



# Ecuador y Corea del Sur: oportunidades con un acuerdo comercial

Por Hanns Soledispa

Director general de Exponential Research

**F**irmar tratados de libre comercio no es únicamente una decisión de política exterior: es una estrategia para ampliar el horizonte de oportunidades de todo un país. Para los exportadores, significa competir en condiciones preferenciales, acceder a consumidores antes limitados por aranceles o trabas burocráticas, y ganar visibilidad en mercados donde la calidad y la innovación local pueden posicionarse con fuerza. Un tratado de libre comercio (TLC) abre la puerta a diversificar destinos, reducir la dependencia de unos pocos clientes y construir relaciones de largo plazo con socios internacionales. Al mismo tiempo, el prestigio de exportar bajo reglas claras

y con estándares exigentes se traduce en una mejora de procesos internos y en la consolidación de marcas con mayor reconocimiento global.

El verdadero valor de un tratado de libre comercio no se mide únicamente en lo que vendemos, sino también en lo que recibimos. Las importaciones, a menudo vistas con recelo, son en realidad un motor de transformación productiva. Al reducirse los aranceles, se abarata la llegada de maquinaria más moderna, insumos de mayor calidad y bienes intermedios que permiten a nuestras industrias producir con mayor eficiencia. Esto incrementa la competitividad de los productores locales, no por

obligación, sino porque acceden a herramientas que les permiten elevar su productividad y diferenciar su oferta. Competir con productos extranjeros de calidad impulsa a las empresas nacionales a innovar, sofisticar su portafolio y adoptar estándares internacionales que, de otro modo, serían más costosos de alcanzar.

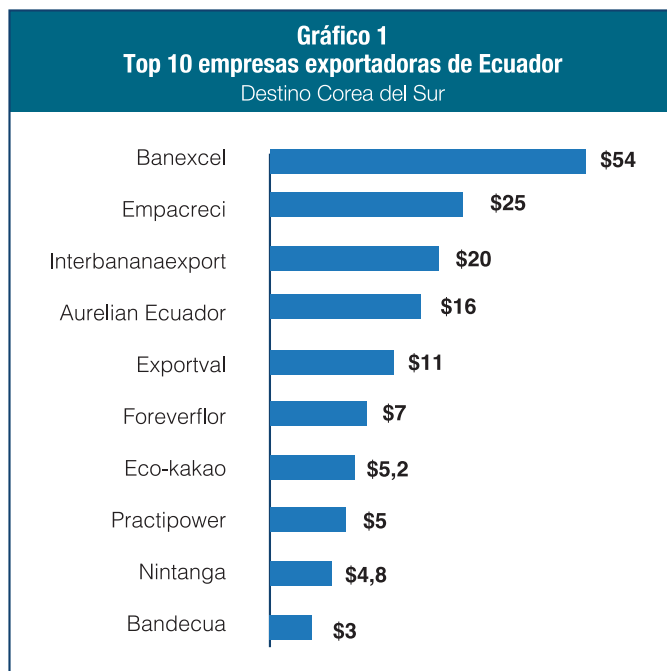
Los beneficios no se limitan al ámbito empresarial. Como ciudadanos, también ganamos. El consumidor encuentra una mayor variedad de bienes y servicios, con mejores precios y más calidad. El acceso a productos, que antes eran escasos o costosos, genera bienestar directo en los hogares, amplía las posibilidades de elección y democratiza el consumo. De igual manera, la llegada de tecnologías e innovaciones de otros países permea en la sociedad: facilita el emprendimiento, eleva las capacidades laborales y crea un entorno donde la competitividad no es una carga, sino un incentivo constante de mejora.

Estos argumentos no son teóricos ni lejanos: tienen aplicación directa en el reciente TLC que Ecuador firmó con Corea del Sur. Este acuerdo abre un abanico de oportunidades para nuestros exportadores — particularmente en los sectores agroindustriales, pesqueros y de manufacturas con valor agregado— y, al mismo tiempo, facilita el ingreso de tecnología, maquinaria y bienes coreanos que pueden elevar la productividad nacional. Más que un simple intercambio de mercancías, es una puerta hacia la innovación y la modernización, donde las empresas ecuatorianas tienen la posibilidad de crecer y los ciudadanos de acceder a más opciones y mejor calidad de vida.

En este artículo resumo algunos datos clave para entender y aprovechar las oportunidades que se abren para Ecuador. Conviene conocer a las principales empresas y productos, tanto de compra como de venta, de Ecuador y de Corea del Sur. Todas las cifras corresponden al período enero-agosto de 2025.

### PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS DE ECUADOR HACIA COREA DEL SUR

Banexcel lidera con diferencia las exportaciones hacia este destino, alcanzando 54 millones de dólares, seguida por Empacreed e Interbananexport. El ranking muestra la relevancia de la agroindustria, en especial del banano y sus derivados, mientras empresas medianas diversifican la oferta, reflejando un proceso de consolidación en este mercado (ver gráfico 1).



Fuente: Penta-Transaction, Exponential Research

### PRINCIPALES EMPRESAS ECUATORIANAS QUE COMPRAN PRODUCTOS COREANOS.

EP Petroecuador encabeza las importaciones desde Corea con 106 millones de dólares, lo que refleja la dependencia en energía e insumos industriales. Le siguen las empresas como Neohyundai y Novacero, vinculadas a los sectores automotriz y metalúrgico. Esto muestra que



Fuente: Penta-Transaction, Exponential Research

**Gráfico 3**  
Principales compradores de Corea



Fuente: Penta-Transaction, Exponential Research

las importaciones coreanas se concentran en bienes estratégicos para modernizar la producción ecuatoriana (ver gráfico 2).

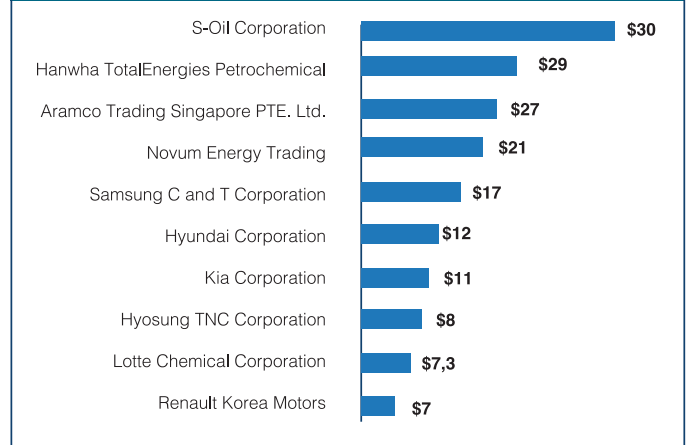
### PRINCIPALES COMPRADORES COREANOS DE PRODUCTOS ECUATORIANOS

Joon Internacional Co. Ltd. lidera las compras con 55 millones de dólares, seguida por Diamond Shrimp y Laon Logistics. Aunque la concentración en pocos compradores es evidente, hay una diversificación progresiva hacia empresas medianas como Lotte Wellfood y Simfura Korea. Esto refleja oportunidades en nichos específicos como mariscos, banano y flores, de creciente demanda en Corea (ver gráfico 3).

### PRINCIPALES PROVEEDORES COREANOS CON DESTINO ECUADOR

S-Oil Corporation y Hanwha Total Energies encabezan los envíos con combustibles y petroquímicos, seguidos por Aramco y Samsung, que proveen energía y tecnología. Hyundai y Kia destacan en el sector automotriz, mientras empresas como Lotte Chemical aportan en químicos industriales. El patrón confirma que Corea exporta bienes de alto valor agregado, esenciales para modernizar la industria ecuatoriana y elevar su competitividad (ver gráfico 4).

**Gráfico 4**  
Principales proveedores de Corea



Fuente: Penta-Transaction, Exponential Research

### PRINCIPALES EXPORTACIONES DE ECUADOR HACIA COREA DEL SUR

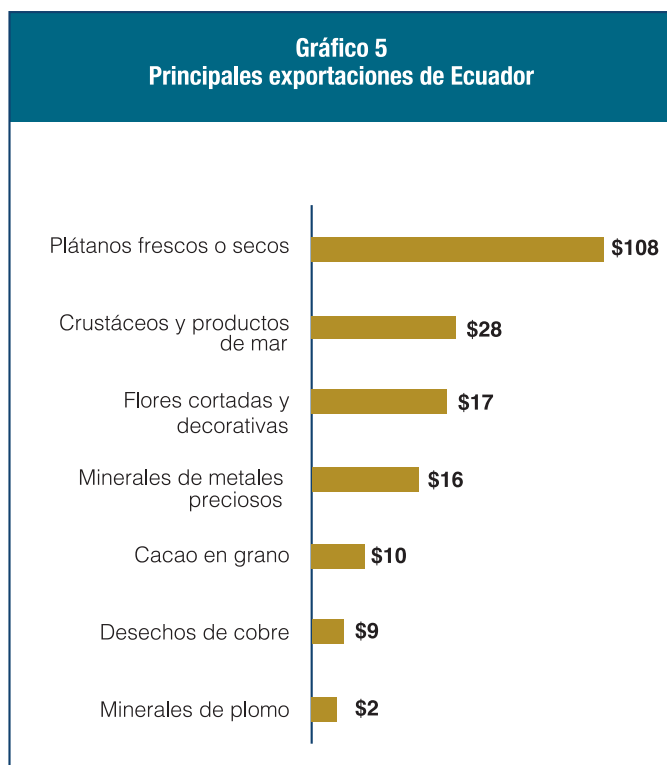
Los plátanos frescos lideran con 108 millones de dólares, consolidando la agroindustria como pilar de la relación comercial. A esto se suman crustáceos, flores cortadas, cacao y minerales, productos que diversifican el portafolio. La mezcla de bienes agrícolas y extractivos muestra tanto potencial competitivo como la dependencia de materias primas (ver gráfico 5).

### PRINCIPALES PRODUCTOS COREANOS QUE COMPRA ECUADOR

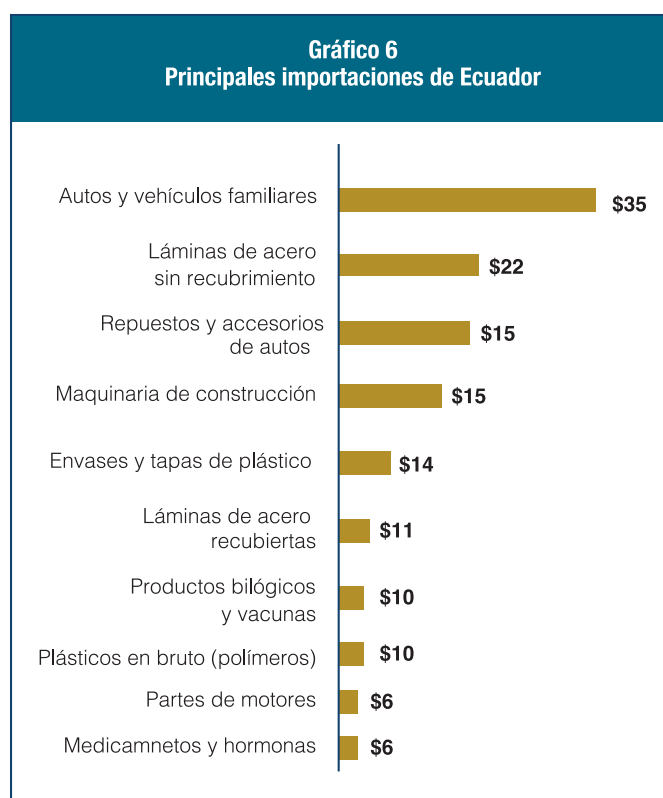
Los autos y vehículos familiares lideran con 35 millones de dólares, seguidos por láminas de acero, repuestos y maquinaria de construcción. También destacan insumos médicos, plásticos y productos biológicos. Estas importaciones reflejan la importancia de Corea como proveedor de bienes industriales y de consumo sofisticado, que no solo amplían la oferta interna, sino que impulsan mejoras productivas en sectores clave del país (ver gráfico 6).

### CONCLUSIÓN

En un entorno global competitivo, la narrativa por sí sola no basta. Las empresas que realmente capitalizan un tratado de libre comercio son aquellas que sustentan sus decisiones en datos y en análisis estadístico sólido. Saber qué productos tienen mayor potencial



Fuente: Penta-Transaction, Exponential Research



Fuente: Penta-Transaction, Exponential Research

de ingreso, cuáles son los compradores más activos en Corea, qué segmentos están creciendo y cuáles se están contrayendo, no es un lujo académico: es una herramienta de supervivencia y crecimiento empresarial. En comercio exterior, las cifras no son frías: son brújulas que guían dónde invertir, cómo negociar y hacia qué mercados dirigir los esfuerzos.

El desafío, entonces, no está en temer a la apertura, sino en saber aprovecharla. El TLC con Corea del Sur representa mucho más que una reducción arancelaria: es la oportunidad de integrarnos a una de las economías más dinámicas y tecnológicamente avanzadas del mundo. Para los empresarios ecuatorianos significa diversificar mercados y competir en condiciones más

ideales; para los productores, modernizarse y elevar su competitividad; y para los ciudadanos, acceder a una mayor variedad de bienes y servicios a mejores precios. El TLC con Corea es una puerta al futuro, pero solo quienes lean los números detrás de las oportunidades sabrán atravesarla con ventaja. Abrirse al mundo no es un salto al vacío: es un paso estratégico cuando se camina con datos en la mano y visión en la mente.

Hoy Ecuador tiene la oportunidad de exportar más, importar mejor y crecer con inteligencia. El reto es que nuestras empresas asuman esta apertura no con temor, sino con la convicción de que la innovación y el análisis riguroso son las llaves de la competitividad global.

## EL AUTOR

**Hanns Soledispa** tiene el grado de MBA por el IDE Business School. Es director general y de consultoría empresarial en economía, estadística e investigación de mercados en la firma Exponential Research. Participa como analista económico en medios de comunicación. También es profesor universitario y conferencista en temas de economía y empresa.