Exportación de pulpa congelada de mora desde Ecuador hacia el mercado Chino

Autores:

Ing. Ana María Velástegui Robalino

Mg. Telmo Diego Proaño Córdova (dproano@pucesa.edu.ec)

Mg. Julio César Zurita Altamirano (jzurita@pucesa.edu.ec)

Instituciones: Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato

Universidad Técnica de Ambato

Resumen

La exportación de productos no tradicionales ha cobrado gran relevancia en los últimos años en Ecuador, organismos gubernamentales como las empresas, vienen diseñando y desarrollando estrategias que pretenden impulsar la colocación eficiente de productos ecuatorianos en los mercados internacionales. La presente investigación tiene como objetivo principal analizar la posibilidad de exportación de pulpa congelada de mora desde Ecuador hacia el mercado chino. El estudio permitirá mejorar la rentabilidad de las empresas ecuatorianas involucradas e incrementar su capacidad competitiva; también, aprovechar las excelentes relaciones diplomáticas y comerciales entre Ecuador y China, a través de la exportación de pulpa congelada de mora, que por sus condiciones climáticas y geográficas, el país asiático carece del cultivo de este fruto para satisfacer la gran demanda interna.

Palabras clave: exportación, competitividad, oportunidad de negocio, rentabilidad

Abstract

The export of non-traditional products has earned great importance in Ecuador in recent years, government institutions such as companies, have been designing and developing strategies that aim to promote the efficient placement of Ecuadorian products in international markets. The main objective of this research is to analyze the possibility to export frozen blackberry pulp from Ecuador to the Chinese market. The study will improve the profitability of the Ecuadorian companies involved and increase their competitive capacity; also, to take advantage of the excellent diplomatic and commercial relations between Ecuador and China, through the export of frozen blackberry pulp, which due to its climatic and geographical conditions, the Asian country lacks the cultivation of this fruit to satisfy the great and domestic demand.

Keywords: export, competitiveness, business opportunity, profitability

Introducción

Los actuales desafíos de la globalización, orientan día a día la economía mundial hacia un intercambio comercial que permita la creación de ventajas comparativas y el desarrollo sistémico de los países, tendencias que se dirige el consumo de la población en economías desarrolladas como la China, como son los alimentos semi procesados de gran contenido nutricional, pues, el incesante ritmo de vida al que se enfrentan las personas, demanda la simplificación de procesos y tiempos en actividades rutinarias como la alimentación. Ecuador al estar en una posición geográfica privilegiada, cuenta con una amplia variedad de pisos climáticos y suelos que favorecen la agricultura, así la región central del país se caracteriza por el cultivo y procesamiento de la mora, a través de una cantidad considerable de industrias alimenticias dedicadas a la producción de pulpa de fruta, sin embargo, son escasas las empresas que han incursionado en el campo exportador. China principal economía emergente del mundo, representa una importante oportunidad para la comercialización de productos alimenticios, pues, la polución consecuencia de su especialización industrial y fabril ha repercutido en una agricultura incipiente y carente de frutas como la mora.

Desarrollo

Estado del Arte y la Práctica

El comercio internacional tiene sus orígenes en las antiguas civilizaciones mediterráneas, quienes aprovecharon su posición geográfica privilegiada para intercambiar sus excedentes con otros países. Un fundamento básico que define el comercio entre países es la Teoría de la Ventaja Comparativa que hace referencia a la capacidad que tiene una industria o un país para producir un bien de manera eficiente, es decir utilizando comparativamente menos recursos de capital y trabajo que otro.

Una de las principales estrategias de comercialización internacional son las exportaciones, debido a los beneficios que representan en la economía de un país al generar el ingreso de divisas y otorgar mayor y mejor estabilidad financiera a las empresas.

En tal sentido, Daniels & Radebaugh (2015), definen a las exportaciones como “los medios legales y tradicionales utilizados por las empresas para realizar el envío de mercancía nacional o nacionalizada para su uso o consumo en el extranjero”. Los desafíos del mundo globalizado obligan a las empresas sujetarse a un ineludible cambio permanente e innovador, para mantenerse competitivas y rentables, estos preceptos no solo abarcan productos y procesos, sino también buscan la manera óptima de administrar, transportar y comercializar, acciones concretas que les permitan mantenerse en el tiempo y acaparar nuevos mercados. (Gnazzo, y otros, 2016)

En base a estas premisas, Marín (2012) indica que cuando las empresas en su afán de crecimiento identifican nuevas oportunidades de negocio, éstas deben ser evaluadas de forma exhaustiva para que generen eficiencia, funcionalidad y rentabilidad a la misma. La aparición de nichos de mercado, y el aprovechamiento de las tendencias de consumo, brindan grandes oportunidades para la penetración en nuevos mercados de exportación, los cuales significan alternativas sustentables para las organizaciones en busca del fortalecimiento de su marco financiero y competitivo. (CentralAméricaData.com, 2014).

La inclinación de la población mundial hacia una alimentación sana y nutritiva cada día va en aumento.

> “El incremento de las tiendas de jugos naturales en la República Popular China especialmente en las ciudades grandes como Beijing y Chongqing, representa una oportunidad ideal para que las pulpas de frutas conquisten el mercado chino con su calidad y variedad” (CentralAméricaData.com, 2014, p. 1).

Esta es una de las principales razones para que la demanda de insumos alimenticios importados se encuentre en auge en este país asiático; tal es así que en 2013 China importó alrededor de 26 mil toneladas de pulpa de fruta, lo cual constituyó un incremento significativo en relación a las 20 mil toneladas importadas en 2011 (Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica, 2014).

Desde el punto de vista socioeconómico y empresarial la competitividad es un factor determinante para el desarrollo de un país. Tal es así que Porter (2009) afirma que “la competitividad está definida por la eficiencia productiva de los recursos, es decir, es el resultado generado por una unidad de capital o de trabajo, y la mejora continua de la calidad , capacidad e innovación constante de la industria”; Porter (2009), a su vez identifica cuatro factores que determinan la competitividad:

- **Dotación del país:** cantidad y calidad de los factores de producción, así también como la habilidad y conocimiento para adaptarse a los cambios e innovación.
- **Naturaleza de la demanda interna:** es necesario la participación de demandantes comprometidos y exigentes que anticipen sus necesidades y obliguen a las empresas a entregarlos bienes o servicios con altos estándares de calidad.
- **Estructura productiva conformada por empresas de distintos tamaños:** que demuestren eficiencia a escala internacional, relacionadas vertical y horizontalmente, que generen sostenibilidad a sus cadenas productivas.
- **Condiciones prevalecientes en el país en materia de creación, organización y manejo de las empresas:** actitudes de la competencia frente a la ganancia, innovación y riesgo.

El principal objetivo de la competitividad es la creación de ventajas comparativas que faciliten el desarrollo de los países a través del crecimiento sustentable de las empresas, enfatizando en ellas el lugar y momento óptimo para planificar y ejecutar estrategias de negocios.

El discurso chino sobre la apertura bilateral con el resto del mundo se resume en generar una relación comercial con cualquier país que se preste para dicho fin y le opero en realidad los acuerdos comerciales que se suscriben están supeditados a las condiciones hegemónicas del gigante asiático. Sin embargo, es oportuno recordar también que la estrategia política juega un papel relevante a la hora de negociar, es por ello que el gobierno chino se acoge al orden constitucional de los

países, otorgando un rol central y regulador al Estado como el principal referente y aval de la economía. (Reyes, 2009)

La relación comercial entre Ecuador y China está definida por la relevancia de las necesidades e intereses estatales de cada uno. La población china demanda acceso a recursos primarios y productos que sustenten sus necesidades básicas, es por ello que encuentra en Ecuador el aliado perfecto para alcanzar este fin. Por su parte, para el gobierno ecuatoriano de la última década China ha sido el principal financista para la ejecución de la obra pública y la equiparación del déficit fiscal, es decir el Estado se ha generado una interdependencia más económica y paternalista antes que comercial con el gigante asiático. (Salazar, 2012)

Cifras Oficiales de la Organización Mundial del Comercio OMC en su informe 2015, la participación en exportaciones de productos agrícolas en la economía entre Ecuador y China fue de 34.5% y 3.2% respectivamente, cabe mencionar que en lo referente a exportaciones Ecuador le lleva una importante ventaja a China. Sin embargo, en lo referente a importaciones del mismo tipo de productos ambos países tienen una aproximación que no representa ventaja o desventaja alguna al momento de establecer una relación comercial. (Organización Mundial del Comercio, 2017)

Para el análisis se considera que durante el año 2015 los productos comercializados entre Ecuador y China fueron los siguientes:

Cuadro 1. Productos comercializados en Ecuador y China

Exportaciones a Ecuador	**Exportaciones a China**
Equipo Electrónico	Petróleo
Acero y Hierro	Frutas y sus derivados
Artículos de Acero y Hierro	Combustibles minerales, aceites, productos de destilación.
Plásticos y artículos relacionados	Cacao y sus derivados.
Caucho y artículos relacionados	Madera y manufacturas de madera
Muebles, edificios prefabricados, iluminación.	Peces, crustáceos, moluscos, invertebrados acuáticos.
Productos químicos	Minerales metalíferos.
Aparatos médicos y técnicos	Desechos de la industria alimenticia
	Flores

Fuente: tomaod de Trade statistics for International business development (2015)

Metodología

El estudio está sustentado en la metodología descriptiva – explicativa, busca detallar las características propias de los países, su economía, población, industria y otras variables a través de las cuales la investigación pueda sustentarse y compararse. De la misma manera, con la aplicación de esta metodología se pretende realizar un análisis cualitativo y cuantitativo de las condiciones del mercado de destino, como también de la capacidad productiva del país de origen, que permita encontrar un modelo de negocio adecuado para la exportación, el cual genere beneficios a la economía ecuatoriana.

Condiciones del Mercado

De acuerdo a cifras oficiales sobre producción de pulpa de fruta en Ecuador, el mercado nacional aún es incipiente, por lo que las posibilidades de producción y exportación son más atractivas, más aun conociendo que la economía China a partir de 2016, inició su proceso de recuperación con tasas de crecimiento competitivas para economías desarrolladas en 6,7% anual Banco Mundial 2016 y con una previsión de crecimiento del 6,5% en 2017, sin duda porcentajes muy superiores al crecimiento que tendrá la economía mundial en 2,7% en 2017 y 4,2% para las economías emergentes como la China.

En este contexto la demanda insatisfecha (nicho de mercado) que tendrá la exportación de pulpa de fruta desde Ecuador hacia China es sumamente atractiva tal como se muestra en las siguientes tablas.

Tabla 1. Oferta Actual

Nombre	Cantidad Diaria Kg	Precio Promedio $	Ventas Diarias $	Ventas Mensuales $	Cantidad Mensual Kg
Fruncosa S.A	833,33	8,23	6858,33	205750	25.000
Exofruit S.A	600,00	8,45	5070,00	152100	18.000
Frozen Topic S.A	533,33	7,87	4197,33	125920	16.000
Agroficial S.A	533,33	8,77	4677,33	140320	16.000

Oferta Total					**75000**

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (2016)

Para determinar la oferta actual se utilizó información extraída del documento "Situación de oferta y demanda de cadenas de fruta mora y uvilla" elaborado por (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, 2016).

Demanda Insatisfecha

La diferencia existente entre la demanda actual respecto a la oferta actual se denominada demanda insatisfecha, es decir:

Demanda – Oferta = **Demanda Insatisfecha**

2.600 – 900= 1700 (toneladas anuales)

Proyección de la Demanda Insatisfecha

Tabla 2. Proyección de la Demanda Insatisfecha

	Año 0	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Oferta	900	918	935	954	972	991
Demanda	1700	1708	1717	1725	1734	1742
Demanda insatisfecha	-800	-791	-781	-771	-761	-751

Fuente: elaboración propia

En virtud de que el número de exportadores ecuatorianos a China es descendente en los períodos 2013 – 2016, se consideró como criterio para la proyección de la oferta la Tasa de Crecimiento de la Población ecuatoriana que es de 1,95% (INEC, 2010), mientras que la proyección de la demanda considera la Tasa de Crecimiento de la Economía China para 2017 que es del 1,49% (Countymeters, 2017).

Productos que más se exportan a China

Las exportaciones ecuatorianas en el año 2016 de banano hacia China representaban el 26 % del total al país asiático (126 millones de dólares, unos 113 millones de euros) y las de camarón el 16 % (USD 96 millones, alrededor de 86 millones de euros). El Jefe de la Oficina Comercial de Ecuador en Shanghái Diego Vega afirma que "Las exportaciones totales no petroleras de Ecuador a China el pasado año alcanzaron los 424 millones de dólares (380,5 millones de euros), estos dos productos representan más de la mitad de esa cantidad". A su vez Vega afirma que la tendencia ha empezado a variar, puesto que en octubre de 2016, el Ecuador pudo exportar mangos por primera vez a China "luego de siete años de gestión" su mayor competidor es el mango australiano, y que por encontrarse en una zona geográfica más cercana, se ha visto más afortunado para ser demandado a un coste mucho menor para el país asiático. (EL Comercio, 2016).

Tabla 3. Balanza Comercial

Balanza comercial			**Saldo**
Exportaciones		9507,4	7684,9
Petróleos y derivados			
Venta Petróleo al exterior	3284,9		
No petroleras	6135,1		
No tradicionales			
Fruta	30,3		
Jugos y conservas de frutas	57,1		
Importaciones		1822,5	
Bienes de consumo			
No duradero	1075,7		
Duraderos	746,8		

Fuente: elaboración propia a partir de la literatura consultada

El saldo de la balanza comercial entre Ecuador y China respecto a los rubros fruta y conservas expresados en millones de dólares, considerando los valores en términos FOB en el período correspondiente Enero 2014 y Junio 2017 refleja que

la fruta en su estado natural creció en promedio 25,84%, mientras que el mismo producto exportado en jugos y conservas al contrario decreció en 14,99%, lo que se significa que el mercado chino si es atractivo para exportar fruta congelada y fruta de pulpa propuesto en esta investigación.

Tasa de crecimiento por producto

Para estimar la tasa de crecimiento promedio interperiodo se utilizó la siguiente fórmula de tasa de crecimiento:

$$\frac{VF - VI}{VI} * 100$$

VF = Valor Final
VI = Valor Inicial

Fruta			
2014	**2015**	**2016**	**2017**
15,4	21,9	26,4	30,3

Jugos y conservas			
2014	**2015**	**2016**	**2017**
93,8	82,5	75,1	57,1

Promedio Tasa de crecimiento por producto

La fruta es considerada en estado natural o congelado, según datos del Banco Central del Ecuador y con una tasa de crecimiento promedio de 25,84 entre 2014 y 2017, significaría que de seguir a este ritmo en 2021 se duplicaría las exportaciones de fruta a ese mercado siempre y cuando los volúmenes de exportación se mantengan, así como también los pedidos del mercado chino. Por lo tanto la mora y su pulpa de fruta al ser un producto exótico muy apetecido en china, de seguro seguirán teniendo gran acogida en ese mercado.

2014	2015	2016
42,21	20,55	14,77

Fuente: Banco Central del Ecuador, Junio (2017)

Lo que se refiere a jugos y conservas la tasa de crecimiento del período en análisis demuestra que al contrario de la fruta, esta decreció en un 14,99%, lo que significa que al momento el mercado chino que se encuentra en recuperación, requiere la mora o pulpa de fruta de mora como materia prima y no como producto terminado.

2014	2015	2016
-12,05	-8,97	-23,97

Fuente: Banco Central del Ecuador, Junio (2017)

Referencias Bibliográficas