



16

Competitividad de las exportaciones ecuatorianas de cacao en grano

Competitiveness of the Ecuadorian cocoa beans exports

MSc. Javier Solano¹

E-mail: jsolano@umet.edu.ec

MSc. Daniel Terán¹

E-mail: dteran@umet.edu.ec

Ing. Vismar Flores¹

E-mail: vflores@umet.edu.ec

¹ Universidad Metropolitana. República del Ecuador.

Cita sugerida (APA, sexta edición)

Solano, J., Terán, D., & Flores, V. (2017). Competitividad de las exportaciones ecuatorianas de cacao en grano. *Revista científica Agroecosistemas*, 5 (1), 123-129. Recuperado de <http://aes.ucf.edu.cu/index.php/aes/index>

RESUMEN

El sector cacaotero ecuatoriano es una de las actividades principales en la participación de las exportaciones totales del país, el propósito de este trabajo es evaluar la competitividad del país en este producto en el período 2006-2016. El presente estudio analiza la competitividad internacional a nivel de industria medida a través de la inserción internacional de manera relativa con respecto a los diez principales países exportadores a nivel mundial de cacao, para lo cual se utilizó el indicador Fajnzylber que mide la relación entre posicionamiento y eficiencia del producto tomando en cuenta la participación en las exportaciones mundiales. Los principales resultados son la permanencia de Ecuador entre los primeros cuatro exportadores mundiales pero con la amenaza de países emergentes entre ellos Perú, Malasia y Holanda.

Palabras clave:

Cacao en grano, competitividad, inserción internacional.

ABSTRACT

The Ecuadorian cocoa sector is one of the main activities in the participation of the country's total exports, the aim of this paper is to evaluate the country's competitiveness in this product in the period 2006-2016. The present study analyzes the international competitiveness at the industry level measured by international insertion in a relative way with respect to the main cocoa exporting countries, using the Fajnzylber indicator that measures the relationship between positioning and Efficiency of the product taking into account the share of World exports. The main results are the remaining of Ecuador among the first four global exporters but with the threat of emerging countries including Peru, Malaysia and the Netherlands.

Keywords:

Cocoa beans, competitiveness, international insertion.

INTRODUCCIÓN

La globalización de los mercados provoca un aumento de la presión sobre los diferentes eslabones y actores de la cadena productiva de los productos agrícolas, las crisis económicas, la volatilidad de los precios, el descenso del empleo, las nuevas tecnologías y la creciente incertidumbre empujan al sector hacia la generación de ventajas competitivas dinámicas para aumentar la probabilidad de éxito de estos negocios (Malakauskaite y Navickas, 2015). La producción de cacao es uno de los productos con mayor contribución al Producto Interno Bruto de mayor participación en las exportaciones totales del país, la competencia internacional y el análisis del posicionamiento del producto en el mercado internacional se convierte en un imperativo ante la aparición de nuevos competidores y de generación de ventajas competitivas en los actuales rivales.

Situación actual de sector de exportadores de cacao en grano: se puede presentar de forma breve la importancia histórica del sector, para el diagnóstico se puede considerar evolución del sector en los últimos tres años, se pueden incluir desafíos o potencialidades percibidas para el sector exportador

Tabla 1. Producción de cacao en el mundo (en millones de toneladas).

Región / País	2014/15		Estimación 2015/16		Proyección 2016/17	
	Producción	%	Producción	%	Producción	%
África	3074	72,3%	2911	73,4%	3365	73,9%
Camerún	232		211		250	
Costa de Marfil	1796		1581		1900	
Ghana	740		778		850	
Nigeria	195		200		230	
Otros	110		141		135	
América	777	18,3%	657	16,6%	766	16,8%
Brasil	230		140		190	
Ecuador	261		232		270	
Otros	286		285		306	
Asia y Oceanía	400	9,4%	397	10,0%	421	9,2%
Indonesia	325		320		330	
Papá Nueva Guinea	36		36		41	
Otros	39		41		50	

Fuente: International Cocoa Organization (2017).

Nota: Los total pueden diferir en consistencia con el redondeo de datos.

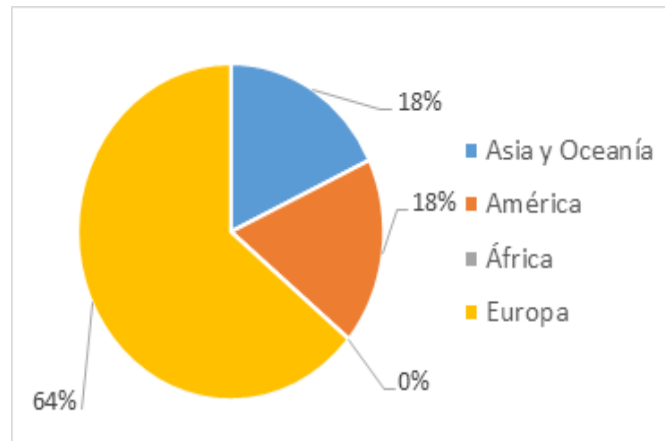


Figura 1. Importaciones netas de cacao (millones de toneladas). El mercado mundial de cacao en los últimos 50 años ha tenido un crecimiento sostenido de 2,5% anual demostrando ser un mercado en alza (Organización Internacional del Cacao, 2015) aunque de precios altamente susceptibles a las predicciones climáticas para ciertas zonas geográficas, las tasas de cambio, la inflación mundial, la producción y el consumo mundial de cacao (Aklimawati & Wahyudi, 2013).

El protagonismo a nivel mundial y la alta participación del cacao ecuatoriano en la cuota del mercado mundial se ha estimado valores superiores al 60% (República del Ecuador. Asociación Nacional de Exportadores e Industriales. de Cacao, 2016) convirtiéndose en el primer productor mundial de este insumo. En Ecuador la producción y comercialización de cacao es una actividad primordial para el desarrollo del país. La producción nacional de cacao tiene dos variedades el cacao nacional y la variedad denominada CCN-511. El cacao nacional tiene una participación del 75% de la producción del país mientras que el cacao del tipo CNN-51 del 25%, en términos de valoración en el mercado internacional el cacao del tipo nacional también denominado Arriba es el de mejor calidad por su aroma mientras que el otro tiene una menor valoración por no proporcionar las mismas bondades.

En la última década el cacao ecuatoriano y sus derivados han sido altamente reconocidos y premiados por sus características inigualables a nivel mundial, premios como los concedidos por la Academia del Chocolate de Londres en el 2016 y el Premio Internacional del Cacao en París (República del Ecuador. Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017).

¹ Denominación dada a una variedad de cacao clonado obtenida por Homero Castro Zurita en 1965, CCN es una acrónimo cuyas siglas corresponden a Colección Castro Naranjal. En el año 2005 fue reconocido por un acuerdo de Ministerio de Agricultura un bien de alta productividad.

En el año 2016 las tres principales provincias según la producción de cacao en Ecuador correspondieron a Guayas, Los Ríos y Manabí todas pertenecientes a la región costa de características climatológicas similares y en las cuales se concentra más del 65% de la producción nacional. La producción de cacao desde el año 2014 ha experimentado tasas de crecimiento positivas en cuanto a la producción total (República del Ecuador. Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca, 2017) demostrando la respuesta por el lado de la oferta a una insipiente demanda mundial.

Competitividad e Inserción al mercado mundial

La conceptualización de la competitividad ha sido ampliamente discutida, aunque la convención tradicional se refiere la capacidad de competir, ganar y retener la posición, aumentar la cuota del mercado y rentabilidad, por lo tanto lograr un mayor éxito comercial (Annoni & Dijkstra, 2013). La utilización de las medidas que más se ajusten a la realidad dependerá del nivel de agregación que se desee cuantificar y la aproximación del estudio, tres niveles básicos han sido aceptados de manera universal a nivel de empresa, de una industria o sector y país (Solleiro & Castañón, 2005).

Autores como Porter (2002), proponen que la cuota de mercado y las exportaciones a pesar de ser criterios necesarios no son suficientes debido a que otros factores como la innovación, la inversión local y extranjera inciden en la determinación de este constructo. Sin embargo este estudio propone un análisis a nivel de una industria en particular que es altamente sensible a la demanda internacional por lo tanto la capacidad de generar ingresos está íntimamente relacionada con la capacidad de colocar los productos producidos por el país en el mercado internacional.

La competitividad medida a través de la fracción de la demanda internacional satisfecha se fundamenta en que un aumento de las ventas de un país reduce o limita la capacidad e otro en ubicar sus productos. La inserción en el mercado internacional ha sido utilizado en por diversas metodologías en el cálculo de la competitividad, el Reporte de Competitividad Global desarrollado por Foro Económico Mundial (2016), utiliza la variable tamaño del mercado la cual incluye el índice del tamaño del mercado externo de un país como componente determinante de su nivel de competitividad.

La inserción internacional se define como la participación de cada país en la demanda mundial en base a los resultados medidos a través de las variaciones positivas o negativas en el período de estudio. Los

resultados obtenidos se clasificaran según los criterios de eficiencia y posicionamiento. La inserción al mercado es un antecedente de la competitividad internacional porque se manifiesta como respuesta de una especialización o un mayor énfasis en sector analizado; adicionalmente las cantidades demandadas de un producto es una forma en que el mercado transmite información al igual que el sistema de precios en una economía.

MATERIALES Y MÉTODOS

En el presente estudio se utiliza data obtenida de la plataforma Trade Map de la UNCTAD/OMC, la cual proporciona acceso a bases de datos sobre la estructura y evolución de los mercados internacionales además de indicadores sobre el desempeño del mercado o del producto, la demanda y mercados alternativos (Trade Map, 2017). La data utilizada contempla los valores de exportación anual en valor FOB para el período 2006-2016 del cacao en grano, con código NANDINA 180100. Los países incluidos dentro del análisis son los 10 con mayor participación de mercado a nivel mundial, e incluye a Bélgica, Camerún, Costa de Marfil, Ecuador, Ghana, Holanda, Malasia, Nigeria, Perú y República Dominicana.

El modelo que se utilizó se basa en el modo de inserción al mercado mundial de Fajnzylber y adaptado por el Observatorio Agrocadenas (Illera, 2009) para la medición del desempeño competitivo de las exportaciones agrícolas (República de Colombia. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2006), el cual genera un indicador que revela la competitividad de un producto basado en la variación de su presencia en el mercado mundial e incluye la adaptabilidad de los productos de exportación a los mercados en crecimiento (Bejarano, 1995; República de Colombia. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2006). El indicador Fajnzylber distingue dos dimensiones (Camino, et al, 2016): a) posicionamiento, y b) eficiencia.

- a. El posicionamiento denotado por P es el resultado de la división entre las exportaciones en USD FOB del bien en el país analizado, los subíndices b y a corresponden al año final y al inicial del período de análisis respectivamente.

$$P = \left[\left(\frac{X_b}{X_a} \right)^{\frac{1}{b-a}} \right] - 1 \quad (1)$$

- b. La eficiencia expresada con la inicial E corresponde a la participación o cuota de mercado de las exportaciones del producto dividido para la cantidad total de exportaciones mundiales para

el mismo período, los subíndices b y a corresponden analógicamente a los períodos expresados en la ecuación (1).

$$E = \left[\left(\frac{x_b^p}{\sum_b^n x_b} \right)^{\frac{1}{b-a}} \right] - 1 \quad (2)$$

Las combinaciones posibles entre las dos dimensiones medidas resultan en cuatro posibles escenarios:

- » Situación de retirada, es la combinación de eficiencia baja y un posicionamiento desfavorable existe una variación negativa en las exportaciones del producto analizado.
- » Situación de vulnerabilidad, existe una alta eficiencia y un posicionamiento desfavorable.
- » Situación de oportunidades perdidas, el país analizado tiene un posicionamiento favorable de manera relativa a los otros productores pero una baja eficiencia.
- » Situación óptima, se da en países con un alto posicionamiento y con alta eficiencia los dos indicadores tienen variaciones positivas y es la combinación ideal.

Este método de evaluación ha sido utilizado en estudios que han considerado diversos países sectores y espacios temporales (Romero; 2012; Casar, 1993), pero ningún estudio formal ha considerado una serie similar que permita un verdadera valoración en el largo plazo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para el sector cacaotero analizado en los diez principales países exportadores en el período 2006-2016 los países se encuentran en la el escenario optimo antes descrito son Camerún, Costa de Marfil, Ecuador, Holanda, Malasia, Nigeria, Perú y República Dominicana, Bélgica mantiene un posicionamiento medio sin embargo la eficiencia del país es cero en el período de estudio, otro país con una situación particular es Ghana que se ubica en la situación de oportunidades perdidas con un posicionamiento positivo y una eficiencia negativa.

Para el caso ecuatoriano que resulta de especial interés en este artículo tiene un posicionamiento del 16% y una eficiencia del 5% manteniendo aún una posición dominante relativa a seis de los diez países sujetos del estudio. Los países con mejor posicionamiento son Holanda, Malasia y Perú como dato de referencia y para la contextualización de este análisis el mayor volumen de exportación de estos tres lo tiene Holanda y es el séptimo en la serie de los diez principales exportadores mundiales del cacao. En el caso de Perú es país con menor cantidad de exportaciones mundiales en USD en toda serie pero cuenta con las mayores tasas de crecimiento y mayor captación de cuota de mercado del conjunto de países estudiados, la competitividad de Perú cuantificada con los indicadores de inserción internacional tienen congruencia con estimaciones de expertos que pronostican un cambio en el liderazgo regional en el 2020 de mantenerse los mismas tasas de participación (Pekic, 2015).

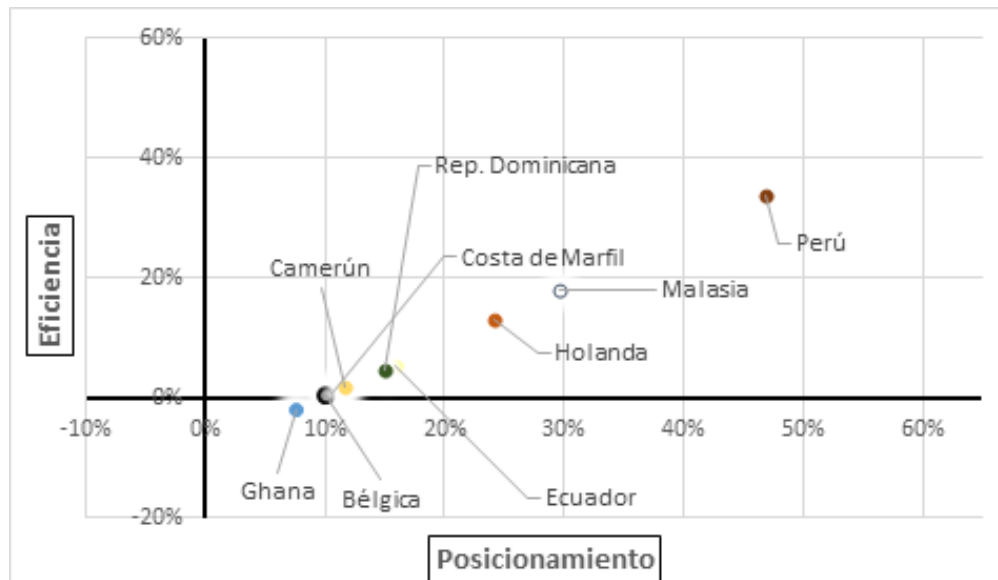


Figura 2. Indicador Fajnzylber de inserción en el mercado internacional.

Fuente: Trademap (2016).

Nota: Los datos de algunos países son basados reportados por socios comerciales (datos espejo).

El segundo país con mejores resultados para el posicionamiento y eficiencia es Malasia en el cual a pesar de tener una economía diversificada ha logrado mejorar sus procesos productivos e implementar mejoras substanciales que le ha permitido ganar mayor presencia en los mercados internacionales, finalmente en Holanda los resultados positivos se dan no solo por una mayor en la producción del país sino también debido a que tienen como objetivo reducir las importaciones del producto sustituyéndolo con producción nacional además de las oportunidades comerciales que representa su cercanía geográfica a países como Alemania y Suiza con gran consumo per cápita de derivados del cacao.

CONCLUSIONES

El desempeño del sector cacaotero en Ecuador se ha caracterizado por una creciente producción que le permite tener altas participaciones en la oferta mundial de este producto, el mercado mundial en lo que respecta al cacao se ha caracterizado por ser complejo y dinámico existe una alta competencia a nivel internacional que proviene no solo de países con economías desarrolladas sino también de países emergentes. Según los datos obtenidos el principal competidor en regional para Ecuador es Perú que a pesar de no tener un volumen mayor o una mejor participación su crecimiento sostenido han resultado buenos indicadores en eficiencia y posicionamiento que lo perfilan como un fuerte competidor en los próximos años, Malasia se mantiene como un competidor aunque no con el mismo desarrollo acelerado pero si sostenido y finalmente en el continente europeo las mayor productividad de Holanda amenaza con la captación de la oferta a los países con mayor consumo per cápita de los derivados del cacao.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aklimawati, L., & Wahyudi, T. (2013). Effect of Price Determinants on World Cocoa Prices for Over the Last Three Decades: Error Correction Model (ECM) Approach. *Pelita Perkebunan. Coffee and Cocoa Research Journal*, 29(3). Recuperado de <http://www.ccrjournal.com/index.php/ccrj/article/view/15>
- Annoni, P., & Dijkstra, L. (2013). EU regional competitiveness index. Luxembourg: European Union. Recuperado de http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/6th_report/rci_2013_report_final.pdf
- Camino, S. M., Diaz, V. A., & Villacis, D. P. (2016). Posicionamiento y eficiencia del banano, cacao y flores del Ecuador en el mercado mundial. *Revista Ciencia Unemi*, 9(19), 48-53. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5774777>
- Casar, J. I. (1993). La competitividad de la industria manufacturera mexicana. 1980-1990. *El trimestre económico*, 113-183. Recuperado de <https://ideas.repec.org/a/elt/journal/v60y-1993i237p113-183.html>
- Illera, L. (2013). *Proteccionismo y liberalización en el comercio agrícola: el caso colombiano*. (Tesis Doctoral). Madrid: Universidad Complutense.
- International Cocoa Organization. (2017). Quarterly Bulletin of Cocoa Statistics. *Cocoa year*, 43(1). Recuperado de <https://www.icco.org/about-us/icco-news/337-february-2017-quarterly-bulletin-of-cocoa-statistics.html>
- Malakauskaite, A., & Navickas, V. (2015). Contribution of clusters to the competitiveness of companies: revelation and evaluation. *Engineering Economics*, 22(1), 50-57.
- Pekic, V. (2015). Inca empire strikes back: Peru could dethrone Ecuador as leading global producer of 'Fino de Aroma' cocoa by 2020. Recuperado de <http://www.confectionerynews.com/Commodities/Peru-could-overtake-Ecuador-as-fine-flavor-cocoa-king>
- Porter, M. E. (2002). Building the Microeconomic Foundations of Prosperity: Findings from the Business Competitiveness Index. Recuperado de <http://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=46409>
- República de Colombia. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2006). *Agroindustria y competitividad: Estructura y dinámica en Colombia 1992-2005*. Bogotá: Observatorio Agrocadenas. Recuperado de <http://bibliotecadigital.agronet.gov.co/handle/11348/6372>
- República del Ecuador. Asociación Nacional de Exportadores e Industriales. de Cacao. (2016). *Exportaciones de cacao del Ecuador 2015. Revista institucional de la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao-Ecuador*. Recuperado de <http://www.anecacao.com/es/estadisticas/estadisticas-actuales.html>
- República del Ecuador. Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2017). *Ecuador Business Matchmaking 2017*. Quito: ProEcuador.

- República del Ecuador. Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca. (2017). Sistema de Información Nacional. Quito: SINAGAP.
- Romero, E., Fernández, M., Macías, J., & Zuñiga, K. (2016). Producción y comercialización del cacao y su incidencia en el desarrollo socioeconómico del cantón Milagro. *Revista Ciencia Unemi*, 9(17), 56-64. Recuperado de <http://ojs.unemi.edu.ec/index.php/cienciaunemi/article/view/251>
- Romero, F. R. (2012). La política comparada de la comercialización internacional del café entre los sectores cafeteros de Colombia y Costa Rica. *InterSedes*, 13(26). Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/666/66624662009.pdf>
- Solleiro, J. L., & Castañón, R. (2005). Competitive-ness and innovation systems: the challenges for Mexico's insertion in the global context. *Technovation*, 25(9), 1059-1070. Recuperado de <http://www.citeulike.org/group/20513/article/14269873>
- World Economic Forum. (2016). *Competitiveness Report 2015–2016*. Recuperado de http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf