

**CAPITULO 2: BANANO ECUATORIANO EN EL MERCADO CHINO: FACTORES DEL
COMERCIO INTERNACIONAL Y COMPETITIVIDAD (2019-2021)**

Autores:

Jennifer Macías Cueva, Lcda.

Licenciada en Administración de Empresas.

Universidad ECOTEC.

jemacias@est.ecotec.edu.ec

Ana María Correa Vaca, Mgtr.

Magister en Logística y Gestión de la Cadena de Suministro.

Universidad ECOTEC.

acorreav@ecotec.edu.ec

2.1. Introducción

Previo al brote de la pandemia, la situación de inestabilidad política y social en Latinoamérica se encontraba en pleno acontecimiento; de allí que las proyecciones para 2020 no fueron positivas para la Región. No obstante, la Covid-19 constituyó una variable que declinó cualquier tipo de pronóstico, modificando todas las expectativas respecto al desarrollo y la competitividad regional a corto y largo plazo (Foxley & Derpich, 2020).

La competitividad, entendida como “capacidad para desarrollar ventajas competitivas con respecto a los competidores obteniendo una posición destacada en su entorno” (Roldán, 2016, pág. 1), por lo general se basa en una ventaja superior desarrollada con base en atributos, recursos, tecnología o habilidades que otros no tienen. La competitividad externa refiere a lograr ventajas competitivas en el contexto del mercado y, en el ámbito internacional.

Los factores que afectan la competitividad internacional de los países latinoamericanos son de carácter estructural y previos a la crisis del Covid-19. Las economías tienen la limitación de estar basados en una producción y exportaciones altamente concentradas en commodities, con escasa diversificación que les hace dependientes del ciclo económico mundial según la dinámica de los precios internacionales.

Perspectivas Internacionales: Inclusión Social, Comercialización, Competitividad y Emprendimiento

Destaca la importancia del banano como base de la economía y dieta de muchos países, ocupando un importante lugar en la producción y en el comercio internacional por ser la fruta más exportada, como también es la de mayor consumo a nivel mundial. No obstante, al igual que casi en todos los rubros, en medio de la Covid-19 se han generado efectos colaterales que afectan la actividad comercial internacional del banano que, según Martínez & Rey-Brina (2021), están asociados al aislamiento social y restricción de movilidad que interrumpió bruscamente el suministro afectando a toda la cadena productiva.

EL Ecuador ocupa el primer lugar entre los 135 países exportadores, tanto en valores como en volumen, siendo los principales competidores en volúmenes Filipinas, Guatemala, Costa Rica y Colombia, en ese orden.

En cuanto al banano y plátano, según datos para el año 2019 suministrados por el Banco Central del Ecuador (2022), en las exportaciones tradicionales fueron las segundas más importantes después del camarón con una participación del 39,5% y, en las exportaciones primarias ocuparon el tercer lugar en importancia con una participación de 18%. Asimismo, indica que el sector de la agricultura en el primer trimestre del 2020 mostró un crecimiento interanual de 1,4%, en el cual sobresalió el cultivo de banano, café y cacao con un incremento de 7,3%.

El mercado del banano ecuatoriano es variado, principalmente dirigido hacia cinco destinos: Rusia, EE. UU., Turquía, Unión Europea (Italia y Alemania, primordialmente) y China, en ese orden de importancia. El resto de las exportaciones se dirigen a varios mercados como Países Bajos, Argentina, Argelia, Arabia Saudita, Bélgica, Chile y otros.

Sin embargo, se puede inferir, a pesar de la importancia del sector para la economía nacional y el liderazgo alcanzado en el mercado internacional, las exportaciones de banano están lejos de alcanzar su máximo potencial tomando en cuenta que las variaciones interanuales en volumen, según las cifras tomadas del portal TradeMap (2022), no superan el 7% desde el año 2017, en el 2019 el crecimiento fue 0% y en el 2020 fue de un 6%. De igual forma, según el Servicio de Rentas Internas (SRI), citado en CEDIA (2020), el cultivo de banano y plátano tuvo un ingreso de -19,6% en el 2019 en comparación con el 2018 y, entre 2011 y 2019 se registró una tasa promedio de crecimiento anual de 0,9%.

Perspectivas Internacionales: Inclusión Social, Comercialización, Competitividad y Emprendimiento

Se ha definido delimitar el tema en el mercado de China en un contexto previo y post al brote de pandemia, es decir, en el período 2019 a 2021. Vale destacar que entre el 2016 y 2020, las exportaciones de banano hacia China habían crecido en un 66% y en 2020 bajaron en -31% en volumen.

El objetivo de la presente investigación es analizar los factores del comercio internacional que influyeron en la competitividad del banano ecuatoriano en el mercado chino durante el período 2019 a 2021.

A través del proyecto de investigación, se pretende identificar los factores que influyen en la competitividad del banano ecuatoriano en China: razones estructurales internas, diferencias entre los precios internacionales o factores que amplían las exportaciones: las políticas cambiarias y comerciales, la eficiencia de los canales de comercialización y acuerdos internacionales, entre otros.

2.2. Materiales y Métodos

El primer paso en esta metodología es establecer objetivos claros y específicos. En este caso, el objetivo principal es analizar los factores que han influido en el comercio del banano ecuatoriano en el mercado chino durante el período de estudio, y evaluar cómo estos factores han afectado la competitividad del producto.

Lo siguiente es identificar fuentes de datos relevantes que proporcionen estadísticas y datos relacionados con el comercio del banano ecuatoriano en China. Estas fuentes pueden incluir informes de comercio exterior, bases de datos de aduanas, estadísticas gubernamentales, informes sectoriales y publicaciones especializadas. La recopilación exhaustiva de datos permitirá tener una visión completa y precisa de la situación.

Una vez recopilados los datos, se procede a seleccionar los indicadores clave que se analizarán para evaluar los factores del comercio internacional y la competitividad. Estos indicadores pueden incluir el volumen de exportaciones, valor de las exportaciones, precios, cuota de mercado, aranceles, barreras comerciales, tendencias de consumo y preferencias del mercado chino, entre otros. La selección cuidadosa de indicadores relevantes permitirá obtener información significativa y relevante para el análisis.

Se realiza un análisis exhaustivo de los datos recopilados. Se aplican técnicas estadísticas descriptivas y exploratorias para identificar patrones, tendencias y relaciones significativas entre los indicadores seleccionados. Esto puede incluir el cálculo de medidas de tendencia

Perspectivas Internacionales: Inclusión Social, Comercialización, Competitividad y Emprendimiento

central, análisis de variabilidad, comparaciones entre períodos y análisis de correlación. Además, se pueden utilizar herramientas estadísticas avanzadas para realizar análisis más complejos si es necesario.

Una vez completado el análisis de datos, se procede a interpretar los resultados obtenidos. Se evalúa el impacto de los factores del comercio internacional en el comercio del banano ecuatoriano en el mercado chino y cómo esto ha influido en la competitividad del producto. Se identifican las fortalezas y debilidades, así como las oportunidades y amenazas que han surgido durante el período de estudio. Esta interpretación permitirá comprender mejor la dinámica del mercado y realizar conclusiones fundamentadas.

Para analizar la información de la variable Factores del Comercio Internacional, se utilizó la herramienta PESTAL. Según señala Amador (2022), un análisis PESTAL es “una herramienta que permite a las organizaciones descubrir y evaluar los factores que pueden afectar el negocio en el presente y en el futuro.” (pág. 1). Sin embargo, para la variable de competitividad del banano ecuatoriano, se recurrió al análisis de las Cinco Fuerzas, herramienta de análisis propuesta por Porter (2012) para analizar la competitividad en el mercado, aplicable en cualquier estadio del ciclo de vida de los productos o servicios.

2.3. Análisis de Resultados

El banano es una fruta de consumo principalmente primario, es decir en fresco; aunque existen procesos de industrialización y agregación de valor a través de los cuales se transforma la fruta y se elaboran almibares, papillas, manjares, deshidratados, entre otros.

En más de ciento cincuenta países del mundo se cultiva banano y existen alrededor de mil variedades, donde la más común en el mercado de exportación es la Cavendish. Los factores climáticos son inmodificables, restringen directa o indirectamente las zonas aptas de cultivo: la humedad, la luz solar, lluvias y temperatura; es por ello por lo que, para nuevas plantaciones de banano, el primer paso es la elección de los mejores suelos agrícolas y su preparación para la siembra.

Por otra parte, con base en la información proporcionada por Cruz (2014), se conoce que la industria bananera nacional de exportación la componen varios actores, desde la preparación del terreno hasta el proceso de embarque. Según datos del INEC, para el Ecuador esta cadena productiva es de gran valor, ya que representa el 26% del PIB agrícola del país y aporta en un 2% al PIB total de la Nación, empleando a más de 250.000 personas

Perspectivas Internacionales: Inclusión Social, Comercialización, Competitividad y Emprendimiento

En la oferta exportable de nuestro país, el banano ocupa el segundo lugar en importancia de las no petroleras después del camarón (ver tabla 3). Según información oficial, la exportación bananera representa el 2% del PIB general y aproximadamente el 35% del PIB agrícola (Agrocalidad, 2022).

Tabla 3.

Importancia relativa de exportaciones totales de banano/plátano (valores)

Descripción del producto	2016	2017	2018	2019	2020
Total exportaciones	100	100	100	100	100
Petroleras	32,7%	36,3%	40,7%	39,2%	26,2%
Pescados y crustáceos, moluscos...	16,9%	17,4%	16,3%	19,0%	20,6%
Frutas y frutos comestibles	17,1%	16,7%	15,7%	15,6%	19,2%
Preparaciones de hortalizas, frutas	1,4%	1,2%	1,1%	1,0%	1,2%
...					
Preparaciones alimenticias diversas	0,8%	0,6%	0,4%	0,4%	0,4%

Fuente: International Trade Centre (Trademap).

Entre los quince socios comerciales hacia donde principalmente se dirigen las exportaciones de banano y plátano fresco de Ecuador, destacan Rusia y Estados Unidos donde concentra más de la tercera parte del total. China ocupa el décimo segundo lugar como destino de estas exportaciones, con una participación decreciente desde 2019 a 2021 (ver tabla 4).

Tabla 4.

Principales destinos de banano/plátano fresco ecuatoriano (% valores)

Mundo (US\$ miles)	2019	2020	2021
	3.310.588	3.682.436	3.500.321
1 Rusia	19%	18%	20%
2 EE. UU.	15%	16%	15%
3 Países Bajos	4%	4%	6%
4 Turquía	7%	8%	6%
5 Alemania	5%	5%	4%
6 Italia	4%	5%	4%

Perspectivas Internacionales: Inclusión Social, Comercialización, Competitividad y Emprendimiento

7	Argentina	3%	3%	3%
8	Bélgica	3%	3%	3%
9	Chile	3%	2%	3%
10	Arabia Saudita	3%	3%	3%
11	Argelia	3%	3%	3%
12	China	7%	4%	3%

Fuente: International Trade Centre (Trademap).

Aspectos generales sobre la competitividad del banano

La competitividad internacional del banano ecuatoriano ha sido estudiada previamente por varios autores y en diferentes períodos. Es el caso de Erazo (2017), quien revisó la “Competitividad del sector bananero ecuatoriano en el comercio internacional, en el período comprendido entre 2012 al 2015”, aplicando el modelo de análisis de las cinco fuerzas de competitividad de Porter; entre sus principales conclusiones destacó que las empresas exportadoras y el país en general se esfuerzan por mantener la posición de liderazgo mundial ganada, destacando el avance constante de nuestras exportaciones y las de Colombia como uno de los principales competidores, debido al apoyo de los respectivos Estados en mejoras continuas en tecnología y asesoramiento pre y post cosecha.

De manera similar, Alvarado (2019) estudió las “Exportaciones bananeras y su aportación en la economía ecuatoriana período 2013-2017”, donde partiendo de la premisa que Ecuador cuenta con una ventaja comparativa en el mercado internacional, basada en el cultivo del banano por sus favorables condiciones climáticas, confirma el alcance e importancia para la economía nacional del desarrollo alcanzado.

Mosquera (2019) realizó un análisis comparativo en el período 2012-2017, con el objetivo de analizar el “Desplazamiento de las ventajas competitivas en las exportaciones de banano ecuatoriano”. Da cuenta del impacto y trascendencia sobre el sector bananero ecuatoriano del debate de eventuales acuerdos comerciales y explicó que, entre otros aspectos, su importancia se refleja en el aumento de los niveles de producción hasta el 2009, período durante el cual las exportaciones mostraron una regular tendencia hacia el alza, mientras la participación de Ecuador en el mercado mundial del banano aumentó.

Perspectivas Internacionales: Inclusión Social, Comercialización, Competitividad y Emprendimiento

Por su parte, Mayón (2020) analizó la “Variación de las exportaciones de banano ecuatoriano en el periodo 2014-2018”, confirmando la competitividad del banano a nivel internacional al concluir que las exportaciones en volúmenes muestran una participación y crecimiento constante y progresivo durante el período estudiado, exceptuando el retroceso del año 2016; los mercados más importantes en ese crecimiento fueron Rusia y Estados Unidos.

En otro orden de ideas, partiendo de Borja & Mejía (2022), es importante señalar que las relaciones diplomáticas de Ecuador con China se establecieron oficialmente en 1980, aunque se fortalecen durante 2006 a 2017. El país asiático se convirtió en el principal prestamista de la administración pública y uno de los principales socios comerciales del Ecuador, a niveles de relaciones estratégicas sin precedentes, además de la obvia preponderancia del país asiático en el sistema político y económico internacional.

De acuerdo con lo expresado por Espinoza (2018) en su artículo titulado “Incidencia de la participación de China en Ecuador como estrategia de integración comercial y desarrollo económico”, el crecimiento económico de China ha motorizado el desarrollo económico mundial; agregó, la inestable globalización genera crisis financieras recurrentes, en particular en las economías emergentes como Ecuador. No obstante, China ha mostrado interés sobre países de la Región y el Gobierno nacional ha apostado a una fuerte inversión de ese país, para el financiamiento de obras en sectores estratégicos de la economía. Los resultados de su análisis llevaron a Espinoza (ob.cit.) a concluir que, ante la inminente intensificación de la integración comercial con China en el período analizado, se espera el mantenimiento de la representatividad de ese país en las exportaciones totales de Ecuador y menor volatilidad de las importaciones. Esto significa que el déficit comercial con China va a continuar con su tendencia hacia la baja.

En ese orden de ideas, en un estudio realizado por Chalá (2021) se profundiza en las “Políticas comerciales de Ecuador con los países de Asia y su relación con la Balanza Comercial en 2020”. Para ese autor, un acuerdo comercial con Asia como el Acuerdo Asia-Pacífico, puede representar el fortalecimiento y el dinamismo de la economía nacional con incidencia en la Balanza Comercial. Agrega, el país puede beneficiarse debido a que se posee una amplia variedad de productos competitivos como el banano, con los que puede comerciar. Asimismo, observó que una de las principales razones por las que no se forma parte de ese Acuerdo tiene mucha relación al desequilibrio de la relación comercial

Perspectivas Internacionales: Inclusión Social, Comercialización, Competitividad y Emprendimiento

Ecuador-China donde Ecuador se refleja como un país de consumo. Por ello, concluye, no se podría decir que formar parte del Acuerdo Asia-Pacífico es la mejor opción para el país, pero tampoco es la peor: se pueden aprovechar oportunidades para obtener el máximo provecho.

Talledo (2021), quien analizó “La pandemia provocada por Sars-Cov-2 y sus efectos en las exportaciones de Ecuador hacia China 2020”; su estudio se basa en una comparación del mercado chino con EE. UU. y la Unión Europea, los otros dos socios comerciales del Ecuador. El resultado indica que la baja competitividad de las exportaciones hacia China en el 2020, se vieron afectadas de forma parcial por la pandemia de Sars-Cov2, ya que las exportaciones totales de banano se vieron fortalecidas, así como también la madera y el cobre, y solo existió una reducción en productos como el camarón y el petróleo.

Factores del Comercio Internacional

Pacheco (2021), define al comercio internacional como: Un proceso donde diversos mercados confluyen y se entrelazan de manera compleja, facilitados generalmente por agentes privados, con el principal objetivo de ampliar su base para generar ganancias por la venta de productos y servicios o estableciendo filiales directas, con el propósito de reducir costos o de entrar a competir en mercados protegidos (pág. 5).

En consecuencia, la globalización abre la oportunidad al intercambio comercial y de esta manera, el comercio internacional se convierte en el pilar de las relaciones internacionales bilaterales o en bloques comunitarios. La negociación se orienta a comprender idiosincrasias muy diferentes entre sí en busca de la apertura de negocios internacionales: inversiones, transporte, ventas, inversiones, otros.

Existen factores que determinan mayor o menor grado, el funcionamiento óptimo del comercio internacional. De acuerdo con la Organización Mundial del Comercio - OMC (2013, pág. 114), estos factores son:

- Cambios demográficos. Afecta al comercio en tanto repercute en las ventajas comparativas de los países, de las cuales se hablará más adelante, y en la estructura de la demanda.
- Inversión. Tendientes a la creación de infraestructura física.

Perspectivas Internacionales: Inclusión Social, Comercialización, Competitividad y Emprendimiento

- Tecnología. Con mayor énfasis a nivel regional, la propagación de la tecnología impulsa la acumulación de conocimientos y en consecuencia el aumento de capacidades.
- Recursos naturales. Este factor podría detener o favorecer a largo plazo, la participación en el comercio internacional de los alimentos y los productos agrícolas, especialmente en los países menos desarrollados.
- Costos de transporte. Este factor de facilitación de comercio busca la introducción de competencia en las rutas de transporte y fomentar la reducción del costo de transportación de las cargas, abordando el alza de los precios del combustible a futuro, mejorando la cantidad y calidad de la infraestructura de transporte.
- Instituciones. Especialmente en la correcta observación de los contratos se pueden encontrar focos para reducir costos del comercio; de allí que contar con instituciones de calidad, puede constituirse en ventajas comparativas.

Factores que afectan a las industrias

Las industrias están afectadas por diferentes factores, los cuales pueden incidir en su desempeño; estos factores no son controlables por el sector o las empresas en él. Deben ser monitoreados debido a que son fuente de oportunidades de negocio y para estar preparados ante las amenazas que presenta el entorno externo. Muchos expertos, consultores y teóricos en dirección administrativa coinciden en su identificación, entre ellos Kotler (2013, págs. 74-84), de quien se resume lo siguiente:

- Política. Permite la evaluación de la intervención gubernamental en el funcionamiento y desempeño de las industrias y las empresas en el comercio exterior, específicamente por medio de las leyes y la política exterior que aplica.
- Economía. Considera las variables macroeconómicas nacionales e internacionales que podrían favorecer o entorpecer el desempeño en la industria.
- Social. En todos los mercados: nacionales o internacionales, temas de religión, cultura, creencias, hábitos o los intereses y preferencias de las personas es de consideración prioritaria para orientar el logro de los objetivos, debido a que los cambios sociales marcan tendencias.
- Tecnología. Una empresa, industria o país con retrasos tecnológicos está en clara desventaja en el comercio internacional.

Perspectivas Internacionales: Inclusión Social, Comercialización, Competitividad y Emprendimiento

- Ambiente. Cualquier nueva regulación gubernamental o tendencias sociales ambientalistas, afectan a las industrias y empresas, sobre todo aquellas que generan mayor pasivo ambiental derivado de su proceso productivo.
- Legal. Incluyen las leyes que regulan las actividades de comercio y que afectan el desempeño de cada industria de manera particular. Incluye leyes de comercio internacional como el arancel, los acuerdos internacionales, la propiedad intelectual, seguridad sanitaria y laboral, entre otras.

2.4. Resultados

Entre 2019 y 2021, China ha bajado la demanda externa en valores de banano/plátano; Filipinas ocupa el cuarenta y seis por ciento (46%) del mercado, aunque ha perdido ocho puntos de participación entre 2019 y 2021. Los competidores que han capitalizado la pérdida de Filipinas y de Ecuador, son los países vecinos de China como Camboya y Vietnam (ver tabla 5).

Tabla 5.

Proveedores de plátano/banano a China (US\$ miles)

	2019		2020		2021	
Mundo	1.094.356	22%	933.264	-15%	942.739	1%
Filipinas	586.788	-2%	437.535	-25%	431.762	-1%
Camboya	7.990		121.292	1418%	185.996	53%
Vietnam	120.760	78%	114.539	-5%	152.981	34%
Ecuador	298.471	99%	205.056	-31%	128.800	-37%
Lao	3.593	17865%	35.264	881%	33.644	-5%

Nota: International Trade Centre (Trademap).

Es importante señalar que China es el mayor socio comercial y el segundo mayor exportador de Vietnam en el marco de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (Asean); es el sexto mayor socio de China en el mundo (Nhan Dan en línea, 2022).

De esta manera, podemos decir que la rivalidad competitiva en China por el mercado del banano es muy alta.

Perspectivas Internacionales: Inclusión Social, Comercialización, Competitividad y Emprendimiento

Poder de negociación del cliente

Existe una tendencia creciente de preferencia hacia el banano, sobre todo la clase media, el aumento de los ingresos y la creciente popularidad de las dietas en China, fomenta la demanda para diversos usos como fresco, batidos y hojuelas de bananas (Nhan Dan en línea, 2022). Paralelamente, los precios de la fruta fresca han estado en alza durante el primer semestre de 2022 como efecto de la inflación en los productos importados.

Para la competitividad del banano ecuatoriano en China, ese efecto inflacionario agrega un factor negativo, debido a que no posee preferencias arancelarias como Filipinas, Camboya o Vietnam. Los precios de venta del Ecuador son menos competitivos y el costo de transporte desde nuestro país hacia China encarece significativamente los precios en comparación a sus vecinos.

Adicionalmente, Ecuador mantiene un acuerdo de pago por deuda externa con China, que es un factor de poder para ese país. Generando una posición de poder y se ejerce presión sobre los términos de precio de intercambio de las exportaciones bananeras, siendo débil la situación del Ecuador.

Por todo lo dicho, el poder de negociación del cliente en el contexto de exportaciones a China es de muy alta intensidad.

Poder de negociación de los proveedores

En Ecuador se tiene una importante infraestructura ya desarrollada para las exportaciones de banano fresco, lo cual representa una fortaleza para expandir el mercado chino con fruto fresco o con subproductos industrializados. Incluso, existen granjas certificadas para la producción de banano orgánico (ProEcuador, 2021).

En ese orden de ideas, expertos de la Universidad Agraria del Ecuador, citado en Plátano Tecnia (2017), han mencionado que en la industrialización del plátano existen muchos subproductos: harina para elaborar pan, mermeladas y compotas infantiles sin azúcar, plátano deshidratado en rodajas como tipo snack de rico sabor y no pierde sus propiedades nutritivas, vino suave o licores más concentrados, barras energéticas de plátano con azúcar y miel, entre otros. Según la fuente, la industrialización es sencilla y poco costosa, además se puede hacer por procesos artesanales o mecanizados.

Perspectivas Internacionales: Inclusión Social, Comercialización, Competitividad y Emprendimiento

Considerando la situación descrita, se puede decir que el poder de negociación de los proveedores ecuatorianos para la producción y exportación de banano fresco y subproductos industrializados orgánicos para ser exportados a China es bajo. Los proveedores de materia prima abundan y los servicios de logística pueden ser ubicados con facilidad, aprovechando la infraestructura para la exportación.

Amenaza de productos sustitutos

Existe una fuerte presencia de proveedores asiáticos y cercanos como Filipinas, Viet Nam y Camboya, estos cuentan con preferencias arancelarias y la confianza de los consumidores y de los distribuidores chinos. De acuerdo con Fresh Plaza (2022), los precios en la región asiática han subido: Laos aumentó el 34,67%, debido al fuerte congestionamiento de los puertos desde la reapertura por situación de la pandemia, afectando la calidad de las bananas a finales de 2021 y principios de 2022: “las bananas tardaron mucho en pasar por la aduana, la calidad se vio afectada y el mercado fue caótico” (pag.1). Filipinas que es el proveedor de más del 55% de bananas que importa China, tiene una fuerte limitación causado por el hongo Fusarium; por tales motivos, es de esperarse que abra el mercado de piña mientras supera la situación. En cuanto a Camboya, el Tratado de Libre Comercio que suscribió con China entró en vigor de enero de 2022, y se presume que el potencial del mercado de la banana crecerá más adelante.

Este factor es de alta intensidad en el mercado chino para la competitividad ecuatoriana.

Amenaza de nuevos competidores

Para la producción de banano, se requiere contar con la tecnología y experiencia que exige el mercado mundial, más aún si se pretende ir con la tendencia ofreciendo productos más saludables que requieren además de muy alta calidad, máxima conservación y en óptimas condiciones de presentación.

En la tabla 6 se presentan los siguientes exportadores de banano a China en el ranking, después de Lao. Son países que tienen baja participación de mercado y tasas decrecientes; incluso Costa Rica, el segundo en el ranking mundial, que parece haber abandonado el mercado chino. Es decir, aún sin preocuparse por la entrada de nuevos competidores, hay un camino amplio que Ecuador debe recorrer para alcanzar un desarrollo importante en este mercado.

Perspectivas Internacionales: Inclusión Social, Comercialización, Competitividad y Emprendimiento

Tabla 6.

Otros países exportadores de banano a china.

	2019		2020		2021	
Lao	3.593	17865%	35.264	881%	33.644	-5%
Tailandia	16.310	-39%	10.555	-35%	8.555	-19%
Myanmar	29.851	-17%	4.411	-85%	621	-86%
Indonesia	6.581	-33%	635	-90%	169	-73%
Costa Rica	11.207	145%	486	-96%	124	-74%
Colombia	12.754	1309%	3.049	-76%	74	-98%

Nota: International Trade Centre (Trademap).

Con base en lo analizado, consideramos que la amenaza de entrada de nuevos competidores al mercado chino de banano es un factor de BAJA intensidad competitiva.

PESTAL

Entorno político

China tiene características atractivas para los inversores extranjeros: infraestructura desarrollada, mano de obra barata y un entorno político estable. Tiene una IED de 137.300 millones de dólares a finales de 2020; muy alto si se tiene en cuenta la pandemia de Covid-19. Posee puesto permanente en el Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas y es miembro de las principales organizaciones del mundo como ASEAN Plus, OMC, BCIM, APEC, G20, BRICKS, etc. Ha logrado desarrollar buenas relaciones con otros países líderes en el mundo.

Las regulaciones gubernamentales son la fuerza más poderosa en China. Todos los negocios, empresas e inversores extranjeros tienen que seguir sus regulaciones. A menudo resulta en forma de censura y grandes limitaciones. En 2021, el Gobierno chino continuó reforzando su retórica y control político oficial, a lo interno y de política exterior. Los analistas esperan que la débil demanda global y las tensas relaciones internacionales, enfatice la importancia del mercado interno. En 2022, los desafíos más inmediatos de China siguen estando relacionados con las repercusiones de la pandemia. La reconfiguración de la economía china en torno al principio de autosuficiencia está en la agenda política actual.

Perspectivas Internacionales: Inclusión Social, Comercialización, Competitividad y Emprendimiento

Entorno económico

China es la segunda mayor economía mundial, el mayor exportador y tiene las mayores reservas cambiarias del mundo. Tiene uno de los crecimientos del PIB más rápidos del mundo, sin embargo, en 2020 se ralentizó abruptamente al 2,3%, frente al 6,1% de 2019, debido al impacto de la pandemia del Covid-19. En 2021, el crecimiento volvió con fuerza al 8,1%, principalmente por aumento del comercio exterior. En 2021, el sector de las ventas al detalle creció un 12,5%; nuevos sectores como el comercio electrónico y los servicios financieros en línea están ganando impulso en una economía dominada por sectores orientados a la exportación. Según las previsiones del FMI de octubre de 2021, la tendencia del PIB se estabilizará en el 5,6% en 2022 y en el 5,3% en 2023. A fines de 2021, la inflación alcanzó el 1,1%, y debería estabilizarse en el 1,8% y el 1,9% en 2022 y 2023 (FMI, 2021).

Las importaciones alcanzaron los 29.333 millones de euros, lo que supone un crecimiento de en torno a un 0,6%). China ha mejorado la economía convencional controlada por los comunistas hacia una economía basada en el mercado de apertura socialista. Ha ayudado al país a hacer crecer su economía en un 10% cada año.

Entorno social

China posee la población más grande del mundo: 1.400 millones de personas, es decir, el mercado de consumo más grande del mundo. El gobierno chino ha aumentado las tasas de salario mínimo en los últimos años, ahora la gente gasta más y su poder adquisitivo ha aumentado.

Además, tiene una de las tasas de alfabetización más alta del mundo: 96,4%; su gente tiene una comprensión avanzada y habilidades intelectuales, lo que ha ayudado al país a disminuir el nivel de pobreza. La tasa de personas mayores y el envejecimiento de la población ha ido en aumento, por lo que enfrenta un grave problema de creciente demanda de mano de obra.

Entorno tecnológico

Según una estimación de eMarketer, China tiene el mayor número de usuarios en línea de más de 914,1 millones de usuarios en línea para fines de 2020. Comprende el 65,5% de la población total. Alcanzaría los 975 millones de usuarios en línea a finales de 2022.

Perspectivas Internacionales: Inclusión Social, Comercialización, Competitividad y Emprendimiento

Algunas de las principales compañías gigantes tecnológicas del mundo como Tencent, Alibaba, Baidu y muchas otras pertenecen a China. Tiene un plan para convertirse en el líder mundial en ciencia y tecnología, iniciando el programa de innovación y emprendimiento en 2015 para lograr sus objetivos. Ayudaría al país a pasar de una economía de mano de obra barata a una economía tecnológica.

Entorno ambiental

El creciente desarrollo económico del país asiático ha causado un impacto catastrófico en el medio ambiente. La pérdida de biodiversidad, la contaminación del aire y el agua, el cambio climático, la deforestación y los desechos industriales son algunos de los principales problemas.

Por nuestra parte, Ecuador es un país que ofrece condiciones naturales inigualables para el cultivo del banano, confiriéndole una ventaja comparativa en ese sentido, tal como así lo corroboran en sus estudios Erazo F. (2017) y Alvarado (2019). A lo largo de los años, ya se ha mencionado, la industria nacional ha desarrollado capacidades tecnológicas y fitosanitarias para evitar las enfermedades del banano y mantener su calidad de exportación. De manera que, tomando en cuenta nuestra posición frente a la antes descrita de Filipinas, este factor de competitividad en el mercado del banano en China es BAJO y por ende, favorable para nuestro país.

Entorno legal

China ha introducido muchas leyes laborales a lo largo de los años, como la Regulación de la Administración Chen 2019, la Ley de Contrato Laboral de la República Popular China de 2007 y la Ley Laboral de la República Popular China de 1995. Se ocupan de temas como las leyes de disputas laborales, las leyes de remuneración y beneficios de los empleados y las leyes de estándares laborales.

Ha dividido su catálogo de IED en cuatro categorías: permitido, prohibido, restringido y alentado. Ahora, hay 484 industrias (producción de alimentos y bebidas) que operan bajo la categoría alentada, 35 industrias (bancos, valores, red eléctrica y construcción) en la categoría restringida y 28 industrias (tráfico aéreo, postal y nacional) en la categoría prohibida. Aparte de las industrias antes mencionadas, entran en la categoría de una categoría permitida.

China no tiene en vigencia ningún tratado comercial con Ecuador.

2.5. Conclusiones

Los factores del comercio internacional analizados con la herramienta PESTAL son: política, economía, sociocultural, ambiente y tecnología que influyen en la competitividad internacional de una nación, industria o sector. Son factores sobre los cuales no se tiene control ni poder para modificarlos y requieren de una constante atención y seguimiento; a fin de poder optimizar la posición particular ante el cambiante ambiente, el cual puede estar presentando oportunidades o amenazas.

La competitividad es la capacidad de la industria bananera nacional de aprovechar las ventajas competitivas desarrolladas a lo largo del tiempo, para participar en el mercado del banano en China obteniendo éxito y, de esta manera, contribuir al crecimiento económico y al bienestar de la población del Ecuador.

Los factores del comercio internacional que determinaron el comportamiento del mercado chino para el banano en el período 2019-2021, podemos dar cuenta de régimen político muy estable, limitante al libre comercio internacional y con muy alto poder de negociación sobre Ecuador. Asimismo, una economía muy desarrollada sobre la manufactura industrializada y poca autosuficiencia para la producción de alimentos, con niveles inflacionarios crecientes.

Las exportaciones a China se vieron fuertemente afectadas en el año 2020 y el descenso se profundizó en 2021. En ese sentido, se determinó que la baja en el 2020 obedeció de manera parcial a efectos de la pandemia Covid-19 (Talledo, 2021). Ante un importante consumo per cápita de sesenta kilogramos de banano en el mercado chino, Ecuador sólo alcanza a cubrir un kilo de esa demanda; de hecho, la participación de las exportaciones hacia China del total de la venta externa ecuatoriana de banano ha pasado de 6% en el 2019 a 3% en el 2021. Por otra parte, se identificó la influencia del precio de intercambio con China en el resultado anual, debido básicamente a las desventajas arancelarias de nuestro país en comparación con Filipinas, Bangladesh y Lao, principales competidores.

2.6. Referencias Bibliográficas

Alvarado, A. (2019). Exportaciones bananeras y su aportación en la economía ecuatoriana período 2013-2017 (Trabajo de grado). Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Económicas. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/40448>

Perspectivas Internacionales: Inclusión Social, Comercialización, Competitividad y Emprendimiento

- Álvarez Ramos, J. (23 de febrero de 2021). Comercio internacional de frutas y hortalizas. Nuevas oportunidades. Obtenido de IICA Intl.: <https://blog.iica.int/blog/comercio-internacional-frutas-hortalizas-nuevas-oportunidades>
- Amador, C. (2022). El análisis PESTEL. Uno Sapiens, Boletín Científico de la Escuela Preparatoria No. 1, 4(8). Recuperado el 12 de mayo de 2022, de <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa1/article/view/8263>
- Banano Tecnia. (2017). Los subproductos del Banano en Ecuador. Obtenido de Bananotecnia: <http://www.bananotecnia.com/articulos/los-subproductos-del-banano-en-ecuador/>
- Banco Central del Ecuador - BCE. (s.f.). Estadísticas. Obtenido de BCE: <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IE Mensual.jsp>
- Banco Mundial. (6 de abril de 2022). América Latina y el Caribe : panorama general. Obtenido de Banco Mundial: <https://www.bancomundial.org/es/region/lac/overview#1>
- Borja, M., & Mejía, C. (2022). Producción académica sobre China en Ecuador. Sino-Iberoamerican Interaction, 2(1), 147-171. Obtenido de <https://doi.org/10.1515/sai-2022-0006>
- Cámara de Comercio de Guayaquil. (n.d.). Relación comercial Ecuador - China. Obtenido de Cámara de Comercio de Guayaquil: <https://www.lacamara.org/website-antes/images/boletines/informacion-comercial/relacion%20comercial%20ecuador%20-%20china.pdf>
- Cámara Nacional de Acuicultura - CNA. (2 de septiembre de 2021). Exportadores apoyan acercamiento entre Ecuador y China. Obtenido de CNA-Ecuador: <https://www.cna-ecuador.com/exportadores-apoyan-acercamiento-entre-ecuador-y-china/>
- CEDIA. (8 de agosto de 2020). Sector bananero ecuatoriano. Obtenido de CEDIA: <https://blogs.cedia.org.ec/obest/wp-content/uploads/sites/7/2020/08/Sector-bananero-ecuadoriano-final.pdf>
- Corporación Financiera Nacional. (marzo de 2022). Ficha sectorial banano. Obtenido de CFN: <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2021/fichas-sectoriales-3-trimestre/Ficha-Sectorial-Banano.pdf>

Perspectivas Internacionales: Inclusión Social, Comercialización, Competitividad y Emprendimiento

- Cruz, L. (2014). Nuevas oportunidades de relaciones comerciales en la exportación de banano ecuatoriano a la República Popular China. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Obtenido de <http://201.159.223.180/bitstream/3317/1096/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES-51.pdf>
- El Economista. (10 de mayo de 2022). OMS afirma que política china para contener la pandemia de Covid-19 es insostenible. Obtenido de El Economista: <https://www.eleconomista.com.mx/internacionales/OMS-afirma-que-politica-china-para-contener-la-pandemia-de-Covid-19--es-insostenible-20220510-0047.html>
- Erazo, F. (2017). Análisis de la competitividad del sector bananero ecuatoriano en el comercio internacional del 2012 al 2015 aplicando el Diamante de Michael Porter. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Facultad de Especialidades Empresariales (Tesis de Especialización). Obtenido de <http://201.159.223.180/bitstream/3317/7440/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-308.pdf>
- Espinoza, A. (2018). Incidencia de la participación de China en Ecuador como estrategia de integración comercial y desarrollo económico. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Maestría en Finanzas y Economía. Obtenido de Espinoza, Andrea 2018 Incidencia de la participación de China en Ecuador como estrategia de integración comercial y desarrollo económico 2018 Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Maestría en Finanzas y Economía <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/201.159.223.180/handle/3317/11662>
- Foxley, A., & Derpich, P. (2020). ¿Cuáles son los desafíos para América Latina post Covid-19?: un análisis de políticas a largo plazo. Santiago de Chile: CIEPLAN. Obtenido de CIEPLAN: <https://www.cieplan.org/wp-content/uploads/2020/08/Desafios-de-AL-COVID-web.pdf>
- Fresh Plaza. (22 de enero de 2022). China: El precio medio de las bananas importadas en diciembre de 2021 aumentó un 10,32% intermensual . Obtenido de Fresh Plaza: <https://www.freshplaza.es/article/9394017/china-el-precio-medio-de-las-bananas-importadas-en-diciembre-de-2021-aumento-un-10-32-intermensual/#:~:text=El%20precio%20medio%20de%20importaci%C3%B3n,del%2011%2C21%25%20interanual.>

Perspectivas Internacionales: Inclusión Social, Comercialización, Competitividad y Emprendimiento

- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. México: McGraw Hill Interamericana.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. México: McGraw Hill Interamericana.
- Kotler, P. (2013). Dirección de Marketing (Edición del Milenio). México: Prentice Hall.
- Martínez, G., & Rey-Brina, J. (2021). Bananos (Musa AAA): importancia, producción y comercio en tiempos de Covid-19. *Agronomía Mesoamericana*, 32(3), 1034-1046. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/437/43768194023/html/>
- Mayón, G. (2020). Análisis de la Variación de las Exportaciones de Banano Ecuatoriano en el Periodo 2014-2018 (Trabajo de titulación). Universidad Tecnológica de Guayaquil, Ingeniera en Comercio Exterior - Negocios Internacionales. Obtenido de <http://181.39.139.68:8080/bitstream/handle/123456789/1128/An%c3%a1lisis%20de%20la%20Variaci%c3%b3n%20de%20las%20Exportaciones%20de%20Banano%20Ecuatoriano%20en%20el%20Periodo%202014-2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mosquera, L. (2019). El desplazamiento de las ventajas competitivas en las exportaciones de banano ecuatoriano: análisis comparativo 2012-2017. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Maestría en Negocios Internacionales. Obtenido de http://dspace.uces.edu.ar:8180/jspui/bitstream/123456789/5967/1/Mosquera%20Reyes_Desplazamiento.pdf
- Nhan Dan en línea. (24 de enero de 2022). Aumenta el comercio entre Viet Nam y China. Obtenido de Nhan Dam: <https://es.nhandan.vn/economia/item/3047580-aumenta-el-comercio-entre-vietnam-y-china.html>
- OMC. (31 de marzo de 2021). El comercio mundial listo para una recuperación sólida, aunque desigual, después de la pandemia de Covid-19. Obtenido de WTO: https://www.wto.org/spanish/news_s/pres21_s/pr876_s.htm
- Organización Mundial del Comercio - OMC. (2013). Factores que determinan el futuro del comercio. Suiza. Recuperado el 12 de mayo de 2022, de https://www.wto.org/spanish/res_s/reser_s/wtr13_brochure_s.pdf

Perspectivas Internacionales: Inclusión Social, Comercialización, Competitividad y Emprendimiento

- Pacheco, F. (2021). Derecho del comercio exterior (4a ed.). México: Porrúa, Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM.
- Padilla Pérez, R., & Oddone, N. (2016). Manual para el fortalecimiento de cadenas de valor. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y El Caribe - CEPAL. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40662/1/S1601085_es.pdf
- Peñaloza, P., Vega, A., Garzón, V., Prado-Carpio, E., & Quezada, J. (2021). Impacto del covid-19 en las exportaciones de banano, camarón y flores durante el 2020. South Florida Journal of Development, 2(4).
- Porter, M. (2012). Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior (10a reimpresión ed.). México: Patria.
- Pursell, S. (2022). Ventaja competitiva: qué es, características, tipos y ejemplos. HubSpot, Inc. Recuperado el 12 de mayo de 2022, de <https://blog.hubspot.es/marketing/ventaja-competitiva#:~:text=La%20ventaja%20comparativa%20es%20hacer,de%20Coca%2DCola%20y%20Pepsi.>
- Riquelme, M. (16 de julio de 2018). La ventaja competitiva según Michael Porter. Obtenido de Web y empresas.
- Roldán, P. (2016). Competitividad. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>
- Serrano, D. (7 de febrero de 2022). Sector manufacturero es el más sensible en acuerdo comercial con China. El Comercio. Obtenido de [https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/manufactura-tlc-acuerdo-china-ecuador.html#:~:text=Diana%20Serrano%20\(I\)-,Este%20a%C3%B1o%20Ecuador%20espera%20concretar%20un%20Tratado%20de%20Libre%20Comercio,ampliar%20las%20relaciones%20comerciales%20exist](https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/manufactura-tlc-acuerdo-china-ecuador.html#:~:text=Diana%20Serrano%20(I)-,Este%20a%C3%B1o%20Ecuador%20espera%20concretar%20un%20Tratado%20de%20Libre%20Comercio,ampliar%20las%20relaciones%20comerciales%20exist)

Perspectivas Internacionales: Inclusión Social, Comercialización, Competitividad y Emprendimiento

Superintendencia de Control del Poder de Mercado - . (2016). Análisis de la cadena de producción y comercialización del banano en Ecuador 2013-2015. Obtenido de SCPM: <https://www.scpm.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2019/03/estudio-banano-version-publica.pdf>

Talledo, A. (2021). La pandemia provocada por Sars-Cov-2 y sus efectos en las exportaciones de Ecuador hacia China. (A. Talledo, Trad.) Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Económicas, Maestría en Economía Internacional. Obtenido de <https://repositorio.iaen.edu.ec/>

TradeMap. (s.f.). Estadísticas de comercio exterior. Recuperado el 26 de julio de 2021, de Trademap: <https://www.trademap.org>