y no asumen un rol proactivo en las negociaciones sanitarias, a pesar de que buena parte de las barreras de acceso a mercados como Corea del Sur o Alemania dependen directamente del cumplimiento riguroso de estos protocolos. Esta debilidad institucional reduce la competitividad del cacao, el banano y otros productos sensibles, y limita el impacto de los esfuerzos orientados a promover su internacionalización.

Adicionalmente, considero fundamental el desarrollo de una diplomacia técnica estrechamente articulada con los ministerios nacionales competentes, que posea un conocimiento actualizado y detallado de las normativas específicas que aplican en los mercados de destino. La falta de este conocimiento técnico dentro del personal diplomático ecuatoriano restringe el avance de negociaciones esenciales para la homologación de protocolos sanitarios, limitando así el acceso fluido a mercados internacionales cada vez más exigentes en materia de estándares sanitarios, ambientales y de sostenibilidad.

En definitiva, esta reflexión pone de manifiesto la necesidad de integrar al cuerpo diplomático dentro de las estrategias productivas y comerciales del país, bajo un enfoque de diplomacia económica integral.

El trabajo coordinado entre embajadas, oficinas comerciales, agencias técnicas como AGROCALIDAD, y los organismos de cooperación permitiría cerrar brechas estructurales y responder con mayor eficacia a las exigencias del comercio agroalimentario contemporáneo.

Por otro lado, Priscila Pruna considera que uno de los aspectos más urgentes para mejorar el acceso a mercados internacionales es brindar acompañamiento técnico integral a los pequeños productores, no solo en el cumplimiento normativo, sino también en la comprensión de su valor estratégico. Destaca que el fortalecimiento de capacidades en gestión, financiamiento y posicionamiento comercial es clave para que las certificaciones y estándares sostenibles puedan mantenerse en el tiempo, aportando así a una inserción comercial más equitativa (Pruna, 2025).

1.4.1 España

España representa un mercado clave por su vínculo histórico con América Latina, sus afinidades culturales y sus preferencias por productos con identidad de origen. Además, funciona como puerta de entrada estratégica a la Unión Europea, aprovechando su ubicación geográfica y su red de tratados comunitarios. Las acciones diplomáticas en Madrid han estado orientadas a la participación en ferias como Alimentaria y Salón del Gourmet, organización de catas de chocolate y generación de vínculos con distribuidores gourmet, en especial para el cacao fino de aroma (COMEX, 2025).

A pesar de estas acciones promocionales, el posicionamiento de productos ecuatorianos todavía enfrenta obstáculos estructurales. La competencia con productos latinoamericanos como el banano colombiano o el chocolate peruano exige una propuesta de valor diferenciada, que incluya trazabilidad, certificaciones y narrativas ligadas al desarrollo rural. Para ello, se requiere que las embajadas promuevan no solo eventos promocionales, sino también canales permanentes de negociación técnica, facilitando el cumplimiento de normativas europeas que cambian con frecuencia (COMEX, 2025).

Por ejemplo, el Reglamento (UE) 2019/1793 ha reforzado los controles de frutas y hortalizas por riesgos de contaminantes y residuos. Este tipo de regulaciones exige una respuesta institucional ágil, que combine conocimiento técnico con acción diplomática. Las embajadas ecuatorianas podrían, en este contexto, actuar como puentes entre AGROCALIDAD y

los servicios fitosanitarios europeos, contribuyendo a reducir rechazos y abrir espacio a más productores nacionales.

Además, considero que España podría ser una plataforma clave para posicionar marcas propias ecuatorianas en tiendas especializadas y grandes superficies. Esto requiere un enfoque integral de diplomacia comercial, en el que la inteligencia de mercado, la negociación sanitaria y la estrategia de marca país actúen de manera coordinada.

España constituye un punto de partida estratégico para la consolidación de productos ecuatorianos con valor agregado en Europa. No solo por sus afinidades culturales, sino por su rol como hub logístico y comercial hacia otros mercados del continente. Sin embargo, capitalizar esta ventaja requiere superar la visión exclusivamente promocional y apostar por una diplomacia comercial activa, técnicamente preparada y articulada con los procesos regulatorios europeos. La presencia en ferias debe complementarse con inteligencia comercial, trabajo interinstitucional y una narrativa sólida que posicione a Ecuador como un país exportador de productos sostenibles, trazables y socialmente responsables.

1.4.2 Alemania

Para la revista América Economía (2024) el mercado alemán se caracteriza por ser uno de los más exigentes del mundo en términos de sostenibilidad, comercio justo y responsabilidad social corporativa. Esto representa un desafío para los exportadores ecuatorianos, pero también una oportunidad para destacar atributos diferenciadores del cacao fino de aroma y del banano de producción responsable. Gracias a alianzas entre ONGs, certificadoras y asociaciones de productores, el cacao ecuatoriano ha sido bien recibido en segmentos premium de este mercado (América Economía, 2024).

Sin embargo, la apertura comercial no se limita al cumplimiento ético o a la calidad sensorial del producto. En Alemania, las cadenas de supermercados aplican estrictas normativas fitosanitarias y de etiquetado que pueden excluir a proveedores si no se cumplen requisitos mínimos. Considero que, es preocupante que muchas embajadas no cuenten con personal capacitado para intervenir o liderar estos procesos técnicos, dejando en manos de los exportadores la responsabilidad de enfrentar barreras que, muchas veces, requieren intervención diplomática.

Además, Alemania es líder en la formulación de nuevas regulaciones ambientales europeas, como el Reglamento sobre productos libres de deforestación (EUDR), que afectará directamente a productos como cacao y banano. Si Ecuador desea mantener y ampliar su participación en este mercado, se requiere una respuesta interinstitucional coordinada, en la que el cuerpo diplomático actúe como observador e intermediario permanente frente a los cambios legislativos y comerciales de alto impacto (América Economía, 2024).

Otra oportunidad reside en profundizar relaciones con instituciones alemanas de cooperación, certificación y comercio ético, que podrían convertirse en aliados estratégicos para facilitar la inclusión de más pequeños productores en las cadenas de valor exportadoras. Aquí, la acción diplomática puede facilitar convenios de largo plazo, abrir espacios en programas de sostenibilidad y atraer financiamiento para mejorar la infraestructura productiva del país.

Desde una perspectiva personal, el mercado alemán debe ser abordado con una estrategia diferenciada que combine diplomacia técnica, posicionamiento sostenible y acompañamiento empresarial continuo. La exigencia regulatoria de Alemania no debe verse únicamente como una barrera, sino como una oportunidad para sofisticar la oferta exportable del país. En este sentido, es clave que Ecuador fortalezca su capacidad de anticipación normativa, desarrolle canales diplomáticos especializados y consolide alianzas con certificadoras europeas que respalden a los productores nacionales. Solo así se podrá garantizar una participación estable y creciente en un mercado donde la confianza, la trazabilidad y el compromiso ambiental no son elementos opcionales, sino requisitos básicos para competir.

1.4.3 Corea del Sur

Corea del Sur se presenta como un mercado emergente de gran potencial para varios productos ecuatorianos. El consumidor surcoreano ha mostrado creciente interés por productos de alta calidad con narrativa de origen, como lo demuestran eventos como *Food Week Korea* y ferias de café y chocolate artesanal. Ecuador ha estado presente en estos espacios mediante acciones promocionales impulsadas por su embajada y oficinas comerciales, con énfasis en la historia y sabor del cacao ecuatoriano (Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca, 2023).

Sin embargo, uno de los principales obstáculos identificados en este mercado tiene que ver con la homologación de protocolos sanitarios y fitosanitarios, especialmente para frutas como el banano. A diferencia de Europa, donde existen tratados marco, en Asia los procesos de acceso sanitario suelen ser más extensos y dependen de relaciones bilaterales.

Además, Corea del Sur es un país donde las relaciones comerciales están fuertemente influenciadas por la diplomacia y el prestigio institucional. Por tanto, una embajada activa, técnica y bien conectada puede marcar la diferencia en la apertura o el estancamiento de productos ecuatorianos. La cooperación con países vecinos, la asesoría técnica de GIZ y la participación en foros sanitarios asiáticos son vías posibles para avanzar en una estrategia integral de acceso (Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca, 2023).

Según el Observatorio de Complejidad Económica desde una perspectiva comercial, el análisis del comercio bilateral Ecuador–Corea del Sur en 2023 refleja una estructura exportadora altamente concentrada. Según datos oficiales, las exportaciones ecuatorianas hacia Corea del Sur alcanzaron los \$80,2 millones, dominadas por tres productos principales: crustáceos (\$35,4M), chatarra de cobre (\$23,3M) y plátanos (\$15,1M). Esta concentración evidencia tanto una oportunidad como una vulnerabilidad: si bien estos productos gozan de aceptación en el mercado coreano, la oferta exportable ecuatoriana aún es limitada en diversidad y requiere fortalecimiento institucional y técnico para expandirse hacia nuevos nichos (Observatorio de Complejidad Económica, 2025).

La posibilidad de diversificar la oferta exportable mediante chocolates con denominación de origen, snacks de banano deshidratado o ingredientes funcionales derivados del cacao podría ser especialmente atractiva para el consumidor coreano. No obstante, para que estas oportunidades se materialicen, es necesario un esfuerzo institucional sólido donde el cuerpo diplomático sea actor técnico y comercial, y no solo ceremonial.

Desde el criterio de este autor, Corea del Sur representa un destino comercial estratégico que debe ser abordado con una visión de largo plazo, centrada en la diferenciación de productos, la sostenibilidad y el valor agregado. El reciente Acuerdo Estratégico de Cooperación Económica firmado entre ambos países abre una ventana de oportunidad que debe ser aprovechada con inteligencia comercial, presencia diplomática proactiva y coordinación interinstitucional. El desafío no solo radica en diversificar la canasta exportadora, sino en construir una narrativa país sólida que posicione a Ecuador como un socio confiable, innovador y comprometido con los estándares internacionales. Apostar por este mercado requiere inversiones en certificación, desarrollo de marca y acompañamiento técnico constante, especialmente para las pequeñas y medianas empresas que buscan insertarse en cadenas globales de valor más sofisticadas.

2 METODOLOGÍA

El presente estudio se estructura bajo un diseño metodológico de corte cualitativo, exploratorio y analítico, orientado a comprender los desafíos, oportunidades y mecanismos de articulación institucional que inciden en la diplomacia comercial para la internacionalización de productos agroalimentarios ecuatorianos en el escenario post-pandemia.

En una primera etapa, se realizó una revisión bibliográfica y documental exhaustiva con el objetivo de establecer el marco teórico y conceptual de la investigación. La revisión incluyó literatura académica especializada en diplomacia comercial, diplomacia económica, cooperación internacional, cadenas globales de valor (CGV), inteligencia comercial y alianzas público-privadas (APP). Se consultaron libros, artículos científicos indexados, informes de organismos multilaterales (OCDE, CEPAL, FAO, ICCO, OEI), así como documentos institucionales producidos por entidades gubernamentales ecuatorianas como el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca y PRO ECUADOR. Este acervo bibliográfico permitió contextualizar los principales conceptos analíticos, identificar tendencias globales, y delimitar los desafíos particulares que enfrenta Ecuador en su proceso de inserción en los mercados internacionales de productos agroalimentarios.

Complementariamente, se desarrolló una segunda fase empírica basada en la aplicación de entrevistas abiertas y semi-estructuradas a actores clave del ecosistema exportador ecuatoriano. Esta aproximación permitió captar percepciones directas, identificar cuellos de botella institucionales y recoger experiencias prácticas desde distintas posiciones estratégicas. Las entrevistas se centraron en explorar el nivel de involucramiento del cuerpo diplomático en la promoción de productos agroalimentarios, la articulación entre los diferentes niveles de gobierno, el acceso a cooperación internacional, y la implementación de estándares fitosanitarios, sanitarios y de sostenibilidad exigidos por los mercados de destino.

Entre los informantes destaca la participación de Nicolás Toro Torres, Director de Alianzas Estratégicas del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de La Joya de los Sachas, y de Priscila Pruna Boada, consultora de sostenibilidad en Northstar Recycling, cuyas experiencias aportaron perspectivas tanto locales como internacionales sobre diplomacia técnica, cooperación sostenible y barreras comerciales no arancelarias.

Para finalizar, la información recolectada mediante revisión bibliográfica y entrevistas abiertas fue sometida a un proceso de triangulación metodológica que permitió contrastar los hallazgos teóricos con la evidencia empírica. Este enfoque analítico facilitó identificar patrones recurrentes, validar hipótesis preliminares y construir un diagnóstico integrado de los factores que limitan o potencian la acción de la diplomacia comercial ecuatoriana en el sector agroalimentario.

Este diseño metodológico, al combinar revisión documental y trabajo de campo cualitativo, permitió no solo dimensionar los aspectos normativos y estructurales del comercio internacional de productos agroalimentarios, sino también incorporar las voces de los actores que enfrentan directamente los retos de la internacionalización, aportando así una visión holística y aplicada al fenómeno objeto de estudio.

3 RESULTADOS

El análisis de la evidencia recopilada permite identificar varios hallazgos significativos sobre las limitaciones y oportunidades de la diplomacia comercial ecuatoriana en el proceso de internacionalización de productos agroalimentarios como el cacao fino de aroma y el banano.

En primer lugar, se confirma la existencia de un vacío institucional en el rol de las embajadas ecuatorianas en el exterior como agentes activos de apertura de mercados. Si bien las oficinas comerciales cumplen un papel relevante en la promoción exportadora, su capacidad técnica y operativa resulta insuficiente para atender la creciente complejidad de las regulaciones internacionales, particularmente en aspectos sanitarios y fitosanitarios que constituyen barreras técnicas al comercio.

En este sentido, se identificó la necesidad urgente de fortalecer las competencias técnicas del cuerpo diplomático ecuatoriano, dotándolos de capacidades regulatorias y normativas que les permitan participar activamente en procesos de homologación de protocolos sanitarios, negociación de requisitos de acceso a mercados y resolución de obstáculos técnicos que afectan el comercio exterior de productos agroalimentarios.

Asimismo, los resultados evidencian que la articulación institucional entre embajadas, oficinas comerciales, ministerios competentes (como el MAG y AGROCALIDAD), y el sector privado sigue siendo limitada y fragmentada, lo que dificulta la implementación de estrategias coordinadas y sostenibles de inserción internacional.

Otro hallazgo relevante es la necesidad de consolidar alianzas público-privadas robustas como mecanismos facilitadores tanto del cumplimiento de estándares internacionales como del fortalecimiento de capacidades productivas y comerciales de los pequeños y medianos exportadores. En este contexto, las APP se presentan como instrumentos idóneos para articular la asistencia técnica, la transferencia de tecnología, la inteligencia de mercado y el financiamiento necesario para afrontar los nuevos requisitos regulatorios de mercados altamente exigentes como España, Alemania y Corea del Sur.

De igual manera, se identifican como prioridades el fortalecimiento del acompañamiento técnico a los productores para que comprendan y aprovechen los estándares internacionales como una herramienta estratégica de posicionamiento con valor agregado, más allá del simple

cumplimiento normativo. Esto implica el desarrollo de capacidades en gestión financiera, planificación y análisis de mercado, así como la provisión de servicios de asesoría comercial que permitan a los exportadores adaptarse a nichos específicos, precios dinámicos y tendencias globales.

Adicionalmente, se constata una elevada dependencia de los fondos de cooperación internacional para el financiamiento de iniciativas sostenibles, lo cual compromete su continuidad en el tiempo. En este sentido, se destaca la necesidad de avanzar hacia esquemas de sostenibilidad financiera propios y mecanismos de incentivos fiscales que promuevan la adopción generalizada de prácticas sostenibles dentro del sector agroalimentario exportador.

El estudio identifica problemas estructurales persistentes como la falta de continuidad institucional en los procesos de negociación comercial, la escasa articulación entre actores públicos y privados, y la limitada profesionalización de los servicios de inteligencia comercial, factores que afectan la competitividad sistémica del sector agroexportador ecuatoriano.

4 CONCLUSIONES

A partir del análisis realizado, considero que el fortalecimiento de la diplomacia comercial ecuatoriana requiere una transformación estructural que vaya más allá del enfoque tradicional centrado en la promoción de exportaciones. Es imperativo avanzar hacia un modelo de diplomacia económica integral, en el que las representaciones exteriores asuman un rol técnico activo en la facilitación del comercio, particularmente en sectores sensibles como el agroalimentario. La evidencia recopilada muestra que ciertos actores deben fortalecer conocimiento en normativas sanitarias, fitosanitarias y de sostenibilidad, lo que limita su eficacia frente a barreras no arancelarias en mercados estratégicos.

Desde una perspectiva técnica, identifiqué que la internacionalización efectiva de varios productos exportables requiere una articulación interinstitucional más robusta, donde embajadas, ministerios competentes, agencias de control y oficinas comerciales trabajen de forma sinérgica bajo esquemas de coordinación técnica. Una desconexión entre estos actores representaría un obstáculo crítico para la consolidación de estrategias comerciales sostenibles, especialmente en contextos normativos complejos como los de la Unión Europea y Asia Oriental.

Asimismo, sostengo que las alianzas público-privadas (APP) representan una herramienta estratégica no solo para superar restricciones operativas y financieras, sino también para facilitar la incorporación de estándares internacionales por parte de pequeños y medianos productores. Estas alianzas deben ser concebidas como mecanismos de implementación de políticas de desarrollo productivo y posicionamiento internacional, respaldadas por plataformas de inteligencia comercial que integren datos de mercado, requisitos normativos y tendencias globales de consumo.

Por otro lado, la evidencia empírica recogida a través de entrevistas demuestra que aún persiste una dependencia excesiva de la cooperación internacional como fuente de financiamiento para iniciativas sostenibles, lo cual plantea desafíos en términos de continuidad y

autonomía institucional. Es necesario que el Estado ecuatoriano incorpore incentivos fiscales y mecanismos financieros propios que permitan escalar buenas prácticas e integrar a más actores en las cadenas globales de valor de forma equitativa.

Por último, considero fundamental que la diplomacia comercial ecuatoriana transite hacia un enfoque de anticipación normativa, presencia técnica permanente en foros regulatorios, y generación de valor agregado a través de una narrativa país sólida. Solo mediante una diplomacia profesionalizada, técnicamente capacitada y alineada con los objetivos productivos nacionales será posible insertar de manera competitiva, sostenible y estratégica los productos agroalimentarios ecuatorianos en los mercados más exigentes del mundo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- América Economía. (17 de Mayo de 2024). Foro Económico destaca alianza comercial Ecuador-Alemania. *América Economía*, p. 1.
- Bayne, N., & Woolcock, S. (2011). *The New Economic Diplomacy: Decision-Making and Negotiation in International Economic Relations*. Ashgate.
- CEPAL. (6 de Agosto de 2020). *Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística*. Fuente: CEPAL: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45877-efectos-covid-19-comercio-internacional-la-logistica>
- COMEX. (12 de Mayo de 2025). *Empresas ecuatorianas destacan en ferias internacionales de alimentos en Italia, España e India*. Fuente: COMEX 360: <https://www.comex.com/empresas-ecuatorianas-destacan-en-ferias-internacionales-de-alimentos-en-italia-espana-e-india/>
- FAO. (4 de Julio de 2020). *The world banana economy 2017-2019. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*. Fuente: FAO: <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/cb393163-a0ae-4d38-886e-52bd44de092a/content>
- ICCO. (Diciembre de 2021). *Monthly Review of the Market. ICCO Monthly Cocoa Market Report*. Fuente: The International Cocoa Organization (ICCO) : <https://www.icco.org/icco-documentation/cocoa-market-review/>
- Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca. (28 de Septiembre de 2023). *Acuerdo Estratégico de Cooperación Económica entre Ecuador y Corea del Sur*. Fuente: <https://www.produccion.gob.ec/acuerdo-estrategico-de-cooperacion-economica-entre-ecuador-y-corea-del-sur/>

- Observatorio de Complejidad Económica. (4 de Enero de 2025). *Ecuador: exportaciones, importaciones y socios comerciales*. Fonte: Observatorio de Complejidad Económica: <https://oec.world/es/profile/bilateral-country/kor/partner/ecu?selector556id=HS6>
- OCDE. (16 de Junio de 2016). *Rethinking public-private partnerships in Latin America and the Caribbean to achieve the Sustainable Development Goals*. Fonte: ECLAC: <https://www.cepal.org/en/articles/2016-rethinking-public-private-partnerships-latin-america-and-caribbean-achieve-sustainable>
- OEI. (2020). *Miradas sobre la educación en Latinoamérica. Competencias para el siglo XXI en Iberoamérica*. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI).
- PRO ECUADOR. (2021). *Informe de Inteligencia Comercial sobre el cacao ecuatoriano y sus oportunidades en Europa*. Fonte: PRO ECUADOR. Negocios sin fronteras: <https://www.proecuador.gob.ec/informe-int-com/>
- Pruna, P. (12 de Junio de 2025). Estrategias de diplomacia comercial para la internacionalización de productos agroalimentarios ecuatorianos en la era post-pandemia. (L. A. Levoyer, Entrevistador)
- Sanahuja, J. A. (2012). *La diplomacia del siglo XXI: Nuevos escenarios y desafíos para la política exterior*. Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia.
- Toro, N. (11 de Junio de 2025). Cooperación Internacional desde el comercio y alianzas. (L. A. Levoyer, Entrevistador)