

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS

ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR E INTEGRACIÓN

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
COMERCIO EXTERIOR E INTEGRACIÓN**

**TEMA: EL COMERCIO ENTRE ECUADOR Y CHINA, ANÁLISIS Y
PERSPECTIVAS**

AUTORA: GUERRA ALBÁN MARÍA FERNANDA

DIRECTOR DE TESIS: LIC. BOLÍVAR LEÓN SALVADOR

QUITO - ECUADOR

2015

DECLARACION JURAMENTADA DE AUTOR

Certifico que la presente Tesis “EL COMERCIO ENTRE ECUADOR Y CHINA, ANÁLISIS Y PERSPECTIVAS” fue elaborada en su totalidad por la autora luego de la investigación realizada, como requisito previo a la obtención de su título de Ingeniería en Comercio Exterior e Integración de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

LA AUTORA
GUERRA ALBÁN MARÍA FERNANDA
1716004435

DEDICATORIA

A las personas más importantes de mí existencia, a los pilares de mi vida, razón de mi superación, por su amor, apoyo y comprensión, esta tesis la dedico en especial a mi madre quien a pesar de la distancia siempre me ha brindado su apoyo incondicional en los buenos y malos momentos, es quien a lo largo de mi vida ha velado por mi bienestar y educación siendo ella mi motivación para cumplir esta meta, a mi padre por su valiosa ayuda, a mi esposo y a mis hijos quienes son mi razón de vivir .

AGRADECIMIENTO

Indiscutiblemente esta tesis no se habría podido realizar sin la colaboración de muchas personas que me brindaron su ayuda; en primer lugar quiero dar infinitas gracias a Dios por ser fuente de motivación en los momentos de angustia y después de varios esfuerzos, dedicación, aciertos y reveses que caracterizaron el desarrollo de mi formación profesional y que con su luz divina me guió para no desmayar por este camino que hoy veo realizado.

A mis padres por hacer de mí una mejor persona a través de su ejemplo de honestidad y entereza por lo que siempre han sido una guía a lo largo de mi vida.

A mi esposo Marko López y mis hijos Mark y Sylvia por su gran apoyo y cariño para la realización de este trabajo quienes hicieron posible ver culminada mi meta.

A quienes me ayudaron a sacar adelante este trabajo de investigación y me dirigieron esta tesis, de manera especial a mi tutor Lcdo. Bolívar León Salvador, quien con paciencia y sabiduría estuvo presto a orientarme, cuya labor desinteresada ha hecho de éste sueño una hermosa realidad.

A todos ellos ¡MIL GRACIAS!

ÍNDICE

CAPÍTULO 1.....	1
INTRODUCCIÓN.....	1
TEMA: EL COMERCIO ENTRE ECUADOR Y CHINA, ANÁLISIS Y PERSPECTIVAS.	1
<i>1.1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....</i>	<i>1</i>
1.1.1. Planteamiento del problema	1
1.1.2. Objeto de estudio teórico.....	2
1.1.3. Objeto de estudio práctico	2
1.1.4. Formulación y sistematización del problema:	2
1.1.5. Objetivo General:	3
1.1.6. Objetivos Específicos	3
1.1.7. Justificación e Importancia:.....	3
<i>1.2. MARCO REFERENCIAL.....</i>	<i>4</i>
1.2.1. Marco Teórico	4
<i>1.3. DELIMITACIÓN ESPACIAL.....</i>	<i>5</i>
<i>1.4. METODOLOGÍA</i>	<i>6</i>
<i>1.4.1. Técnicas.....</i>	<i>6</i>
CAPÍTULO 2.....	7
ANTECEDENTES DEL INTERCAMBIO COMERCIAL ENTRE ECUADOR Y CHINA.....	7
2.1. ANTECEDENTES	7
2.2. RELACIONES BILATERALES Y ACUERDOS COMERCIALES SUSCRITOS EN EL ÁMBITO COMERCIAL ENTRE ECUADOR Y CHINA.....	8
2.2.1. Área de Comercio.....	8
2.2.2. Área de Tecnología y Educación.....	8
2.2.3. Área Social	9
2.3. PRINCIPALES ENTENDIMIENTOS BILATERALES	9
2.4. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA ECONOMÍA CHINA.	10

2.4.1. Indicadores económicos	10
2.4.2. Principales sectores productivos	11
2.4.2.1. Productos agrícolas	11
2.4.2.2. Industria.....	11
2.4.2.3. Recursos Naturales.....	12
2.4.4. Comercio Exterior de China.....	13
2.4.4.1. Balanza Comercial de China	13
2.5. BALANZA COMERCIAL BILATERAL ENTRE ECUADOR Y CHINA	14
2.5.1. Comportamiento de las exportaciones ecuatorianas hacia China	16
2.5.2. Exportaciones hacia China por producto.....	17
2.5.3. Importaciones ecuatorianas desde China	18
CAPÍTULO 3.....	20
LA OFERTA EXPORTABLE ECUATORIANA, ALTERNATIVAS Y OPORTUNIDADES COMERCIALES CON CHINA PARA LOS PRODUCTOS DE LA OFERTA EXPORTABLE ECUATORIANA	20
3.1. SOCIOS COMERCIALES DE CHINA.....	21
3.2. PRINCIPALES SECTORES PRODUCTIVOS DE ECUADOR	23
3.2.1. Potencial de los productos ecuatorianos en el mercado de China	24
3.3. MATRIZ DE OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA ECUADOR EN CHINA....	25
3.3.1. Definición de Metodología.....	25
3.3.1.1. Productos ecuatorianos con potencial en el mercado chino	26
3.3.1.2. Capacidad de Compra país de interés- Mundo.....	28
3.3.1.3. Capacidad de Compra país de interés – Ecuador	28
3.3.1.4. Número de veces que China importa del mundo en relación a las exportaciones de Ecuador.....	29
3.4. LISTA DE PRODUCTOS DE COMPLEMENTARIDAD COMERCIAL DE INTERÉS DE EXPORTACIÓN PARA ECUADOR	32
3.4.1. Pitahaya	32
3.4.1.1. Ventajas que tiene Ecuador para incursionar en la oferta exportable de éste producto a China	35
3.4.2. Tapioca	36
3.4.3. Café	38
3.4.4. Pulpas de futas.....	42
3.4.5. Cuero	44
3.5. PRODUCTOS QUE SE PUEDEN EXPORTAR A CHINA.....	47
3.5.1. Complementariedad comercial con China	48

CAPÍTULO 4.....	50
PROPUESTA PARA MEJORAR EL INTERCAMBIO COMERCIAL ENTRE ECUADOR Y CHINA	50
4.1. <i>PERSPECTIVAS PARA LOS VÍNCULOS COMERCIALES.....</i>	50
4.2. <i>MULTIMODAL MANTA –MANAOS</i>	51
4.3. <i>FACTORES IMPORTANTES QUE SE DEBEN TOMAR EN CUENTA.....</i>	52
4.4. <i>TIPS PARA OBTENER UNA NEGOCIACIÓN POSITIVA CON CHINA</i>	53
CAPÍTULO 5.....	55
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	55
5.1. <i>CONCLUSIONES.....</i>	55
5.2. <i>RECOMENDACIONE.....</i>	56
Referencias Bibliográficas	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1 Indicadores macroeconómicos de China.....	10
Tabla 3.1. Principales productos importados por China de países de América Latina y el Caribe	23
Tabla 3.2 Indicadores	29
Tabla 3.3 Productos potenciales en el mercado chino	30
Tabla 3.4 Número de subpartidas de complementaridad comercial, Exportación Ecuador - China (en miles de USD)	32
Tabla 3.5 Evolución de las importaciones de pitahaya realizada por China al mundo desde el 2009 al 2013 (en miles de USD)	33
Tabla 3.6 Principales países exportadores de pitahaya a China desde el 2009 al 2013 (en miles de USD)	34
Tabla 3.7 Evolución de las exportaciones de pitahaya del Ecuador al mundo desde el 2009 al 2013 (en miles de USD)	35
Tabla 3.8 Comercio bilateral entre Ecuador y China, producto 0810904000 pitahaya	35
Tabla 3.9 Comercio bilateral entre Ecuador y China, producto 190300 tapioca	38
Tabla 3.10 Comercio bilateral entre Ecuador y China, producto 0901 café	41
Tabla 3.11 Comercio actual y potencial entre Ecuador y China en el 2013, producto 2008, frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas preparado.....	44
Tabla 3.12 Comercio actual y potencial entre Ecuador y China en el 2013, producto 4107, cuero y pieles.....	46
Tabla 3.13 Productos con potencial de crecimiento de exportación a China.....	47
Tabla 3.14 Complementaridad comercial con China veces Import/Export	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1 Principales productos exportados por China al mundo	12
Figura 2.2 Principales productos importados por China desde el mundo.....	13
Figura 2.3 Balanza Comercial Total China – Mundo	13
Figura 2.4 Principales países proveedores de China, participación porcentual, año 2012.....	14
Figura 2.5 Balanza Comercial Total Ecuador – China.....	15
Figura 2.6 Evolución de las exportaciones a China	16
Figura 2.7 Principales productos exportados a China	17
Figura 2.8 Principales productos exportados por Ecuador a China	18
Figura 2.9 Principales productos importados por Ecuador desde China.....	19
Figura 3.1 Saldos de Balanza Comercial Petrolera y No Petrolera.....	20
Figura 3.2 Balanza Comercial Total Ecuador - China	21
Figura 3.3 Importaciones hacia China desde América Latina y el Caribe	21
Figura 3.4 Análisis de productos.....	27
Figura 3.5 Pitahaya.....	33
Figura 3.6 Tapioca.....	37
Figura 3.7 Importaciones chinas de tapioca y sustitutos (HS1903.00) / Volumen Kg	37
Figura 3.8 Café.....	39
Figura 3.9 Consumo de café en China (toneladas).....	40
Figura 3.10 Jugo de frutas	42
Figura 3.11 Frutas no tradicionales	43
Figura 3.12 Artículos de cuero.....	45
Figura 3.13 Valor de importaciones de cuero	46

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

TEMA: EL COMERCIO ENTRE ECUADOR Y CHINA, ANÁLISIS Y PERSPECTIVAS.

1.1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.1. Planteamiento del problema

El problema a investigar radica en que se requiere de forma permanente contar con estudios de la situación actual de las relaciones comerciales bilaterales entre China y el Ecuador, considerando que la Balanza Comercial del Ecuador es deficitaria debido a la alta demanda de la importación de productos chinos que, en su mayoría, son manufacturados y cuentan con alto valor agregado.

China es una de las economías emergentes que ha ganado protagonismo a nivel internacional e incluso ha llegado a convertirse en uno de los principales inversionistas y prestamistas de América Latina, su interés por los recursos energéticos y mineros ha incitado a que la relación entre el gigante asiático y los países latinoamericanos y caribeños se intensifique, esto debido a varias estrategias que ha implementado como la comercialización de servicios y bienes manufacturados a bajo costo, la concesión de créditos, la apertura de mercado, las inversiones internacionales, entre otras, por lo cual la necesidad de estrechar lazos de alianzas estratégicas es evidente, tomando en cuenta que éste país por su demografía es considerado el principal importador de productos y servicios para satisfacer la demanda de las necesidades de su población.

Según la CEPAL en su publicación de Promoción del Comercio y la Inversión con China de fecha noviembre del 2013, indica que el fuerte interés manifestado por las autoridades chinas en fortalecer los vínculos con América Latina y el Caribe ofrece a la región una oportunidad histórica de abordar los desafíos de infraestructura, innovación y recursos humanos, elevar los niveles de productividad y competitividad y diversificar las exportaciones. Un desafío complementario de gran importancia es procurar mayores niveles de inversión extranjera directa china en la región, especialmente dirigida a mejorar la infraestructura, a promover la diversificación exportadora y a estimular alianzas empresariales latinoamericanas.

Por tal motivo la aproximación de China a Ecuador tiene como objetivo proveerse de materias primas para su industria a cambio de la facilidad en la concesión de créditos y préstamos que permitan al Gobierno ecuatoriano desarrollar sus proyectos con fines sociales y económicos. La necesidad del Ecuador de encontrar nuevos mercados es eminente, siendo China considerada como la primera economía mundial en materia de comercio exterior es importante el estudio de las relaciones comerciales con esa potencia y la política económica en materia de comercio exterior.

Ecuador va a requerir un sector privado y académico bien capacitado, con experiencia en hacer negocios con China, desde la capacidad de hablar mandarín, hasta la presencia de la infraestructura de logística, finanzas y distribución para vender los productos ecuatorianos a China. Según Ellis (2009).

1.1.2. Objeto de estudio teórico

Los objetos teóricos de la investigación se sustentan en el comercio exterior iniciando en la economía: La teoría del valor, la ecuación del ingreso nacional en donde constan las exportaciones e importaciones, la balanza comercial, la política económica para la suscripción de acuerdos preferenciales en materia de comercio exterior.

1.1.3. Objeto de estudio práctico

La investigación de la demografía de China para contar con una referencia del mercado potencial que representa, el comportamiento de los indicadores macroeconómicos, con énfasis en la balanza comercial para determinar el análisis situacional y poder establecer un diagnóstico para la propuesta.

1.1.4. Formulación y sistematización del problema:

- ¿Con el análisis de las características políticas, económicas, comerciales y culturales se tendrá una realidad en la que se desarrollan ambos países?
- ¿Cuáles son las relaciones comerciales de Ecuador y China y sus tendencias económicas?
- ¿Cuál fue el proceso de reforma económica de China, su formación y desempeño?
- ¿Qué propuestas se pueden plantear para el manejo de la relación bilateral entre Ecuador y China?

1.1.5. Objetivo General:

- Analizar la relación comercial entre Ecuador y China y determinar las perspectivas.

1.1.6. Objetivos Específicos

- Caracterizar la relación comercial entre Ecuador y China.
- Determinar las oportunidades comerciales para los productos ecuatorianos de exportación.
- Proponer alternativas para mejorar el intercambio comercial con China.

1.1.7. Justificación e Importancia:

Varias han sido las naciones que han encontrado en China una oportunidad comercial atractiva para sus mercados, es así que el gigante asiático ha iniciado y concretado una serie de negociaciones con los diferentes países de Latinoamérica, América del Norte, Asia, y Europa, la mayor parte de ellas han sido Tratados de Libre Comercio, así como también es miembro activo de varias organizaciones como la APEC (Foro Económico Asia – Pacífico).

China se ha convertido en el país con mayor exportación del mundo con USD \$2.210 mil millones y es el segundo país con mayor importación del mundo con USD \$1.949 mil millones. Según Trademap, 2014. Así también se ha convertido en el país con mayor fabricación y consumo de productos agrícolas, ocupa el cuarto lugar en el mundo en el volumen de exportación de productos agrícolas y el primer lugar en el volumen de importación, la demanda de productos de la industria de los alimentos incrementa en China debido al crecimiento de la clase media y alta, a la velocidad con la que se trasmite la información y a los problemas de calidad y seguridad alimenticia que se viven a diario.

“(Entrevista a la Embajadora de China en Ecuador, 2009) China es un mercado en el cual, cualquier iniciativa empresarial puede ser un negocio factible para Ecuador” (Vanguardia, 2009, pág. 5) son palabras de una representante directa de la República Popular de China, por esta razón sus afirmaciones, muestran una ventaja para el país al considerar que ésta nación crece constantemente a un ritmo acelerado, demostrando todo su potencial para consolidarse como la próxima potencia económica mundial.

Además, es importante tener claro cuál es y será la incidencia en la economía nacional de las relaciones comerciales mantenidas entre ambos países.

En la actualidad China es el tercer socio comercial de la región tras los Estados Unidos y la Unión Europea, y pronto adelantará a esta última. La influencia que China ejerce en

América Latina mediante el comercio se extiende a tres ámbitos: como exportador de manufacturas a casi todos los países de la región, como demandante de materias primas, sobre todo a los países de América del Sur, y como fuerte competidor en los mercados de exportación, en particular de México y Centroamérica. Los dos primeros aspectos son los que han marcado las relaciones de inversión entre China y América Latina.

Determinar las ventajas y desventajas del comercio entre ambos países, es una prioridad en este estudio pero sobre todo se concluirá indicando si Ecuador podría o no aprovechar oportunidades comerciales para ingresar al mercado chino con una demanda de 1347 millones de consumidores con materias primas y productos terminados entre otros, mediante la inclusión de acuerdos comerciales medidas de emergencia como las salvaguardias o el dumping.

Para la elaboración de este estudio se tomaron en consideración ciertos elementos históricos y resultados de los acuerdos ya firmados y pactados entre ambas naciones, las mismas que han permitido que hasta el año 2009 se instalen “15 firmas chinas en ramas como petróleo, telecomunicaciones, pesca, automotriz y agricultura con una inversión de 400 millones de dólares”(Vanguardia, 2009), conociendo así cual ha sido el impacto de los lazos comerciales, de amistad, cooperación, e inversión de ambos países en cada una de sus economías, que se ven reflejados en la realidad actual del país, para de esta manera incursionar con nuevos productos en la oferta exportable y participar en las distintas ferias, eventos empresariales y exhibiciones que se llevan a cabo tanto en los países asiáticos como en América Latina, lo que nos permitirá dar a conocer la calidad de nuestro producto ecuatoriano.

1.2. MARCO REFERENCIAL

1.2.1. Marco Teórico

A partir del año 2009, la cooperación energética, en particular, ha ubicado al Ecuador entre los cuatro principales receptores de financiamiento e inversión de China en América Latina. La relación en términos políticos y económicos ha sido presentada por los gobiernos de ambos países como una relación de cooperación y “mutuos beneficios”, basada en principios de igualdad, no interferencia, y complementariedad energética. Sin embargo, mucho se ha cuestionado el actuar de China en Ecuador y los reales beneficios o desafíos que están detrás de estas relaciones de “cooperación”.

Encausado en la misión de diversificar la matriz energética, el Ecuador se ha vuelto hacia China para obtener financiación a través del Eximbank de China y el Banco de

Desarrollo de China. De entre los muchos proyectos emblemáticos financiados y construidos por China, en este estudio se mencionará los tres más importantes hasta la fecha tanto por su magnitud como por la inversión requerida: Coca Codo Sinclair (1500MW), Sopladora (487 MW), y Minas San Francisco (270MW). Su información girará en torno a los procesos de negociación y financiación, así como a la construcción de las centrales y las discusiones medioambientales, tecnológicas y laborales que se han presentado.(Salgado, 2013)hdl.hande.net

El doceavo plan quinquenal de China tiene el objetivo de modificar la calidad de crecimiento económico en China, basado en inversiones y exportaciones, sustentado en la innovación, que además consiga reducir las inequidades sociales y proteger el medio ambiente. La visión es desarrollar el mercado doméstico para aliviar la dependencia del mercado internacional, este incremento del consumo interno en China, resulta atractivo para todos los países proveedores de productos primarios por la demanda que tendrán en ese país buscando los canales adecuados de exportación.(Caballero, 2012).

En esta tesis se debe recalcar la importancia de la política arancelaria que constituye el instrumento más remoto de intervención manejado por el Estado, ya que este arancel constituye un impuesto indirecto a los productos que cruzan la frontera. Los aranceles pueden ser a la importación cuando inciden sobre una mercancía a la entrada en el territorio aduanera, a la exportación si la imponen a la salida del territorio nacional hacia otro destino.

Para superar estas barreras arancelarias impuestas por los estados, ellos suscriben acuerdos preferenciales que es el acto entre dos o más naciones en donde se conceden mutuamente condiciones favorables en materia comercial y aduanera en pro del libre comercio, los Acuerdos Preferenciales de Comercio, pueden tener beneficios por sobre la apertura unilateral en caso en que como resultado del acuerdo se mejora el acceso a otro mercado, se pueden mencionar: Acuerdos comerciales preferenciales; Áreas de libre comercio; Uniones aduaneras; Mercados comunes; Uniones económicas; Uniones económicas y monetarias.

1.3. DELIMITACIÓN ESPACIAL

La presente investigación se realizará en la República del Ecuador, ciudad de Quito indagando información que permita determinar la incidencia de las relaciones comerciales con la República Popular de China en la economía del país.

Por lo tanto, este análisis se centrará en determinar los lazos comerciales comprendidos en el comercio exterior de bienes en forma recíproca entre ambas naciones en

los últimos cinco años, a fin de concluir en la factibilidad o no de la exportación de productos a China en consecuencia de su acelerado crecimiento económico, con el fin de mejorar la Balanza Comercial de nuestro país con China la misma que hasta la fecha de elaboración de esta tesis de grado, es totalmente deficitaria.

1.4. METODOLOGÍA

La modalidad de la investigación fue documental porque se apoyó en documentos, en investigación bibliográfica, hemerográfica, ya que se consultó textos, artículos de revistas y la prensa, así como artículos y expedientes.

1.4.1. Técnicas

Primarias

Las técnicas de recolección de información primaria a través del uso de fuentes bibliográficas: textos, libros, revistas, periódicos, estadísticas, las cuales aportarán con información muy importante, específica y útil para la elaboración de esta tesis de grado.

CAPÍTULO 2

ANTECEDENTES DEL INTERCAMBIO COMERCIAL ENTRE ECUADOR Y CHINA

2.1. ANTECEDENTES

China es una de las economías emergentes que ha ganado protagonismo a nivel internacional e incluso ha llegado a convertirse en uno de los principales inversionistas y prestamistas de América Latina. Su interés por los recursos energéticos y mineros ha incitado a que la relación entre el gigante asiático y los países latinoamericanos y caribeños se estreche. Por tal motivo la aproximación de China a Ecuador tiene como objetivo específico proveerse de materias primas para su industria a cambio de la facilidad en la concesión de créditos y préstamos que permitan al Gobierno ecuatoriano desarrollar sus proyectos con fines sociales y económicos.

Además Ecuador mantiene una dependencia con China, basada en tres ejes principales: comercio, deuda externa y, actualmente, inversión. El país andino cuenta con una economía centrada en la comercialización de bienes primarios, lo cual es un atractivo para el Estado asiático pero no tan beneficioso para la economía ecuatoriana puesto que está sujeta a la imposición de los precios del mercado internacional; sin embargo, lo que realmente genera dependencia es la alta demanda de la importación de productos chinos que, en su mayoría, son manufacturados y cuentan con alto valor agregado, permitiéndole al país asiático tener ventaja sobre esto.

En el aspecto de deuda, es preciso mencionar que en los últimos años se ha disparado este rubro, puesto que China ha concedido a Ecuador varios préstamos a largo plazo y con tasas de interés que oscilan entre el 6 y el 7%, generando un vínculo bastante fuerte en el ámbito económico.

En el campo de inversión, el interés de China por invertir en el Ecuador se ha incrementado en los últimos años, un ejemplo claro de ello es el contrato suscrito a inicios del mes de marzo de 2012 por la empresa china Ecuacorriente para desarrollar el primer mega proyecto minero en suelo ecuatoriano.

El nivel de precios en China debe considerar tanto la dinámica del mercado global (la estructura económica global, el estatus financiero global, la oferta y demanda global, etc.) y la economía local y el factor comercial (políticas macroeconómicas, índices microeconómicos, rivalidades locales, etc.).

2.2. RELACIONES BILATERALES Y ACUERDOS COMERCIALES SUSCRITOS EN EL ÁMBITO COMERCIAL ENTRE ECUADOR Y CHINA.

“La relación estratégica y complementaria entre el Ecuador y China se está afianzando a través de la labor conjunta de Cooperación al Desarrollo en sus distintos ámbitos: político, comercial, financiero, de inversiones, cultural, educativo, ciencia y tecnología, de capacitación y asistencia técnica. En este sentido, existe una convergencia de criterios en materia de política internacional que favorece principalmente el multilateralismo, la preservación del medio ambiente, el fomento de una nueva arquitectura financiera internacional, entre otros”. (Embajada del Ecuador en la República Popular China, 2012).

“En la ascendente relación bilateral con la República Popular China, la República del Ecuador encamina sus mejores esfuerzos para lograr, primordialmente, los siguientes resultados:

2.2.1. Área de Comercio:

- Identificar los temas complementarios en los ámbitos político-diplomáticos; promover e intensificar las relaciones comerciales; profundizar la cooperación bilateral y, trabajar de manera conjunta en cuestiones de movilidad humana.
- Propiciar la inversión china en los sectores estratégicos y productivos de la sociedad ecuatoriana en su conjunto.
- Impulsar la exportación de productos ecuatorianos al mercado chino.
- Introducir nuevos actores en la agenda comercial bilateral (pequeña y mediana producción; sector artesanal; las PYMES).
- Desarrollar los acuerdos financieros bilaterales para promover efectivamente el desarrollo de ambos países.
- Establecer y trabajar conjuntamente con China en temas de interés mutuo de la agenda multilateral y de la nueva arquitectura financiera internacional.

2.2.2. Área de Tecnología y Educación:

- Cooperar en el campo de la ciencia y tecnología, con el objeto de ubicar segmentos para el intercambio real de experiencias.
- Intensificar los intercambios bilaterales a nivel cultural y de educación.

2.2.3. Área Social:

- Incluir las áreas sociales –como la salud, la vivienda y las cuestiones laborales- en la nueva agenda bilateral.” (Embajada del Ecuador en la República Popular China, 2012).

2.3. PRINCIPALES ENTENDIMIENTOS BILATERALES

“Desde el 2007, la relación económica y de cooperación entre Ecuador y China se ha fundamentado en los créditos, la explotación petrolera y la venta de servicios del gigante asiático para infraestructura, ésta lógica continuará a futuro de concretarse nuevos proyectos como una siderúrgica, un astillero o una farmacéutica, que formaron parte del portafolio que el vicepresidente, Jorge Glas, vendió a Pekín, señalan analistas consultados.

En el 2013, la balanza comercial fue negativa en USD 2 701 millones para Ecuador, según cifras del Banco Central; la deuda externa con China se encuentra en USD 4 633 millones, mientras que las ventas de petróleo a ese país superaron el 80% del total exportable. En contraste, la inversión extranjera directa de China en Ecuador fue de solo USD 88 millones en el 2012.

El editor de la revista económica Análisis Semanal, Alberto Acosta Burneo, explica que la inversión china se ha concentrado básicamente en proyectos con bajo riesgo y alta rentabilidad como el petróleo y la minería, donde ingresó adquiriendo otras compañías que tenían proyectos en marcha o reservas seguras, fuera de ello, la relación ha sido básicamente crediticia. China financia la construcción de obras como las centrales hidroeléctricas, siempre y cuando sus empresas sean contratadas, bajo esa misma lógica, Acosta Burneo señala que China y sus empresas podrían verse involucradas en nuevos proyectos estratégicos. Es decir, otorgando un préstamo al Estado ecuatoriano, quien termina asumiendo todo el riesgo.

El investigador de la Flacso, José Luis Fuentes, coincide en que una siderúrgica o una farmacéutica no tendrían una clara rentabilidad para el gigante asiático, por lo que sería difícil una inversión en esos sectores.

En el mejor de los casos, según Acosta, lo que se lograría es un crédito para que el Estado ecuatoriano asuma el riesgo. Jaime Carrera, del Observatorio de la Política Fiscal, aclara que el país asume los costos cuando contrata un crédito, en la inversión, el riesgo y los costos los asume el inversionista y el Estado no compromete recursos.”(Araujo, 2014).

Los principales entendimientos bilaterales, desde diciembre de 2010, fueron los siguientes:

- Suscripción del Acuerdo Comercial para la construcción de la Hidroeléctrica Toachi Pilatón, a cargo de la empresa *China Water and Electricity –CWE*, (Quito, 24 de diciembre de 2010).
- Venta anticipada de crudo, suscrita entre PETROECUADOR y China National United Oil Corporation” PETROCHINA (Beijing, 28 de enero de 2011.)
- Suscripción del Acuerdo entre el Ministerio Coordinador de Seguridad del Ecuador y la empresa china CEIEC para el proyecto de seguridad ciudadana (Quito, 22 febrero de 2011.)
- Suscripción del Convenio de Financiamiento de la Fase II (CHINA – ECUADOR) con el Banco de Desarrollo de China (CDB) para proyectos de inversión en el Ecuador (Beijing, 28 de junio de 2011).
- Suscripción de Acuerdo Comercial para la construcción de la Hidroeléctrica Delsitanisagua. Esta obra será construida con la empresa Hidrochina. (Zamora Chinchipe, Ecuador, octubre de 2011).

2.4. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA ECONOMÍA CHINA.

2.4.1. Indicadores económicos:

En la siguiente tabla se muestra los indicadores económicos relevantes:

Tabla 2.1. Indicadores macroeconómicos de China

PIB	9.300	billones de dólares
Crecimiento del PIB	7,7	%
PIB Percápita	6.520	Dólares
Tasa de Incidencia de Pobreza	4,6	%
Esperanza de vida al nacer	75	Años
Inflación anual	2,6	%
Balanza de Pagos	260	Millones de dólares
Recepción de Inversiones	117	Miles de millones de dólares
Inversión en otros países	90	Miles de millones de dólares

Elaborado por la Autora

Fuente: datos.bancomundial.org

El Gobierno de la nueva República Popular, bajo la dirección del Partido Comunista de China, comenzó a aplicar una serie de reformas económicas de carácter socialista, luego de la Guerra Civil, tales como la nacionalización de las empresas privadas y la colectivización de la agricultura. Sin embargo, el líder chino Mao Zedong decidió alejarse del modelo soviético y dirigir a la población con el objetivo de elevar el desarrollo industrial de China hasta los niveles de los países más industrializados, aplicando una serie de planes y reformas, que fueron un fracaso, provocando un sinnúmero de levantamientos y enfrentamientos con el pueblo.

Luego de su muerte, Deng Xiaoping llega al poder impulsó una serie de reformas económicas, creando zonas económicas especiales en el sector costero del país, las mismas que han presentado un rápido crecimiento por ser los principales centros de entrada y salida del comercio con otros mercados, convirtiendo a China en la mayor potencia manufacturera del mundo, sobre todo en el sector de la producción de electrodomésticos y textiles debido al bajo costo de la mano de obra, pero el interior del país ha quedado rezagado con altos niveles de pobreza y desempleo lo que ha provocado que existan grandes desigualdades entre los ingresos per cápita de cada región.

“El proceso de reforma que empezó a finales de los setenta continúa hasta el día de hoy, reflejado en hechos de gran trascendencia como la venta de acciones de los bancos estatales chinos a inversionistas extranjeros.”(Enrique Palazuelos, 2006) De hecho, la inversión extranjera ha jugado un papel importante en la expansión comercial de China y ha sido un factor que ha contribuido a la creación de nuevas plazas de trabajo en las ciudades.

2.4.2. Principales sectores productivos

2.4.2.1. Productos agrícolas

Líder mundial en el valor bruto de la producción agrícola, arroz, trigo, patatas, maíz, cacahuetes, té, mijo, cebada, manzanas, algodón, oleaginosas, carne de cerdo, pescado.

2.4.2.2. Industria

Líder mundial en el valor bruto de la producción industrial, la minería y el procesamiento de minerales, hierro, acero, aluminio y otros metales, el carbón, la construcción de maquinaria, armas, textiles y prendas de vestir, petróleo, cemento, productos químicos, fertilizantes, productos de consumo, incluido el calzado, los juguetes y la electrónica, procesamiento de alimentos, equipos de transporte, incluyendo automóviles,

vagones y locomotoras, barcos y aeronaves, equipos de telecomunicaciones, vehículos comerciales de lanzamiento espacial, los satélites.

2.4.2.3. Recursos Naturales

Carbón, mineral de hierro, petróleo, gas natural, mercurio, estaño, tungsteno, antimonio, manganeso, molibdeno, vanadio, magnetita, aluminio, plomo, zinc, el potencial de los elementos de tierras raras, el uranio, la energía hidroeléctrica (más grande del mundo).

2.4.3. Principales datos de Inversión

Como se puede observar en el siguiente gráfico, la tecnología es la principal fuente de ingresos en las exportaciones de China, no hay duda que es un país con un desarrollo tecnológico de punta.

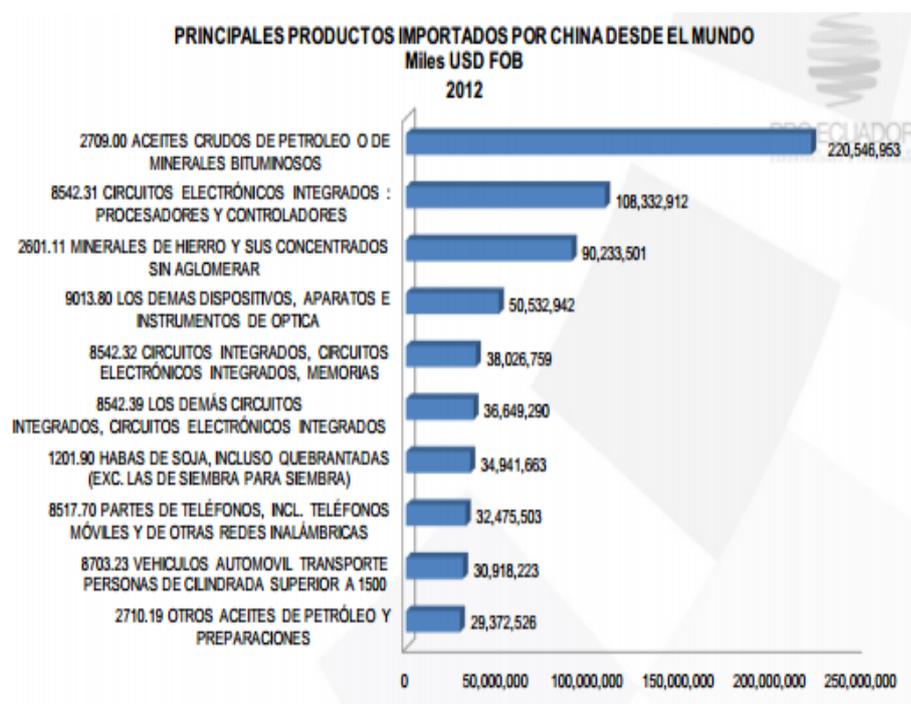
Figura 2.1. Principales productos exportados por China al mundo



Elaboración: PRO ECUADOR, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones
Fuente: Estadísticas Banco Mundial 2012

En cuanto a los productos que importa China los aceites crudos de petróleo y minerales se encuentra en el primer lugar, seguido de los circuitos electrónicos, como se puede observar en el siguiente gráfico.

Figura 2.2. Principales productos importados por China desde el mundo



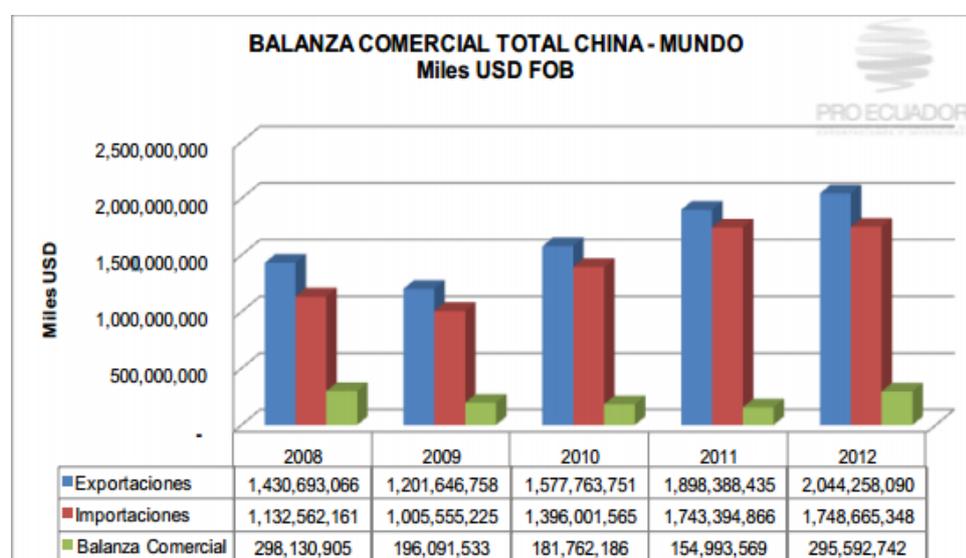
Elaboración: PRO ECUADOR, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones
Fuente: Estadísticas Banco Mundial 2012

2.4.4. Comercio Exterior de China

2.4.4.1. Balanza Comercial de China

En el gráfico siguiente se muestra la Balanza Comercial China:

Figura 2.3. Balanza Comercial Total China – Mundo



Elaboración y Fuente: PRO ECUADOR, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones

En el periodo 2008-2012, China ha presentado una balanza comercial positiva, pero con un comportamiento estacionario con una baja en el saldo de su balanza en el año 2009, 2010 y 2011 y una recuperación sustancial en el 2012 pero que no supera lo obtenido en el año 2008, con un valor de USD 298`130.905, en tanto para el 2012, USD 295`592.742.

Japón es el principal proveedor de China, representando el 20% de las importaciones de China desde el mundo para el 2012, seguido por República de Corea 19%, Estados Unidos el 14%, siguiendo Alemania el 10%. Los principales productos que demanda China del mundo son petróleo, circuitos integrados y minerales de hierro.

Figura 2.4. Principales países proveedores de China, participación porcentual, año 2012



Elaboración: PRO ECUADOR, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones
Fuente: Trademap, Centro de Comercio Internacional

2.5. BALANZA COMERCIAL BILATERAL ENTRE ECUADOR Y CHINA

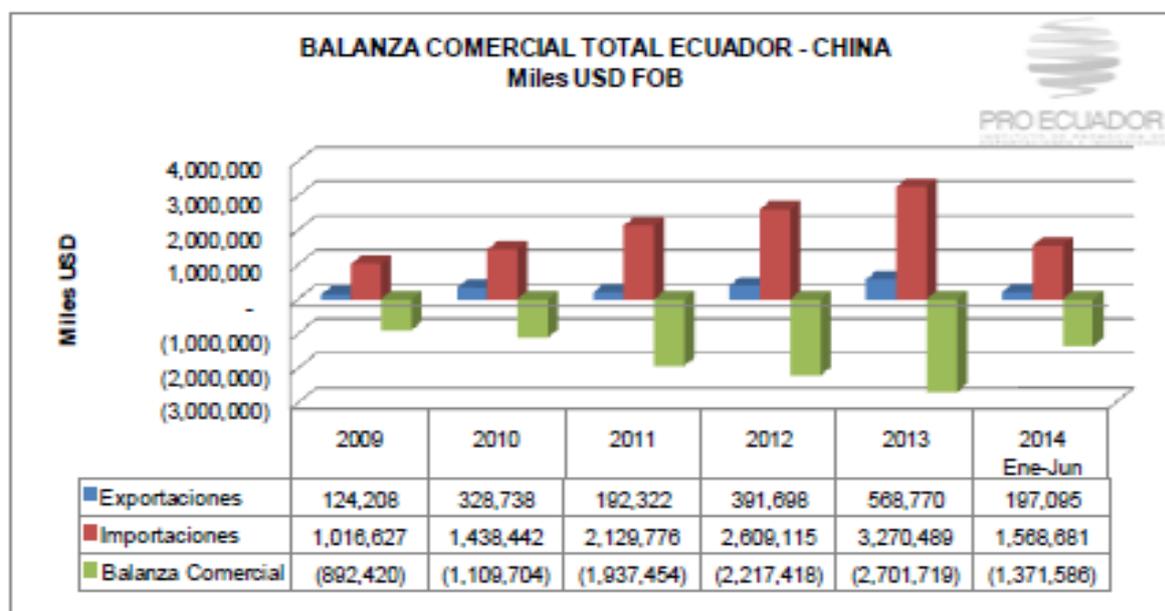
Si bien es cierto, la balanza comercial de Ecuador con respecto a China tiene un déficit, de aproximadamente mil millones de dólares, pues más se importa que exporta, “el cónsul Weihua destacó que China es el cuarto socio comercial de Ecuador. Ve un futuro prometedor pues se harán inversiones, no sólo en el sector petrolero, sino en minas y ferrocarriles. Apunta a un crecimiento del 100% en la compra de madera, mariscos y flores.

Por su parte, el experto en el mercado asiático Chihon Ley, destacó como consejo para los empresarios que "lo más importante no es lo que yo quiero vender. Es lo que me quieren comprar". La presentación continuó con las estrategias de acceso al mercado chino. Se señaló que al comprender la cultura de esa nación, es posible abrir espacios para que Ecuador se acerque a este país en materia comercial, como conclusión se estableció que para acceder al mercado chino se deben seguir los siguientes pasos: buscar el clúster correcto, estudiar la

demanda in situ, generar relaciones con el Estado, definir la estrategia específica e innovar en el mercado.

En el período 2009-2014, la balanza Bilateral Ecuador – China presentó déficit, como se muestra el siguiente gráfico:

Figura 2.5. Balanza Comercial Total Ecuador – China



Elaboración y Fuente: PRO ECUADOR, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones

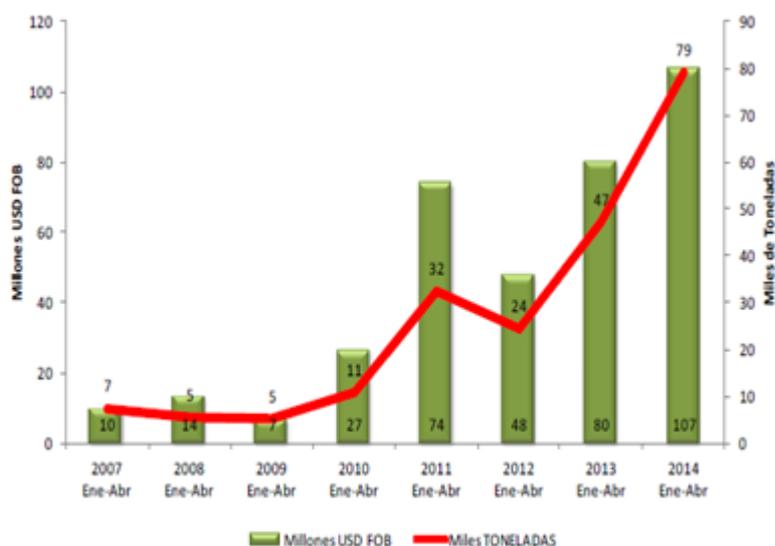
Al observar la Balanza Comercial de las exportaciones a China se puede indicar que nuestro país tiene una oferta muy limitada, se debe tomar en cuenta que la chatarra dejará de ser exportada por ley, por lo cual la labor de las oficinas comerciales será promocionar aquellos productos que tienen potencial para el mercado Chino, sin embargo las exportaciones totales a China tienen un importante incremento en el tiempo en especial desde el año 2010 donde se duplica al año anterior, y para el año 2013 se incrementa alrededor del 42%, superando los USD 568,000, esto fundamentalmente debido a la exportación de petróleo, sin embargo las importaciones a China también crecen sustancialmente por lo cual se tiene como resultado de ésta relación comercial, una balanza comercial negativa muy importante de 2,701 millones de dólares en el año 2013, por lo cual se busca la posibilidad de reducir esta brecha entre ambos países, manejando un Sistema de Información de Mercados mucho más eficaz que determine en tiempo real las necesidades de productos que tiene este país para coordinar con una negociación técnica, no política los productos que pueden satisfacer los requerimientos.

2.5.1. Comportamiento de las exportaciones ecuatorianas hacia China

Básicamente el interés que tiene China por el Ecuador son los productos agrícolas debido a que el clima permite realizar la agricultura todo el año; incluyendo los productos de exportación tradicionales, como son la banana, café, madera, pescado, cacao y chatarra (Ministerio de Relaciones, 2007).

Según la información del Banco Central del Ecuador y de Pro Ecuador el comportamiento de las exportaciones del Ecuador a la República Popular de China ha tenido un incremento favorable como se puede visualizar en el siguiente gráfico, el año en el cual exportó más nuestro país fue en el 2013 y en lo que va de este año hasta abril del 2014 se puede deducir que el porcentaje de exportación será mayor a la del año anterior.

Figura 2.6. Evolución de las exportaciones a China



Variación % Ene - Abr	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	TCPA 2007-2014
En USD	37%	-49%	283%	177%	-35%	68%	33%	40%
En TON	-27%	-6%	113%	202%	-24%	93%	68%	40%

Fuente: Banco Central del Ecuador, www.bce.fin.ec

Elaboración y Fuente: PRO ECUADOR, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones

2.5.2. Exportaciones hacia China por producto

La oferta ecuatoriana está compuesta por 112 subpartidas arancelarias que agrupa productos primarios, desechos y en menor proporción productos semielaborados (Banco Central del Ecuador, 2013). De acuerdo al siguiente gráfico se observa el ranking de productos exportados desde el Ecuador a China entre estos productos están: harina de pescado, desperdicios y desechos de cobre, camarones, madera y manufacturas, bananas, minerales; Se debe tomar en cuenta que el petróleo es el principal producto de exportación hacia China, por lo cual el mismo representa un porcentaje alto en dichas exportaciones.

Figura 2.7. Principales productos exportados a China

SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN	UNIDADES	Ene-Abr			Variación	
			2012	2013	2014	2012-2013	2013-2014
2301.20.11.00	HARINA DE PESCADO CON CONTENIDO DE GRASA SUPERIOR A 2% EN PESO	Fob Miles USD	4,421	24,682	9,990	458.35%	-59.52%
		Toneladas	3,671	13,720	7,232	273.74%	-47.29%
		Precio Referencial	1.2	1.8	1.4	49.40%	-23.21%
7404.00.00.00	DESPERDICIOS Y DESECHOS DE COBRE.	Fob Miles USD	15,569	14,549	11,612	-6.55%	-20.18%
		Toneladas	2,635	2,262	2,075	-14.15%	-8.27%
		Precio Referencial	5.9	6.4	5.6	8.85%	-12.99%
0306.17.99.00*	LOS DEMAS CAMARONES, LANGOSTINOS Y DEMÁS DECÁPODOS CONGELADOS NO CONTEMPLADOS EN OTRA PARTE	Fob Miles USD	5,662	9,582	16,905	69.23%	76.42%
		Toneladas	827	1,406	1,683	69.92%	19.72%
		Precio Referencial	5.9	7	10	15.36%	47.36%
4407.22.00.00	MADERAS ASERRADAS O DESBASTADAS LONGITUDINALMENTE DE TROPICALES VIOLA, IMBUIA Y Balsa	Fob Miles USD	2,993	4,194	6,305	40.12%	50.31%
		Toneladas	833	1,073	2,025	28.82%	88.76%
		Precio Referencial	3.6	3.9	3.1	8.77%	-20.37%
0803.90.11.00*	BANANAS FRESCAS TIPO «CAVENDISH VALERY»	Fob Miles USD	2,228	4,041	23,666	81.33%	485.70%
		Toneladas	5,792	9,688	45,213	67.25%	366.71%
		Precio Referencial	0.4	0.4	0.5	8.42%	25.50%
2603.00.00.00	MINERALES DE COBRE Y SUS CONCENTRADOS.	Fob Miles USD	0	3,304	3,624	-	9.70%
		Toneladas	0	2,195	2,492	-	13.56%
		Precio Referencial	-	1.5	1.5	-	-3.40%
2616.90.10.00	MINERALES DE ORO Y SUS CONCENTRADOS	Fob Miles USD	429	2,860	9,455	566.32%	230.55%
		Toneladas	263	2,347	7,662	793.63%	226.43%
		Precio Referencial	1.6	1.2	1.2	-25.44%	1.26%
Otros Productos		Fob Miles USD	16,557	16,994	25,228	2.64%	48.45%
		Toneladas	10,468	14,463	10,674	38.17%	-26.20%
		Precio Referencial	1.6	1.2	2.4	-25.71%	101.15%
TOTAL		Fob Miles USD	47,859	80,206	106,786	67.59%	33.14%
		Toneladas	24,489	47,154	79,057	92.55%	67.66%
		Precio Referencial	2.0	1.7	1.4	-12.96%	-20.59%

Elaboración y Fuente: PRO ECUADOR, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones

En la figura 2.7 se puede observar el valor de exportación en miles de USD entre Ecuador a China desde Enero a Junio del 2014, sin tomar en cuenta el petróleo, el producto que más se exporta son los camarones con un valor de USD 44,108, seguido de las bananas frescas con USD 43,900 de ahí se puede observar que existe una gran diferencia en los valores ya que los minerales de oro y sus concentrados tienen USD 17,343 seguido de los desperdicios y desechos del cobre los cuales representan un valor de USD 16,201, maderas

aserradas con USD 11,082, los demás langostinos con USD 10,936, los minerales de cobre y sus concentrados con USD 6,135 y por último el cacao apenas con USD 4,644.

Figura 2.8. Principales productos exportados por Ecuador a China



Elaboración y Fuente: PRO ECUADOR, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones

2.5.3. Importaciones ecuatorianas desde China

La mayoría de los productos importados de China, son bienes industrializados que entran en la clasificación de manufacturas de baja tecnología hasta manufacturas de alta tecnología, la importación de dichos bienes se origina debido a dos factores importantes; el bajo precio que China asigna a sus bienes y por otro lado la falta de tecnificación e industrialización de varios sectores económicos por parte de nuestro país para desarrollar productos más elaborados. Los bajos costos de los productos chinos limitan la competitividad de los productos nacionales, generando de esta manera una mayor demanda de bienes importados.

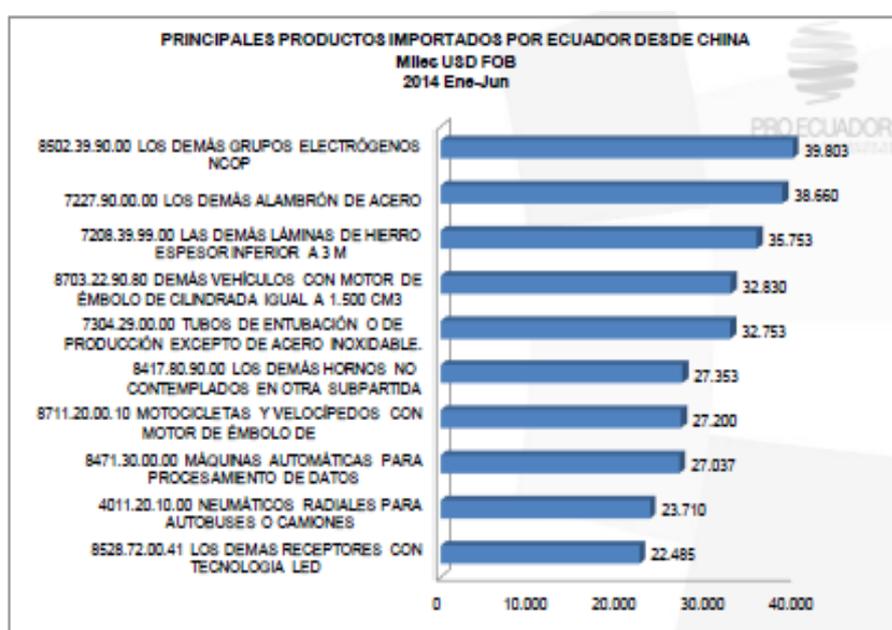
Así también tenemos que la falta de tecnificación e industrialización en algunas ramas de actividades económicas dan como resultado el incentivo a la importación de productos más elaborados ya que se carece de industrias que provean tales bienes. En nuestro país la mayoría de las empresas pertenecen al sector de la pequeña y micro empresa y representan el 43.2% y

el 23.6% respectivamente, en tanto que la mediana cuenta con el 19.9% y la gran industria apenas con el 13.3% (MIC, 2008).

Como se puede observar la participación de las grandes empresas es totalmente mínima lo que implica que existen pocas compañías con la capacidad de producir bienes que cubran las necesidades del mercado interno y a la vez generen un excedente para poder exportar; además esto demuestra que nuestro país aún cuenta con una industria pequeña a la cual le hace falta desarrollarse tanto en tecnología como en capacitación.

En el período de Enero a Junio del 2014, la importación de productos desde China a Ecuador mantiene una diferencia mínima entre el valor de importación de los productos así tenemos que los sectores de mayor importación fueron los demás grupos electrógenos con un valor de exportación de USD 39,803 muy seguido de los demás alambros de acero con USD 38,660, en tercer lugar tenemos a las demás láminas de hierro espesor inferior a 3M con USD 35,753, los demás vehículos con motor de émbolo de cilindrada igual a 1,500 CM³ con un valor de USD 32,830, seguido de los tubos de entubación o de producción excepto de acero inoxidable con USD 32,753, de ahí tenemos a los demás hornos no contemplados en otra subpartida con USD 27,353, las motocicletas y velocípedos con motor de émbolo con USD 27,200, las máquinas automáticas para procesamiento de datos con USD 27,037, los neumáticos radiales para autobuses o camiones con USD 23,710 y en décimo lugar tenemos a los demás receptores con tecnología LED con un total de USD 22,485.

Figura 2.9. Principales productos importados por Ecuador desde China



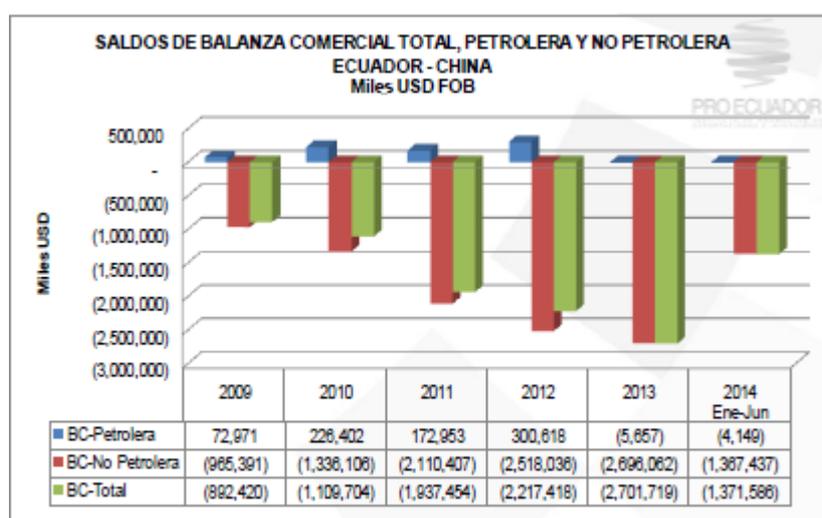
Elaboración y Fuente: PRO ECUADOR, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones

CAPÍTULO 3

LA OFERTA EXPORTABLE ECUATORIANA, ALTERNATIVAS Y OPORTUNIDADES COMERCIALES CON CHINA PARA LOS PRODUCTOS DE LA OFERTA EXPORTABLE ECUATORIANA

El intercambio comercial entre Ecuador y China hasta el momento se encuentra delimitado por la compra y venta de petróleo, sin embargo si no se toma en cuenta este rubro se puede observar que la balanza comercial no petrolera ecuatoriana es menor a pesar de que ha existido un mínimo incremento en los últimos años.

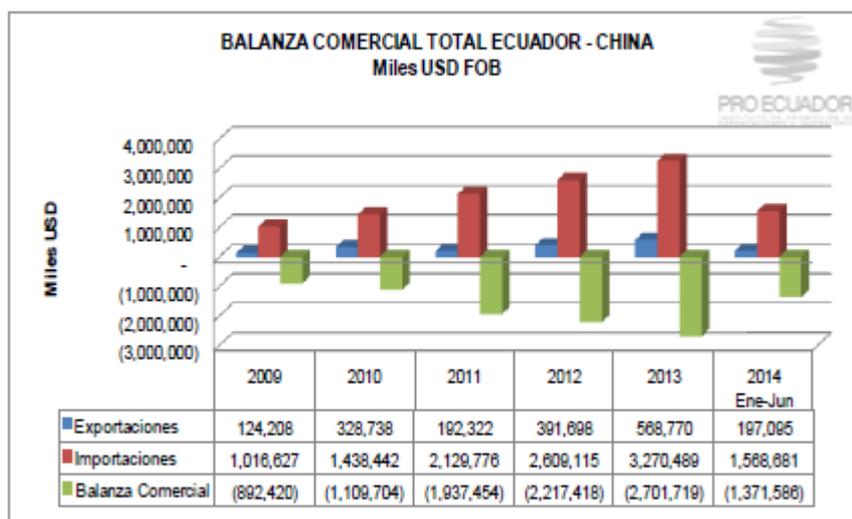
Figura 10 Saldos de Balanza Comercial Petrolera y No Petrolera



Elaboración y Fuente: PRO ECUADOR, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones

Las exportaciones totales a China tienen un importante incremento en el tiempo en especial desde el año 2010 donde se duplica al año anterior, y para el año 2013 se incrementa más del 31.13%, superando los USD 177,000, en el primer semestre del año 2014 se puede observar que el nivel de exportación es inferior si se compara al primer semestre del 2013, sin embargo las importaciones a China también crecen sustancialmente teniendo una Balanza Comercial Bilateral totalmente deficitaria que se incrementa a través del tiempo ya que en el año 2012 el porcentaje de importaciones es del 666,10% y en el 2013 supera el 575% si se realiza una comparación con los valores de exportación.

Figura 3.2. Balanza Comercial Total Ecuador - China



Elaboración y Fuente: PRO ECUADOR, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones

3.1. SOCIOS COMERCIALES DE CHINA

Al realizar el análisis de los últimos 4 años, entre los principales proveedores de China, en primer lugar tenemos a la economía de Brasil, con el 42,62% del total de las importaciones chinas lo cual le convierte a este país en su principal proveedor muy alejado del siguiente país que es Chile casi con un tercio de lo que exporta Brasil con el 16.50%, en tercer lugar está Venezuela con el 10,44%, nuestro país cuenta con un porcentaje poco significativo en el total de las importaciones con un 0,62% no llegamos ni al mínimo del 1%, lo cual se debe aprovechar debido a la demanda que tiene China por su alto grado de población, lo cual permitirá diversificar las exportaciones.

Figura 3.3. Importaciones hacia China desde América Latina y el Caribe

IMPORTACIONES HACIA CHINA DESDE AMERICA LATINA Y EL CARIBE POR PAIS				
Miles USD				
Exportadores	2010	2011	2012	2013
Brasil	38,099,447	52,386,750	52,281,127	53,747,503
Chile	17,935,193	20,578,293	20,631,633	20,801,437
Venezuela	6,698,878	11,731,210	14,539,106	13,161,956
México	6,875,188	9,377,587	9,161,025	10,274,207
Perú	6,368,186	7,864,277	8,454,698	8,490,350
Argentina	6,804,128	6,256,572	6,560,806	6,095,054
Costa Rica	3,106,845	3,844,030	5,270,200	4,758,049
Colombia	2,103,363	2,394,851	3,156,664	3,624,034
Uruguay	1,151,841	1,413,379	1,911,220	2,465,398
Ecuador	507,159	579,890	938,410	775,565
Otros países	1,454,680	2,215,262	2,226,519	1,910,014
Total	91,104,908	118,642,101	125,131,408	126,103,567

Elaboración y Fuente: PRO ECUADOR, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones

Este análisis nos arroja un resultado con un escenario comercial bastante difícil en el mercado chino para la oferta productiva exportable no petrolera de Ecuador, pero a su vez esto lo convierte en un tema interesante para analizarlo, tomando como metodología la denominada eje-mercado; en el cual se identifica los productos que pueden ser exportados por Ecuador en base a las necesidades y a la demanda que presenta el mercado chino.

De esta manera se ha podido identificar 20 subpartidas arancelarias que China importa desde los países de América Latina y el Caribe, lo cual nos permite obtener los productos ecuatorianos que pueden formar parte de esta oferta exportable y qué clase de socio comercial es considerado Ecuador para China y de esta manera ir mejorando la oferta exportable con productos que presentan los mayores potenciales para ser vendidos en relación a los otros países.

En la tabla 3.1 se puede observar que el producto que más importa China desde América Latina y el Caribe son los minerales, escorias y cenizas con casi 39 millones de dólares, seguido de las semillas y frutos oleaginosos con más de veinticuatro millones de dólares, el tercer lugar con alrededor de veintiún millones, de dólares está ocupado por los combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación, el cobre y manufacturas de cobre se ubica en el cuarto lugar con más de doce millones de dólares y en quinto lugar tenemos a las máquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación con más de siete millones de dólares.

En base a este análisis y tomando en cuenta que el Ecuador dispone de un clima privilegiado lo que le permite tener una diversidad de productos algunos de ellos aún no explotados y considerando la canasta básica que oferta a China, se puede determinar alternativas económicas que permitan aumentar la productividad de las tierras mediante las cadenas de valor principalmente en la industria para de esta manera incrementar las exportaciones.

A continuación, se presentan las 20 partidas arancelarias principales de los productos que importa China desde los países de América Latina y el Caribe, tomando como base el período comprendido entre el año 2011 – 2013.

Tabla 3.1. Principales productos importados por China de países de América Latina y el Caribe

Código del producto	Descripción del producto	China importa desde América Latina y el Caribe		
		Valor en 2011	Valor en 2012	Valor en 2013
'88	Navegación aérea o espacial	755.545	945.239	211.884
'87	Vehículos automóviles ,tractores, ciclos, demás vehículos terrestres, sus partes	1.100.485	1.209.084	1.948.926
'85	Máquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	6.103.701	7.531.888	7.328.492
'84	Máquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	882.177	806.230	778.369
'75	Niquel y manufacturas de niquel	557.174	282.376	205.708
'74	Cobre y manufacturas de cobre	14.471.901	14.441.744	12.636.631
'72	Fundición, hierro y acero	1.542.290	1.598.996	1.076.709
'52	Algodón	771.219	1.010.998	440.499
'47	Pasta de madera o de otras materias fibrosas celulósicas; papel.	3.219.879	3.001.135	3.322.107
'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	932.860	1.015.591	1.219.063
'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	663.233	654.125	548.700
'27	Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación	19.445.904	23.443.571	21.341.418
'26	Minerales, escorias y cenizas	40.785.609	38.316.300	38.946.809
'24	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	559.280	598.081	492.887
'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos para animales	1.385.691	1.238.116	1.177.382
'17	Azúcares y artículos de confitería	1.580.864	1.466.644	1.820.695
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	1.252.964	2.219.122	1.431.956
'12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos.	17.021.573	19.265.367	24.361.327
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	518.873	716.778	774.293
'02	Carne y despojos comestibles	799.060	824.414	1.008.369

Elaborado por la Autora

Fuente: Centro de Comercio Internacional/ Trademap (2014)

3.2. PRINCIPALES SECTORES PRODUCTIVOS DE ECUADOR

Ecuador es conocido por su orientación agrícola, básicamente por las características productivas de su tierra, las características de su suelo y del medio ambiente. Ciertos de los cultivos ecuatorianos se conocen por ser transitorios por ejemplo: arroz, maíz, papa y soya; mientras que el 63% del volumen de producción, medido en toneladas métricas corresponde a los cultivos permanentes, como ejemplo, banano y plátano, café, cacao, palma africana, caña de azúcar, entre otros. Ecuador es reconocido como exportador a nivel mundial de banano, flores y cacao por su calidad. Según PROECUADOR (2013). Aunque el sector agrícola de Ecuador exporta una cantidad limitada de bienes a China y aunque nuestro país compra

muchos bienes manufacturados chinos, la relación entre Ecuador y China se centra principalmente en petróleo, por lo cual es necesario buscar otro nicho de mercado para las futuras exportaciones.

Empresarios y organizaciones del gobierno de Ecuador están avanzando en varios frentes para promover la expansión del intercambio con China, por ejemplo, la Cámara de Comercio Ecuatoriana-China firmó un acuerdo con la CCPIT, tendiente a constituir un marco para la resolución de disputas comerciales que se deriven de transacciones comerciales entre empresas de los dos países, gracias a este convenio, tales disputas comerciales se pueden resolver a través de una entidad cuasi-pública relacionada con la Cámara de Comercio Ecuatoriana-China: el Centro de Arbitraje y Mediación. (M, 2011).

A pesar de que nuestro país no se encuentra al mismo nivel de relación comercial como Chile o Brasil, el gobierno y la Cámara de Comercio Ecuatoriana-China están promoviendo activamente lazos a través del intercambio de delegaciones oficiales y participación en ferias de negocios como es la Feria de Cantón.

3.2.1. Potencial de los productos ecuatorianos en el mercado de China

China debido a su constante crecimiento económico tiene una demanda bastante fuerte de productos primarios, en el sector agrícola los países de Brasil y Argentina son los principales proveedores de productos de soya en tanto que Chile y Perú juntos exportan casi el 80% de harina de pescado a China.

La realidad de nuestro país es distinta, alrededor del 80% del total de sus exportaciones a China corresponde al petróleo, actualmente China se ha convertido en uno de los 5 principales países de exportación de éste producto, la diferencia de la oferta ecuatoriana se centra en productos primarios, desechos y en menor cantidad los productos semielaborados.

Se debe tomar en cuenta que las ventajas comparativas ya no son la base de la exportación en el mundo, sino las ventajas competitivas, e incluso más allá, la efectividad de los países, que suma la competitividad de las empresas y la eficiencia del Estado. En el caso de nuestro país tanto las pequeñas como las grandes empresas tienen mucha dificultad de competir en un mercado dominado por las empresas transnacionales y multinacionales, que no solo tienen peso específico propio, sino que se apoyan mucho en sus mercados internos y en las políticas de sus gobiernos, para salir exitosamente a comercializar. La logística del comercio internacional está diseñada para atender a los grandes compradores y vendedores, con rutas, frecuencias, modos y medios de transporte, contenedores, servicios, normas y

procedimientos capaces de cubrir necesidades inmediatas de los grandes consumidores en condiciones de cantidad, calidad, precio y oportunidad de entrega.

En la actualidad ya no se vende el producto A o B, sino ese producto más todo lo que significa lo que ahora se conoce como “el producto total”, es decir la suma del producto más su envase, su empaque, la publicidad que lo acompaña, el prestigio de marca, la velocidad y capacidad de satisfacción de las necesidades del cliente y, si es del caso, el servicio posventa y en todo ello hay que lograr economías de costo hasta el sitio de entrega, para poder competir con ventaja frente al resto de competidores.

El mundo entero maneja normas y códigos internacionales que los exportadores, los productores, los abastecedores de éstos y los funcionarios de sus gobiernos deben saber y dominan, para poder ingresar con las mayores facilidades o las menores dificultades a ciertos mercados. De otra forma, un pequeño detalle puede hacer que se pierda una oportunidad de venta o, lo que es peor, un negocio ya realizado que no se volverá a repetir.

Por lo que, países como el Ecuador necesitan del trabajo conjunto, convergente y a largo plazo del sector público y el sector privado, para lograr el incremento de su oferta exportable, ya no como la suma de mercaderías ofrecidas en el territorio del país y que esperan clientes, sino como el conjunto de productos (bienes, servicios, tecnología) que están disponibles en el momento oportuno, al mejor precio y con la calidad requerida, donde los necesita el consumidor.

3.3. MATRIZ DE OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA ECUADOR EN CHINA

3.3.1. Definición de Metodología

Las exportaciones ecuatorianas hacia China bajo la “oferta potencial”, lo que permitirá es aumentar los volúmenes de exportación en beneficio del intercambio comercial bilateral.

En el presente estudio, y con base en elaboraciones estadísticas, se han calculado indicadores de medición de la complementariedad comercial para confirmar que los productos ecuatorianos pueden tener una mayor oportunidad en el mercado chino, para ello, se tomaron las exportaciones anuales ecuatorianas hacia el mundo durante el periodo 2011-2013, con partidas arancelarias a 2 y 6 dígitos del Sistema Armonizado, y los indicadores que se han aplicado para el estudio se encuentran agrupados de la siguiente manera:

- Crecimiento de las importaciones por producto de China.
- Crecimiento de la participación de un producto en el total de las importaciones de China.
- Crecimiento de las exportaciones por productos de Ecuador al mundo.

Teniendo claro estas variables, se calcularon 36 partidas arancelarias con un potencial como oferta exportable y, a partir de esto, se procedió a calcular los siguientes indicadores, para determinar cuál es el intercambio comercial entre Ecuador y China. Según García (2007) y Proecuador (2013):

1. Productos ecuatorianos con potencial en el mercado chino
2. Capacidad de Compra país de interés- Mundo
3. Capacidad de Compra país de interés – Ecuador
4. Número de Veces que China importa de Ecuador lo que exporta al mundo

Estos cuatro indicadores dan como resultado la posición y perspectiva competitiva de los productos exportables y que tienen verdadero potencial para el Ecuador en el mercado de China. Se debe tomar en cuenta que los datos obtenidos de los indicadores son referenciales, debido a que están basados en una metodología estadística.

3.3.1.1. Productos ecuatorianos con potencial en el mercado chino

Para éste cálculo se ha tomado en cuenta la publicación de la Guía Comercial de China elaborada por PROECUADOR en el año 2013, la misma que aporta en el desarrollo de esta tesis ya que nos permite realizar un análisis de los productos que tienen potencial para ser exportados a China basándose en datos cuantitativos y cualitativos.

Los datos cuantitativos recopilados tienen que ver con las exportaciones ecuatorianas al mundo y a China y las importaciones chinas del mundo y de Ecuador. Para los datos cualitativos se tomaron en consideración las tendencias de consumo del mercado chino y un análisis de productos que Ecuador produce y que países competidores los están ingresando con éxito en el mercado chino.

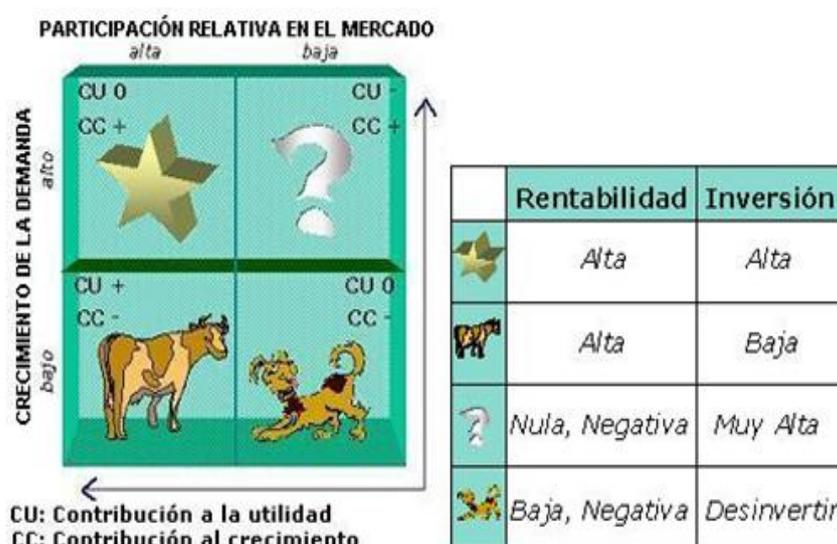
Boston Consulting Group (BCG) imaginó una representación gráfica del portfolio de productos de la empresa o conjunto de los sectores estratégicos en los cuales la empresa opera. La figura siguiente muestra que los productos de la empresa pueden ser clasificados en cuatro categorías, según dos ejes: el eje “participación relativa en el mercado”, que sirve para ubicar las ventas de la empresa en cada sector con respecto a las ventas de sus competidores

en dichos sectores, y el eje “crecimiento de la demanda”, que indica si se trata de un producto cuyo potencial ya ha sido explotado -crecimiento bajo- o está todavía por explotar -crecimiento alto.

Este análisis clasifica a los productos de una empresa en:

- Incógnitas o dilemas
- Estrellas
- Vacas lecheras
- Perros o pesos muertos

Figura 3.4. Análisis de productos



Fuente: magazine,2012

Productos Dilema: Ocupan una posición en el mercado que abarca una parte relativamente pequeña, pero compiten en una industria de gran crecimiento (existe poca participación y un gran crecimiento del mercado). Por regla general, estos productos necesitan mucho apoyo en promoción, pero generan poco efectivo (sus exportaciones son pequeñas aún). A estos productos se les debe poner especial atención y decidir si se los refuerza mediante una estrategia intensiva (penetración en el mercado, desarrollo del mercado o desarrollo del producto).

Productos Estrellas: Representan las mejores oportunidades para el crecimiento y la rentabilidad a largo plazo. Esta posición, que tiene una considerable parte relativa del mercado y una tasa elevada de crecimiento para la industria, debe captar inversiones para conservar o reforzar sus posiciones dominantes (realizar eventos de promoción). Estos

productos deberían considerar la conveniencia de las estrategias de la integración hacia adelante, hacia atrás y horizontal; la penetración en el mercado; el desarrollo del mercado; el desarrollo del producto y las empresas de riesgo compartido (socios en el país de destino).

Productos Vacas de Efectivo: Tienen una parte grande relativa del mercado, pero compiten en una industria o sector con escaso crecimiento. Muchas de las vacas de efectivo de hoy fueron estrellas con anterioridad. Los productos considerados vacas de efectivo se deben administrar de manera que se pueda conservar su sólida posición durante el mayor tiempo posible (presencia en feria en mercados maduros, efecto arrastre). En este sentido hay que aprovechar su posición para que ingresen otros productos, mientras mantenga una parte grande del mercado.

Peso muerto: Los productos ubicados en el cuadrante IV tienen una escasa parte relativa del mercado y compiten en una industria con escaso o nulo crecimiento del mercado; son los perros debido a su posición débil, interna y externa, estos productos con frecuencia son liquidados, descartados o recortados y no se invierte en eventos de promoción, salen solos del mercado. Cuando un producto se acaba de convertir en perro, la retirada expectante sin salir del todo puede ser la mejor estrategia a seguir, porque muchos perros han logrado resurgir después de mejoras en el sistema de producción, innovación y reducción de costos, y se han convertido en productos viables y rentables.

3.3.1.2. Capacidad de Compra país de interés- Mundo

De las 90 partidas arancelarias, con la aplicación de éste indicador se descartaron las partidas arancelarias que obtuvieron un valor menor a 1, cuya comparación se da entre la participación mundial frente a la participación relativa de éste producto. Quedaron solo las 20 partidas arancelarias cuyo resultado fue mayor a uno, y son las que tienen una capacidad de compra elevada de este producto.

3.3.1.3. Capacidad de Compra país de interés – Ecuador

La aplicación del mismo criterio del indicador anterior, de las 90 partidas arancelarias, sirve para revelar y reconocer la capacidad de compra que tiene el país interesado, en este caso China, hacia los productos ecuatorianos; se identificaron las partidas que tienen un mayor potencial para este mercado, en donde las partidas arancelarias con un resultado mayor a uno tienen grandes oportunidades y capacidades de compra de una manera considerable.

3.3.1.4. Número de veces que China importa del mundo en relación a las exportaciones de Ecuador

Este indicador nos presenta el número de veces que un producto es comprado por China en otros mercados diferentes a Ecuador y que comparativamente podría hacerlo desde Ecuador. De esta manera se estima el potencial que tiene un determinado producto ecuatoriano para ser comercializado en el mercado chino, por lo que la posibilidad de ampliar o de invertir en esta partida se vuelve tentadora.

Tabla 1.2. Indicadores

NOMBRE DE INDICADOR	FÓRMULA	CONDICIÓN DESEADA
<i>Capacidad de Compra País de interés</i> * Mundo	$CCih = \frac{Mih}{Mi} \cdot \frac{Mh}{M}$	> 1
<i>Capacidad de Compra País de interés</i> * Ecuador	$CCihe = \frac{Mih}{Mi} \cdot \frac{Meh}{Me}$	> 1
<i>Número de veces que China importa lo que exporta Ecuador al mundo</i>	$Nv = Mpcj / Xej$	> 1

Elaborado por la Autora

Nota: *Estos indicadores fueron tomados de varios estudios para conocer la potencialidad de los productos en un mercado, tomado como base del Tratado de Libre Comercio entre USA y Centroamérica, elaborado por Ricardo Monge de Costa Rica.

Según Proecuador, la oferta exportable de Ecuador tiene mucho potencial, en este contexto, los productos con mayor potencial a corto y mediano plazo a introducirse en China son:

Tabla 3.3. Productos potenciales en el mercado chino

SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN
2401.10	tabaco sin desvenar o desnervar	Dilemas
0902.40	te negro fermentado y te parcialmente fermentado	Dilemas
0910.10	jengibre	Dilemas
6307.90	los demás, artículos confeccionados	Dilemas
6116.91	los demás guantes de punto, de lana o de pelo fino	Dilemas
0803.00	bananas o plátanos, frescos o secos	Estrellas
0306.13	camarones, langostinos, quisquillas	Estrellas
2009.80	jugo de las demás frutas o de legumbres u hortalizas	Estrellas
2008.91	palmitos, preparados o conservados o con alcohol	Estrellas
0804.50	guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	Estrellas
8411.99	las demás turbinas de gas, partes y piezas	Estrellas
2008.99	las demás frutas preparadas o en conserva, al natural o en almíbar	Estrellas
2007.99	las demás compotas, jaleas, mermeladas, purés y pastas de frutas	Estrellas
0811.90	otras frutas congeladas	Estrellas
0302.69	los demás pescados frescos o refrigerados, excluye filetes, hígados	Estrellas
1801.00	cacao en grano, entero o partido crudo o tostado	Estrellas
0710.80	las demás legumbres y hortalizas	Estrellas
0303.79	los demás pescados congelados, excluidos filetes, hígados, huevas	Estrellas
1605.20	camarones, langostinos, quisquillas y gambas preparados o conservados	Estrellas
1008.90	los demás cereales	Estrellas
0303.44	patudos o atunes ojo grande thunnus obesus, congelados	Estrellas
0302.34	patudos o atunes ojo grande thunnus obesus, frescos o refrigerados	Estrellas
0302.39	los demás atunes, frescos o refrigerados, excluido los hígados, huevas	Estrellas
4205.00	las demás manufacturas de cuero natural o de cuero artificial	Estrellas
0710.29	otras legumbres desvainadas, cocidas, congeladas	Estrellas
0604.91	partes de planta, sin flores ni capullos para ramos o adornos, frescos	Estrellas
1902.19	las demás pastas alimenticias sin cocer, rellenar ni preparar	Estrellas
0302.32	atunes de aleta amarilla, frescos o refrigerados, excluido hígados	Estrellas
4201.00	artículos de talabartería y guarnicionería para caballos	Estrellas
7117.90	la demás bisutería	Estrellas
6205.30	camisas de fibras sintéticas o artificiales, para hombres	Estrellas
1804.00	manteca, grasa y aceite de cacao	Estrellas
6505.90	los demás sombreros y tocados, de punto, encaje, fieltro	Estrellas
2918.22	ácido o- acetilsalicílico, sus sales	Estrellas
8431.39	las demás partes identificables como destinadas a las máquinas de carga	Estrellas
8412.90	partes y piezas de motores y maquinas motrices	Estrellas

Tabla 3.3. (cont.)

1805.00	cacao en polvo sin azucarar ni edulcorar de otro modo	Estrellas
3301.29	los demás aceites esenciales, excepto los de agrío	Estrellas
0813.40	los demás frutos secos	Estrellas
1806.90	los demás chocolates y demás preparaciones alimenticias que contengan	Estrellas
6214.20	chales	Estrellas
1212.99	los demás productos vegetales empleados principalmente en alimentación	Estrellas
9018.90	los demás instrumentos y aparatos de la medicina, cirugía, odontología	Estrellas
8481.80	los demás artículos de grifería y órganos similares	Estrellas
6110.20	suéteres, jerséis, pullovers, cardigans, chalecos y artículos similares	Estrellas
0810.90	otros frutos frescos	Estrellas
8708.99	las demás partes y accesorios de vehículos automóviles	Estrellas
6110.30	suéteres, jerséis, pullovers, cardigans, chalecos y artículos similares	Estrellas
1806.20	las demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, con un peso	Estrellas
0714.90	las demás raíces y tubérculos similares ricos en féculas o en inulina	Estrellas
4901.99	los demás libros, folletos e impresos similares	Estrellas
2005.51	alubias desvainadas, preparadas o conservadas, excepto en vinagre	Estrellas
6214.30	chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas velos y artículos similares	Estrellas
1106.30	harina, sémola y polvo de los productos del capítulo 08	Estrellas
6301.20	mantas de lana o de pelo fino (excepto las eléctricas)	Estrellas
6506.99	los demás sombreros y tocados, de las demás materias	Estrellas
6103.31	chaquetas (sacos), de punto, para hombres	Estrellas
4202.92	los demás continentes con superficie exterior de hojas de plásticos	Estrellas
8483.90	partes de árboles transmisión, cajas de cojinetes, engranajes, reductores	Estrellas
8708.29	las demás partes y accesorios de carrocería, incluidas las cabinas	Estrellas
8205.59	las demás herramientas de mano (incluidos los diamantes de vidriero)	Estrellas
6102.10	abrigo, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares	Estrellas
8419.90	los demás aparatos y dispositivos para licuefacción de aire o gases	Estrellas
8422.90	partes de máquinas y aparatos para limpiar, secar, llenar o cerrar	Estrellas
6205.20	camisas de algodón, para hombres	Estrellas
4202.21	bolsos de mano, con la superficie exterior de cuero natural, de cuero	Estrellas
9702.00	grabados, estampas y litografías originales	Estrellas
2103.90	las demás preparaciones para salsas y salas preparadas	Estrellas
6201.11	abrigo, impermeables, chaquetones, capas y artículos similares de lana	Estrellas
2202.10	agua, incluida el agua mineral y la gasificada azucarada, edulcorada	Estrellas

Tabla 3.3. (cont.)

7318.29	los demás artículos sin roscar, de fundición, de hierro o de acero	Estrellas
7318.15	los demás tornillos y pernos, incluso con sus tuercas y arandelas	Estrellas
8421.29	los demás aparatos para filtrar el aceite de los motores de embolo	Estrellas
9032.89	los demás instrumentos y aparatos automáticos para la regulación	Estrellas
8431.43	partes de máquinas o aparatos de sondeo o de perforación	Estrellas
6202.12	abrigo, impermeables, chaquetones, capas y artículos similares	Estrellas

Elaborado por la Autora

Fuente: Centro de Comercio Internacional/ Trademap (2013)

3.4. LISTA DE PRODUCTOS DE COMPLEMENTARIDAD COMERCIAL DE INTERÉS DE EXPORTACIÓN PARA ECUADOR

El siguiente cuadro es un consolidado de la oferta exportable ecuatoriana que se trabajó en base a 2 dígitos del Sistema Armonizado, en donde se han identificado 36 subpartidas con China.

Tabla 3.4. Número de subpartidas de complementariedad comercial, Exportación Ecuador - China (en miles de USD)

No. Subpartidas	Concepto	China importa desde Ecuador	Ecuador exporta hacia el mundo	China importa desde el mundo
		Promedio Años 2011-2013	Promedio Años 2011-2013	Promedio Años 2011-2013
36	Complementariedad actual y potencial	762.917	22.733.314	1.192.783.512

Elaborado por la Autora

Fuente: Centro de Comercio Internacional/ Trademap (2014)

Después de realizar este análisis se puede deducir que la oferta exportable, en cuanto a sectores y productos en el mercado chino se define en base al indicador del número de veces que un producto es comprado por el mercado chino.

Los productos que obtuvieron la mayor posibilidad para ser exportados son los siguientes:

3.4.1. Pitahaya

Cuya partida arancelaria es la 0810904000, también conocida como la Fruta del Dragón, o fruta de Chilín (animal legendario de China con aspecto similar a la del dragón), o

fruta de nido de pájaro (por la textura de la fruta), a pesar de ser una fruta que se cultiva localmente, su potencialidad de crecimiento es relevante, ya que sigue siendo una fruta bastante exótica en el mercado chino, se encuentra principalmente en el Sudeste de Asia, debido a que es una fruta que crece en climas tropicales secos y con lluvias moderadas.

Según Proecuador en China, la fruta crece generalmente en la parte sur del país, principalmente en las provincias de Fujian, Guangdong, Guangxi y Hainan. Dentro del mercado chino, se encuentran tres tipos de pitahaya, la primera es de cáscara roja y pulpa blanca, la segunda es de cáscara roja y pulpa roja y la tercera es de cáscara amarilla con pulpa blanca.

Figura 3.5. Pitahaya



Fuente: (Proecuador, 2014)

La producción de ésta fruta en China fue solamente de 130,000 toneladas en el año 2013, cantidad que no podría satisfacer la demanda local de éste mercado. Es por ello que China importó aproximadamente un valor de 409,936 durante el año 2013, lo que significa un aumento del 20,45% con relación al año 2012.

Tabla 3.5. Evolución de las importaciones de pitahaya realizada por China al mundo desde el 2009 al 2013 (en miles de USD)

Código	Descripción del producto	Valor importado en 2009	Valor importado en 2010	Valor importado en 2011	Valor importado en 2012	Valor importado en 2013
'08109080	Dragon fruit, fresh	94.336	105.300	199.144	326.101	409.936

Elaborado por la Autora

Fuente: Centro de Comercio Internacional/ Trademap (2014)

Gracias a las preferencias arancelarias (tarifa: 0) entre países de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN por sus siglas en inglés) y debido a la alta producción y menor costo de mano de obra; Vietnam se convierte en el mayor exportador de pitahaya a China, ocupando el 99% de las importaciones de ésta fruta al gigante asiático.

Tabla 3.6. Principales países exportadores de pitahaya a China desde el 2009 al 2013 (en miles de USD)

Descripción del producto	Exportadores	Valor importada en 2009	Valor importada en 2010	Valor importada en 2011	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013
'08109080 Dragon fruit, fresh	Viet Nam	94.304	105.297	199.120	326.039	409.836
	Taipei Chino	0	3	24	62	99
	Malasia	0	0	0	0	1
	Tailandia	32	0	0	0	0

Elaborado por la Autora

Fuente: Centro de Comercio Internacional/ Trademap (2014)

La pitahaya está llena de nutrientes, incluyendo hierro, vitamina A, B, C, E y proteínas. Esto es recomendado por los doctores chinos a los pacientes para prevenir enfermedades de la vista, colesterol alto, cáncer colon-rectal y otras enfermedades.

La fruta del dragón es popular entre los jóvenes chinos, muchos de ellos creen que puede ayudar a mantener la figura y disminuir manchas en la piel.

Debido a su aspecto, la pitahaya es también llamada en China “Ji Xiang Guo” lo cual significa “Auspicioso” en mandarín. Los chinos tienen la costumbre de comprar canastas de frutas como regalos durante el año nuevo chino; la pitahaya se elige generalmente como uno de los frutos en la canasta para mostrar buenos deseos a los destinatarios.

En la “festividad de las pitahayas” que se celebró el día 19 de julio de 2014 en el sur de China, una caja que contenía 2 pitahayas amarillas se convirtió en un artículo de subasta por su escasa oferta, y se vendió a USD\$ 13,050. Los medios de comunicación comentaron que estas dos pitahayas amarillas fueron cultivadas por un laboratorio de una finca en Cantón, después de un año de cultivación, y que cada planta sólo da dos frutas por año.

Como se puede observar en la tabla 3.6 Ecuador tiene una exportación de este producto bastante limitada a comparación de los países que exportan a China o al total de la demanda que China tiene de este producto, pero se convierte en una opción bastante atractiva para innovar en este mercado debido a la calidad de éste producto que es distinta a los que ofertan los países de Asia.

Tabla 3.7. Evolución de las exportaciones de pitahaya del Ecuador al mundo desde el 2009 al 2013 (en miles de USD)

Código	Descripción del producto	Valor exportado en 2009	Valor exportado en 2010	Valor exportado en 2011	Valor exportado en 2012	Valor exportado en 2013
'0810904000	Tamarindos, peras de marañón [merrey , cajuil, anacardo, "cajú"], frutos del árbol del pan, litchis, sapotillos, frutos de la pasión, carambolas, pitahayas y demás frutos comestibles, frescos	126	193	319	438	767

Elaborado por la Autora

Fuente: Centro de Comercio Internacional/ Trademap (2014)

Tabla 3.8. Comercio bilateral entre Ecuador y China, producto 0810904000 pitahaya

Código del producto	Descripción del producto	Ecuador exporta hacia China			Ecuador exporta hacia el mundo		
		Valor en 2011	Valor en 2012	Valor en 2013	Valor en 2011	Valor en 2012	Valor en 2013
'0810904000	Tamarindos, peras de marañón [merrey, cajuil, anacardo, "cajú"], frutos del árbol del pan, litchis, sapotillos, frutos de la pasión, carambolas, pitahayas y demás frutos comestibles, frescos	1	0	17	319	438	767

Elaborado por la Autora

Fuente: Centro de Comercio Internacional/ Trademap (2014)

3.4.1.1. Ventajas que tiene Ecuador para incursionar en la oferta exportable de éste producto a China

- Debido a su baja producción, China, no puede abastecer totalmente la demanda local de pitahaya; la misma que sigue creciendo debido a que cada vez más personas se dan cuenta del valor nutricional de ésta fruta; especialmente en aquellas áreas donde la gente presta más atención a la dieta y cuentan con poder adquisitivo para pagar el precio de frutas importadas.
- Vietnam es el principal exportador de pitahaya a China, sin embargo, su tipo de pitahaya es diferente a la del Ecuador, por lo cual no existe una competencia directa en el mercado.

- Aunque la pitahaya de Vietnam goza de preferencias arancelarias con China, tal como es el caso de banano de las Filipinas; la Pitahaya ecuatoriana también puede aprovechar algunas de las oportunidades de mercado en China debido a su mejor calidad y sabor.
- En países asiáticos como Tailandia, Vietnam, Filipinas y el sur de China, se cultivan pitahayas con cáscara roja, su peso varía desde 150 a 600 gramos y podrían llegar a pesar hasta 1 kilo, sin embargo la mayor demanda actual es por la pitahaya amarilla debido a su alto contenido nutricional, factor fundamental de compra, la misma que es su mayoría es importada desde Colombia, y se venden a precios muy altos en internet, entre USD\$ 9 y USD\$ 20 cada una.
- Ecuador tiene la ventaja de presentar la variedad de la cáscara amarilla, con una pulpa más jugosa y dulce que la pitahaya rosada local por lo cual existe gran interés por compañías locales sobre su importación a China debido a la gran demanda que existe por este producto.

3.4.2. Tapioca

Otra de las opciones que tiene nuestro país para exportar un producto no tradicional y el cual tiene una demanda bastante alta el país de China es la tapioca.

Según Proecuador en China existe un tipo de bebidas que supera en popularidad a las bebidas gaseosas de occidente, el té con perlas de tapioca es considerado una bebida nacional por su popularidad. La bebida conocida como “Té de burbujas” (珍珠奶茶) es una bebida originaria de China/Taiwán, se caracteriza por sus burbujas o perlas de tapioca de sabor dulce y masticable que reposan en el fondo del vaso de la bebida preparada con té y leche, y desde la época de los ochenta ha ganado popularidad en toda China y otros países del Asia.

El té con burbujas es una bebida que se consume tanto fría como caliente, lo cual la convierte en una gran opción en época de calor y frío, dado que las burbujas de tapioca son del tamaño de canicas, esta se consume con un sorbete de mayor diámetro del que se acostumbra en Ecuador. Las burbujas tienden a ser de color negro luego de su cocción y su sabor y consistencia depende de la cantidad de yuca, raíces de casabe y azúcar morena con la cual se fabricó.

Tan popular es el consumo de este tipo de bebidas en China que las principales cadenas internacionales de comida rápida las ofrecen en sus menús. Las siguientes imágenes

muestran varios productos que incluyen perlas de tapioca en McDonald's y Kentucky Fried Chicken (KFC).

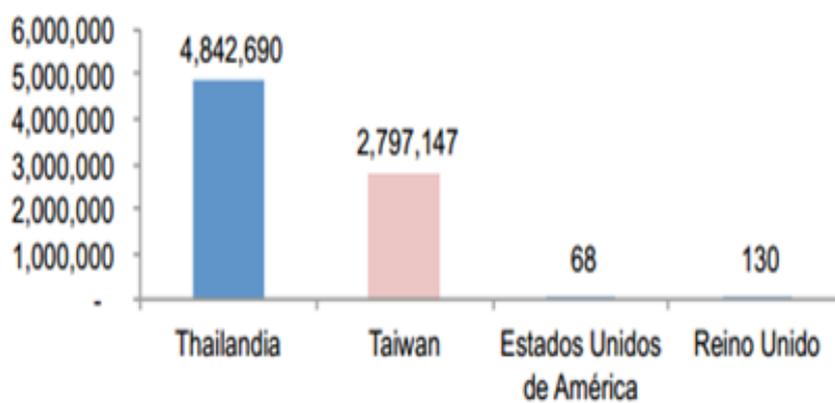
Figura 3.6. Tapioca



Fuente: (Proecuador, 2014)

Las estadísticas de las Aduanas Chinas muestran que durante el año 2013 China importó más de 6 mil toneladas de Tapioca y sustitutos preparados de almidón en copos u otras presentaciones (Código HS 1903.00), siendo Tailandia su principal proveedor con un total de 4,842 TN3 durante el periodo enero - octubre 2013.

Figura 3.7. Importaciones chinas de tapioca y sustitutos (HS1903.00) / Volumen Kg



Fuente: (Proecuador, 2014)

Ecuador exporta más del 90 % de su producción de tapioca a Estados Unidos, durante el 2013 las exportaciones a dicho mercado alcanzaron las 10 toneladas, un 33% más que lo exportado durante el 2012.

Dependiendo de la calidad de las perlas de tapioca su precio puede alcanzar un valor entre USD 1 y USD 4 dólares la libra. La tapioca ha alcanzado una gran popularidad entre los consumidores asiáticos, de manera especial entre los jóvenes.

El mayor uso de este ingrediente en occidente es en la industria alimentaria, la tapioca es utilizada en sopas, alimentos de bebés, dulces, mientras que en oriente su popularidad es gracias a su utilización como un complemento de las bebidas.

Ecuador al ser un país productor de yuca, puede encontrar una oportunidad para este nicho de mercado, convirtiéndose en una buena forma de añadir valor agregado a un producto que ya se está exportando, aunque en la actualidad la exportación de dicho producto a China es casi nula se puede ofertar el mismo ya que su demanda en China es alta y así se puede diversificar la exportación y no solo realizarlo a Estados Unidos.

Tabla 3.9. Comercio bilateral entre Ecuador y China, producto 190300 tapioca

Código del producto	Descripción del producto	Ecuador exporta hacia China				China importa desde el mundo		
		Valor 2013, en miles US\$	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2009-2013, %, p.a.	Participación en las exportaciones de Ecuador, %	Arancel equivalente ad valorem aplicado por China a Ecuador	Valor 2013, en miles US\$	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2009-2013, %, p.a.	Participación en las importaciones mundiales, %
'190300	tapioca y sus sucedáneos preparados con fécula, en copos, grumos	0		0	15	8632	45	10,5

Código del producto	Descripción del producto	Ecuador exporta al mundo			Comercio potencial indicativo en miles de USD
		Valor 2013, en miles US\$	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2009-2013, %, p.a.	Participación en las exportaciones mundiales, %	
'190300	tapioca y sus sucedáneos preparados con fécula, en copos, grumos	59	17	0,1	59

Elaborado por la Autora

Fuente: Centro de Comercio Internacional/ Trademap (2014)

3.4.3. Café

Según Proecuador la creciente demanda de café dentro del mercado chino, que tradicionalmente estaba enfocado al consumo de té, ha sido capturado por marcas

internacionales de renombre, sin embargo este crecimiento presenta una gran oportunidad para el excelente café de aroma ecuatoriano ya que nuestro país posee una gran capacidad como productor de café y es uno de los pocos países en el mundo que exporta todas las variedades de café: arábigo lavado, arábigo natural y robusta, ésto debido a su ubicación geográfica y a los diferentes ecosistemas que posee Ecuador permiten que los cultivos de café se den a lo largo y ancho del país llegando a cultivarse inclusive en las Islas Galápagos pero se debe recalcar que la zona de Jipijapa, en la provincia de Manabí ha sido uno de los lugares preponderantes en los cuales se cultiva este producto.

La producción del café arábigo se da desde marzo hasta octubre, mientras la de robusta se da desde febrero hasta noviembre.

Ecuador produce uno de los mejores cafés de América del Sur y los más demandados en Europa lo que le ha permitido obtener varios reconocimientos a nivel internacional, los destinos de las exportaciones de café en los últimos 5 años han sido: Colombia, Alemania, Polonia y Rusia.

Figura 3.8. Café



Fuente: (Proecuador, 2014)

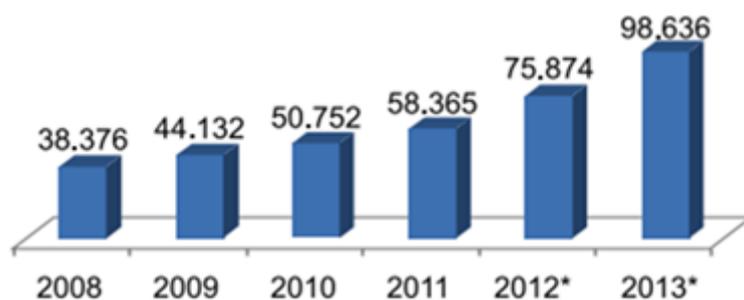
China, el segundo mayor mercado de bebidas, alcanzó un consumo de café de 100,000 toneladas en el 2013 según Estadísticas de Yunnan General Coffee Co. Ltd,

De acuerdo a la empresa Mintel del Reino Unido, el número de tiendas de café en China han aumentado de 15,800 en el 2007 a cerca de 31,780 en el 2012. Starbucks fue una de las primeras empresas en ingresar (año 1999), actualmente la empresa tiene 800 tiendas en 58 ciudades chinas y se espera que para finales del 2015 sean 1,500 tiendas en 70 ciudades, lo que refleja un crecimiento en el consumo de café en China a un ritmo anual del 10% – 15%.

Para el año 2012 el consumo de café en China sobrepasó las 70,000 toneladas y en el 2013 se alcanzó aproximadamente 98,000 toneladas, este creciente fenómeno de consumo ha

impulsado la producción local, de manera especial en la provincia de Yunnan quienes están conscientes del crecimiento en la demanda de este producto, pero es importante resaltar que para el paladar chino la preferencia en el consumo de café se inclina hacia las marcas internacionales.

Figura 3.9. Consumo de café en China (toneladas)



Fuente: Datos de Yunnan General Coffee Company

* Estadísticas Proyectadas

Las influencias del consumo occidental se transforman en moda y status, por esta razón el perfil del consumidor se inclina hacia los jóvenes de ingresos altos y hacia los ejecutivos de grandes ciudades como Beijing y Shanghái en quienes predomina la moda y la imagen más que el gusto del sabor del café y a quienes generalmente están dirigidas las campañas publicitarias, son los que se encuentran más atentos a las tendencias que llegan a este país; mientras que el grupo de consumidores de edad avanzada, mantienen su fidelidad hacia la cultura tradicional de consumo del té.

Algunas cafeterías se están expandiendo rápidamente y ciertos productores de café ya se encuentran interesados en obtener las mayores ganancias del mercado de consumo de alimentos más grande del mundo. No obstante, el sabor tradicional del café no es muy popular en China, ya que suele relacionarse con ciertos remedios tradicionales, por lo que la oferta se ha adaptado a los gustos y preferencias de los consumidores, optando por ofrecer también sabores más suaves.

Otro dato importante sobre el consumo de café en China, es la gran acogida que ha tenido el café instantáneo gracias a su fácil uso para un mercado que no tiene mayor conocimiento sobre la preparación de café. Según datos de la revista Beijing Review de abril 2013, el mercado chino representa para la empresa Nestlé y su producto Nescafé el quinto principal mercado, en valor de ventas.

Parte del encanto de tomar café en China, se debe a que al ser considerado un producto caro y lujoso permite a las personas demostrar su estatus social, más que un hábito de consumo. Existe una gran capacidad de comprar e interés por parte del mercado chino de conseguir diferentes calidades de café, tomando en cuenta que el crecimiento continuo del gasto en consumo de este producto se convierte en una oportunidad para nuestro país ya que a través del excelente sabor y aroma del café ecuatoriano se puede competir en este mercado, a pesar de que nuestra relación comercial con China en este producto no es muy buena ya que la exportación en el año 2013 ha sido inferior al año 2012.

Tabla 3.10. Comercio bilateral entre Ecuador y China, producto 0901 café

Código del producto	Descripción del producto	Ecuador exporta hacia China			China importa desde el mundo		
		Valor en 2011	Valor en 2012	Valor en 2013	Valor en 2011	Valor en 2012	Valor en 2013
'090121	café tostado sin descafeinar	0	17	3	22603	31211	35244
'090122	café tostado descafeinado	0	0	0	8016	9476	7944
'090190	los demás cafés y sucedáneos	0	0	0	42	45	25
'090111	café sin tostar, sin descafeinar.	0	0	0	98927	127785	97693
'090112	café sin tostar, descafeinado.	0	0	0	262	254	125

Código del producto	Descripción del producto	Ecuador exporta hacia el mundo			Comercio potencial indicativo		
		Valor en 2011	Valor en 2012	Valor en 2013	Potencial en 2011	Potencial en 2012	Potencial en 2013
'090121	café tostado sin descafeinar	64	123	989	64	106	986
'090122	café tostado descafeinado	0	26	0	0	26	0
'090190	los demás cafés y sucedáneos	120	210	186	42	45	25
'090111	café sin tostar, sin descafeinar.	115165	74830	28065	98927	74830	28065
'090112	café sin tostar, descafeinado.	0	0	0	0	0	0

Elaborado por la Autora

Fuente: Centro de Comercio Internacional/ Trademap (2014)

3.4.4. Pulpas de frutas

Ecuador posee una gran variedad de frutas no tradicionales dentro de su oferta exportable la misma que ha ido creciendo en los últimos 4 años y los destinos a los cuales más se exporta son Estados Unidos, Japón y a Europa.

Aunque China no está considerada entre los países de mayor exportación, según Proecuador las pulpas de fruta buscan ahorrar tiempo y ser el mejor aliado de los consumidores en China.

El creciente incremento de 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 ecuatorianas conquisten el mercado chino a través de su calidad y variedad.

Figura 3.10. Jugo de frutas



Fuente: (Proecuador, 2014)

Los constantes problemas relacionados a la seguridad alimenticia han ocasionado que la población china preste mucha atención a los productos que consume. Por ésta y otras razones la demanda de productos orgánicos e importados sigue aumentando. Productos bajos en calorías, sin azúcares, y naturales ocuparán un mercado cada vez más grande en China a medida que su población refine su consumo.

Actualmente en Beijing existe un sinnúmero de cadenas que comercializan jugos naturales, los jugos en estas tiendas tienen un precio promedio de USD 3 a USD 4. Lo particular de estas tiendas es que ellos asean, pelan y pican las frutas en el momento que el cliente compra la bebida. Todo el proceso puede ser observado por los clientes a fin de dar

garantías de la calidad del producto final, si bien este proceso no es nuevo, dada la magnitud del mercado, la preparación de un jugo puede tomar un tiempo bastante considerable. En muchas de las tiendas se pueden encontrar hasta 6 personas preparando los jugos en un espacio reducido, lo cual dificulta la agilidad del servicio.

En el 2013 China importó 26 mil toneladas de pulpas de frutas (HS 2008.99, Las demás frutas y demás partes de plantas, preparadas o conservadas), esto significó un incremento, en relación con las 22 mil toneladas importadas en el 2011. Es importante recalcar que los productos que se exportan a China son difíciles de encontrar en el mercado local. Naranja, maracuyá, guayaba, guanábana, tomate de árbol y similares son los productos con mayor potencial.

Figura 11 Frutas no tradicionales



Fuente: (Canstockphoto.es)

La pulpa de una fruta ecuatoriana puede llegar a ser el ingrediente perfecto en este tipo de negocios, ya que se presenta como una opción sana y llamativa debido a su origen y variedad de sabores. El trabajar con pulpas de frutas permitiría a las tiendas hacer más eficiente su negocio, reducir su personal y aumentar su oferta de sabores.

Se espera que en el corto plazo las empresas chinas se decidan por este tipo de productos a medida que más hoteles, restaurantes y cadenas de jugos los utilicen.

De igual manera se visualiza un futuro prometedor para las pulpas de frutas en perchas de supermercados, a medida que la economía china crece a pasos agigantados, el tiempo para la preparación de alimentos se vuelve cada vez menor. Este producto aún desconocido en el

mercado chino podrá ganar terreno siempre y cuando garantice frescura y salud para los consumidores.

Tabla 3.11. Comercio actual y potencial entre Ecuador y China en el 2013, producto 2008, frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas preparado

Código del producto	Descripción del producto	Ecuador exporta hacia China			
		Valor 2013, en miles US\$	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2009-2013, %, p.a.	Participación en las exportaciones de Ecuador, %	Arancel equivalente ad valorem aplicado por China a Ecuador
'200899	las demás frutas preparadas o en conserva, al natural o en almíbar.	31	-4	0,1	15,7

Código del producto	Descripción del producto	China importa desde el mundo		
		Valor 2013, en miles US\$	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2009-2013, %, p.a.	Participación en las importaciones mundiales, %
'200899	las demás frutas preparadas o en conserva, al natural o en almíbar	65323	58	2

Código del producto	Descripción del producto	Ecuador exporta hacia el mundo			Comercio potencial indicativo en miles de USD
		Valor 2013, en miles US\$	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2009-2013, %, p.a.	Participación en las exportaciones mundiales, %	
'200899	las demás frutas preparadas o en conserva, al natural o en almíbar .	23709	3	0,8	23678

Elaborado por la Autora

Fuente: Centro de Comercio Internacional/ Trademap (2014)

3.4.5. Cuero

Otro de los productos que Ecuador puede exportar a China es el cuero debido a su alta demanda de materia prima, según Proecuador, China es mundialmente el país número uno en términos de volumen y producción de zapatos, marroquinería, carteras y accesorios elaborados a partir del cuero. Aproximadamente produce 7.75 billones de pies cuadrados de piel al año, es decir, el 20% de la producción de cuero a nivel mundial. Manufactura 10 billones de pares de zapatos y 70 millones de prendas de cuero cada año, en sus fábricas alrededor del país, donde más de la mitad del cuero que utilizan es importado.

Figura 3.12. Artículos de cuero



Fuente: (Procuador, 2014)

Las provincias donde la industria del cuero se encuentran concentrada son: Guangdong, Fujian y Zhejiang. Guangdong es una provincia reconocida por sus fábricas de zapatos, y marroquinería: Huadu, una ciudad de ésta provincia que cuenta con una población de solamente 677,100 personas, donde están asentadas 5,000 fábricas de productos de cuero. Se dice que el 50% de la marroquinería exportada a Europa de calidad media, fue elaborada en Huadu y el 70% de los productos de cuero elaborados en Shenzhen, otra ciudad de la provincia de Guangzhou, son de exportación.

Una fábrica de zapatos de tamaño mediano brinda trabajo a 300 personas, produciendo mensualmente 70,000 pares de zapatos, usando aproximadamente 20,000 pies de cuero de vaca. En el 2007, según la Asociación de la Industria del cuero en China (CLIA), el 52% del calzado mundial fue fabricado en China.

Los principales proveedores de China son Estados Unidos, Italia, Argentina, Uruguay y Brasil. Pakistán e India han comenzado a tomar lugares de importancia, ya que ellos pueden proveer cuero de búfalo, el cual tiene un precio mucho menor que el del cuero de vaca.

Figura 3.13. Valor de importaciones de cuero

	VALOR DE IMPORTACIÓN DE CUERO			
	2011	2012	2013	2014 (Enero-Abril)
	Valor (USD)	Valor (USD)	Valor (USD)	Valor (USD)
4107920090 Cueros preparados después del curtido y del secado	1,230'929,909	1,267'916,088	1,369'733,30	141,889,257

Elaboración: OCE Shanghai

Fuente: Página oficial de la Aduana China, customs info

Para el mercado chino, al momento de tomar la decisión de compra, el peso está en la calidad de su superficie y la exactitud de la medida en pies. Sin embargo, el porcentaje de aprovechamiento, generalmente es del 85% mínimo, por lo cual es también un factor de gran importancia. El cuero terminado en el sistema arancelario chino se ha registrado con el código 410.792.00.90 y la actual tasa arancelaria para la importación es de 50%, adicionalmente de un 17% del IVA.

Los miles de millones de dólares de cuero que importa China anualmente, nos permite concluir que el auge de los productos realizados en cuero, tiene una demanda mundial importante que tenderá a incrementarse.

Tabla 3.2. Comercio actual y potencial entre Ecuador y China en el 2013, producto 4107, cuero y pieles

Código del producto	Descripción del producto	Ecuador exporta hacia China			China importa desde el mundo		
		Valor en 2011	Valor en 2012	Valor en 2013	Valor en 2011	Valor en 2012	Valor en 2013
'410792	Trozos, hojas o placas de cueros preparados después del curtido o del secado	0	0	0	1230930	1269210	1369452
Código del producto	Descripción del producto	Ecuador exporta hacia el mundo			Comercio potencial indicativo		
		Valor en 2011	Valor en 2012	Valor en 2013	Potencial en 2011	Potencial en 2012	Potencial en 2013
'410792	Trozos, hojas o placas de cueros preparados después del curtido o del secado	0	0	49	0	0	49

Elaborado por la Autora

Fuente: Centro de Comercio Internacional/ Trademap (2014)

3.5. PRODUCTOS QUE SE PUEDEN EXPORTAR A CHINA

Los productos que tienen mayor posibilidad de ser exportados son los que se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 3.13. Productos con potencial de crecimiento de exportación a China

Código del producto	Descripción del producto	Exportaciones de Ecuador a China - Miles de USD	Importaciones de China del mundo - Miles de USD
		Promedio Años 2011-2013	Promedio Años 2011-2013
TOTAL	Todos los productos	762.807	1.040.046.598
'27	Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación	524.087	301.177.830
'23	Residuos ,desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos para animales	46.163	3.268.168
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	47.041	5.689.892
'74	Cobre y manufacturas de cobre	41.152	53.049.487
'26	Minerales, escorias y cenizas	20.603	144.276.957
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	18.839	3.645.263
'44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	32.419	16.515.811
'18	Cacao y sus preparaciones	10.892	647.799
'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	8.654	70.677.536
'76	Aluminio y manufacturas de aluminio	6.785	9.358.839
'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	996	7.331.459
'96	Manufacturas diversas	2.933	1.257.871
'20	Prep.de legumbres ,hortalizas, frutos o de otras partes de plantas	653	626.175
'06	Plantas vivas y productos de la floricultura	367	146.362
'05	Los demás produc.de origen animal, no comprendidos en otros capítulos	528	457.476
'21	Preparaciones alimenticias diversas	358	1.012.318
'85	Máquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	96	390.597.895
'53	Las demás fibras textiles vegetales; hilados y tejidos de papel	45	685.557
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	160	11.803.460
'47	Pasta de madera o de otras materias fibrosas celulósicas; papel..	38	17.820.445

Elaborado por la Autora

Fuente: Centro de Comercio Internacional/ Trademap (2014)

3.5.1. Complementariedad comercial con China

Tabla 3 Complementariedad comercial con China veces Import/Export

Código del producto	Descripción del producto	Exportaciones de Ecuador a China	Ecuador exporta al mundo	China importa desde el mundo	Número de veces
		Promedio Años 2011-2013	Promedio Años 2011-2013	Promedio Años 2011-2013	China - Ecuador
'27	Combustibles minerales,aceites minerales y prod.de su destilacion	524.087	13.604.407	301.177.830	0
'23	Residuos,desperdicios de las industrias alimentarias;ali.para animales	46.163	166.667	3.268.168	0
'03	Pescados y crustaceos, moluscos y otros invertebrados acuaticos	47.041	1.730.626	5.689.892	0
'74	Cobre y manufacturas de cobre	41.152	55.822	53.049.487	0
'26	Minerales, escorias y cenizas	20.603	49.960	144.276.957	0
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	18.839	2.333.863	3.645.263	0
'44	Madera, carbon vegetal y manufacturas de madera	32.419	229.892	16.515.811	0
'18	Cacao y sus preparaciones	10.892	522.470	647.799	0
'39	Materias plasticas y manufacturas de estas materias	8.654	145.824	70.677.536	0
'76	Aluminio y manufacturas de aluminio	6.785	35.285	9.358.839	0
'41	Pieles (excepto la peleteria) y cueros	996	12.136	7.331.459	0
'96	Manufacturas diversas	2.933	23.488	1.257.871	0
'20	Prep.de legumbres,hortalizas,frutos o de otras partes de plant.	653	232.662	626.175	0
'06	Plantas vivas y productos de la floricultura	367	767.237	146.362	0
'05	Los demas produc.de orig.animal,no comprendidos en otros capitulos	528	2.582	457.476	0
'21	Preparaciones alimenticias diversas	358	180.177	1.012.318	0
'59	Tejidos impregnados, recubiertos, revestidos o estratificados..	56	19.477	1.968.386	0
'85	Maquinas, aparatos y material electrico,sus partes;aparatos de grabaci	96	66.419	390.597.895	0
'53	Las demas fibras textiles vegetales;hilados y tejidos de papel	45	14.648	685.557	0
'65	Articulos de sombrereria y sus partes	10	13.713	41.310	0
'87	Vehiculos automoviles,tractores,ciclos,demas vehic.terrestres,sus part	8	340.195	70.060.362	0

Tabla 3.14. (cont.)

'09	Cafe, te, yerba mate y especias	7	78.931	264.461	0
'68	Manufacturas de piedra, yeso, cemento, amianto, mica o materias analogas	1	4.987	1.379.413	0
'69	Productos ceramicos	1	29.711	695.947	0
'16	Preparaciones de carne, de pescado o de crustaceos, de moluscos..	6	1.119.325	186.716	0
'22	Bebidas, liquidos alcoholicos y vinagre	10	30.990	2.905.848	0
'25	Sal; azufre; tierras y piedras; yesos, cales y cementos	0	8.102	6.042.402	0
'17	Azucares y articulos de confiteria	4	53.511	2.345.840	0
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	160	361.867	11.803.460	0
'07	Legumbres y hortalizas, plantas, raice y tuberculos alimenticios	0	116.607	2.259.676	0
'11	Productos de la molinera; malta; almidon y fecula; inulina; gluten de trigo	0	1.501	640.777	0
'12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos..	0	9.139	37.738.306	0
'04	Leche y productos lacteos; huevos de ave; miel natural;	0	22.285	3.717.929	0
'70	Vidrio y manufacturas de vidrio	0	4.820	6.998.911	0
'71	Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares	7	336.775	15.490.630	0
'47	Pasta de madera o de otras materias fibrosas celulosicas; papel..	38	7.213	17.820.445	0
TOTALES		762.917	22.733.314	1.192.783.512	

Elaborado por la Autora

Fuente: Centro de Comercio Internacional/ Trademap (2014)

CAPÍTULO 4

PROPUESTA PARA MEJORAR EL INTERCAMBIO COMERCIAL ENTRE ECUADOR Y CHINA

Como ya se analizó, los vínculos comerciales con la nación han marcado la historia del país, siendo varios los beneficios como también las amenazas que han sido causadas como producto del intercambio comercial. Por esta razón una vez analizado en los anteriores capítulos ciertos elementos y detalles importantes para ambas naciones, el presente capítulo busca determinar las perspectivas para el Ecuador.

4.1. PERSPECTIVAS PARA LOS VÍNCULOS COMERCIALES

El hecho de convertirse China en la contraparte de los Estados UNIDOS también ha traído consigo una renovada oposición, en forma de iniciativas proteccionistas que podrían provocar una guerra comercial. Tradicionalmente, China se destacó por ser socio potencial comercial muy aislado de la palestra internacional; sin embargo, a partir de su ingreso a la Organización Mundial del Comercio (OMC), China creó un ambiente favorable internacional para la reforma y la liberalización del comercio, apertura al exterior e inició una política de negociación, impulsó el desarrollo común y logró firmar acuerdos comerciales bilaterales más o menos en todas partes del mundo. Algunos de ellos son de relevancia estratégica, como el de la ASEAN en 2002, considerado por muchos como el primer paso hacia una integración económica regional de Asia Sudoriental.(Cortes, 2013).

La relación entre América Latina y China muestra un alto potencial de desarrollo en varios ámbitos. China representa un mercado amplio y muy diverso con oportunidades para los exportadores latinoamericanos. Por ello la importancia de que estos organismos de cooperación regionales promuevan la cercanía entre la región y el país asiático. Aquello creará el vínculo para que los gobiernos latinoamericanos se involucren en esta relación y permitan la entrada de capitales provenientes de China en nuestras economías.

Para que las relaciones comerciales entre ambas naciones se intensifiquen y el intercambio pueda mantenerse e incluso incrementarse siempre que la producción nacional tenga un papel significativo en el mercado local, sería necesario un rígido control de varios aspectos a los productos chinos con el propósito de precautelar la salud de todos, siempre y cuando los mismos no se vuelvan en exageraciones que limiten el libre comercio, como fue el caso del pedido por parte de “los industriales textileros y de grifería que presionaron durante el mes de Abril del 2006 protecciones para sus empresas aplicadas a 219 subpartidas, de las

cuales solamente 25 compiten con los productos chinos puesto que otras se importan desde otros mercados.(La China ya no es ficción, 2006).

La nación china no es una amenaza para países como el Ecuador en razón de que la economía del país no está especializada en los productos que son altamente importados como son el caso de los electrodomésticos, equipos informáticos, automóviles, artículos electrónicos, pero en el caso de productos como calzado y textiles la situación es diferente.

Son pocas las empresas dedicadas a estas ramas pero son las pequeñas empresas las que han sufrido graves consecuencias, y serían ellas las obligadas a competir contra la masiva importación de esa clase de productos que amenaza la supervivencia de las mismas incrementando el valor agregado de su producción.

4.2. MULTIMODAL MANTA –MANAOS

Para mejorar uno de los factores que limitan el comercio entre los dos países que es la distancia, el Gobierno está trabajando una ruta que mejoraría el transporte entre China y Ecuador y con el resto de América del Sur, sería favorable para el comercio, los negocios y por supuesto el turismo. Existe un proyecto que es el "Multimodal Manta-Manaos", cuya ejecución es impulsada por el Ministerio de Transporte y Obras Públicas que permitiría a través del puerto ecuatoriano de Manta unir, por carretera y navegación fluvial, a China con la cuenca amazónica. Es una ruta alternativa que reemplazaría a la tradicional, que es el Canal de Panamá y sería más rápida y más barata. Según Efe (2012).

El proyecto permitirá transportar la carga vía terrestre, desde Manta hasta el punto de transferencia ubicado en Puerto Providencia provincia de Orellana, desde donde la mercadería es movilizada en naves fluviales que atraviesan la Amazonía ecuatoriana por el río Napo hasta Nuevo Rocafuerte en la frontera con el Perú, continuando con la navegación hasta Manaos. Esto va a permitir promocionar los productos nacionales, el intercambio comercial con los mercados de Asia y Estados Unidos y la transportación hacia Brasil y Europa. Según Conforme (2013).

La ciudad de Manaos queda en la Amazonía brasileña, ahí se comercializan muchos de los productos que comercializa el país. Por esa ciudad pasa el Río Amazonas, que nace en la Amazonía peruana y, a través de su afluente, el río Marañón, toca tierras ecuatorianas.

En el 2011, la Cámara de Comercio de Manaos investigó las alternativas para conectar Brasil con los países asiáticos, en especial China. A través del canal de Panamá los productos asiáticos pasan ese canal y llegan al puerto de Belém en el Océano Pacífico, luego pasan por el río Amazonas y llegan hasta Manaos.

La Cámara de Comercio de Manaos realizó un análisis de los costos de traslados de mercancías utilizando los ejes multimodales que están construyendo Ecuador y Perú. Se los denomina “multimodales” porque combinan varios tipos de transporte como terrestre y fluvial. El corredor ecuatoriano es el eje Manta-Manaos, mientras que Perú tiene el eje IIRSA Norte.

El eje multimodal Manta-Manaos pretende unir el puerto de Manta en la costa ecuatoriana con la ciudad de Coca en la Amazonía por vía terrestre tomar transporte fluvial y continuar por el río Napo hasta el Amazonas, en territorio peruano, y llegar a la ciudad de Manaos, en Brasil. En total, este eje recorrería 578 km por vía terrestre y 2.860 km por vía fluvial. Se estima que transportar mercadería por esta ruta tomaría unos 15 días, mientras que por el Canal de Panamá toma 45 días. Según Valdez (2013).

4.3. FACTORES IMPORTANTES QUE SE DEBEN TOMAR EN CUENTA

- El fomento del turismo nacional entre China y Ecuador es un vehículo para cumplir con los objetivos mencionados, ya que los ecuatorianos que viajen a China puedan visitar distintas regiones del país asiático y comprender la magnitud de este país y a su vez promover la cultura ecuatoriana.
- Para atender los desafíos que plantea la relación con China desde todo punto de vista, se necesita de una mayor especialización por parte del personal diplomático y otros funcionarios (por ejemplo del Ministerio de Economía, Ganadería, Turismo, Transporte) que puedan profundizar los vínculos con este país.
- Se sugiere mantener las visitas al más alto nivel tal y como se ha hecho hasta ahora para de esta manera ampliar el intercambio de visitas a otros niveles como por ejemplo legisladores ya que especialmente con este país es importante cultivar la amistad parlamentaria antes de concretar los negocios.
- Es necesario que los acuerdos que se lleguen a realizar.
- Sin embargo, más allá del rico intercambio y de la firma de acuerdos en diversas áreas, se cree necesario focalizar las acciones diplomáticas en un portfolio de acuerdos diversos que fomenten el trabajo de clusters para incorporar tecnología e innovación, de lo contrario se seguirá manteniendo una relación basada en la exportación de recursos naturales, de lo cual se desprende una escasa visión.(Cortes, 2013).
- En términos comerciales, no se puede pensar en China solo como proveedor de mercadería barata, sino también como fuente de tecnología y conocimiento. Por otra parte, debido a los elevados niveles de competitividad sostenidos por China, en

algunos casos se justifica la aplicación de instrumentos de política comercial de corte defensivo que contemplen una estrategia de desarrollo de más largo plazo.

- Desde el punto de vista del exportador, las transformaciones internas mencionadas en esta investigación indican que China ya no solo es un comprador de productos básicos, lo que permite la identificación de nuevas oportunidades comerciales, más allá del reto que eso supone en productos con alto valor tecnológico.
- Se debe fomentar el trabajo de inteligencia comercial que permita identificar nichos (segmentación) de mercado en China y cadenas productivas en la región, a las que Ecuador pueda sumarse lo que permitiría adelantarse a los “cuellos de botella” de China, lo que supone conocer qué demandará en el futuro. Para tales efectos sería conveniente el establecimiento de oficinas comerciales al estilo de las que ya tienen Chile, México, Argentina y Perú.
- Establecer y mantener vínculos con organismos empresariales para mejorar el entendimiento respecto a las economías del Asia-Pacífico y su relación con Ecuador, como por ejemplo tenemos al Centro de Estudios Asia–Pacífico quienes colaboran con la Cámara de Comercio Ecuatoriano–China en la organización de conferencias, charlas, foros y demás actividades para el beneficio de la comunidad empresarial del Ecuador.

4.4. TIPS PARA OBTENER UNA NEGOCIACIÓN POSITIVA CON CHINA

Según Proecuador, se debe tener muy en cuenta los siguientes aspectos al momento de realizar una negociación con China:

Conocimiento de la cultura: La cultura China es muy compleja y toma un papel fundamental en la vida cotidiana de su sociedad, incluyendo por tanto el campo de los negocios. Otro problema a tener muy en cuenta es la barrera idiomática que supone el hacer negocios en China, por ello resulta imprescindible tener empleados occidentales que hablen chino o bien, buscar socios locales, que además de solucionar el problema de la barrera idiomática, conocen a fondo el entorno laboral y empresarial.

Aprovechar las ferias internacionales que se celebran en el país: Sobre todo la feria de inversión Cifit, que se celebra todos los años en China entre el 8 y el 11 de septiembre. Es la feria de inversión más grande del mundo y se presentan muchos proyectos de inversión de diferentes países.

Planificación adecuada: En China, para obtener licencias y permisos puede tomar mucho tiempo, por ello se recomienda la planificación previa del tiempo que necesitamos para la conclusión de dichos procesos, evitando así los problemas que puedan surgir a última hora.

Tener paciencia: Una empresa que quiera hacer negocios en China debe plantearse el proceso a largo plazo, hace falta de media de 2 a 4 años para firmar un contrato en China, además de numerosos viajes al país, esto se debe a la tendencia de los chinos a llevar los negocios al terreno personal. Lo cierto es que, una vez establecida esta relación, los lazos empresariales se mantienen sólidos por un largo periodo de tiempo. China es conocida como el país de los guanxi (contactos en mandarín), por lo tanto, disponer de estos contactos supone agilizar el proceso y por otro lado, la apertura de puertas a negocios próximos.

Cuidado con los contratos: En China, los contratos son orientativos; es decir, que están abiertos a cualquier tipo de renegociación, a no ser que se haya estipulado claramente lo contrario. Se trata de una cuestión cultural. Además, en caso de conflicto, los tribunales chinos solo tienen en cuenta aquello que esté escrito en chino.

Control de calidad: En China hay miles de empresas multinacionales que trabajan haciendo controles de calidad de los productos que salen de las fabricas del país con destino a Europa o Estados Unidos, donde las normas de fabricación son muy estrictas. Es conveniente la contratación de los servicios de dichas empresas para asegurarnos de que nuestros productos cumplirán con los estándares de calidad del país en el que serán distribuidos.

Visado de negocios: Para hacer negocios en China hay que solicitar un visado especial de negocios. Si la estancia va a ser indefinida, se puede cambiar ese visado por un permiso de residencia, presentando una solicitud ante las autoridades policiales.

Vida Empresarial en China: China tiene más de 1.3 mil millones de personas. Por lo tanto, es imposible tratar al país como un solo mercado. En su lugar, es necesario tratar China como una serie de regiones, cada una con sus propias normas económicas y culturales.

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al finalizar esta investigación es importante determinar las principales conclusiones y recomendaciones resultantes de esta indagación:

5.1. CONCLUSIONES

- Las exportaciones de los productos ecuatorianos se concentran en productos primarios como el banano, los camarones, aceites crudos de petróleo, minerales de oro y sus concentrados, desperdicios y desechos de cobre, harina de pescado, maderas aserradas, los demás langostinos, minerales de cobre y sus concentrados, siendo Ecuador un proveedor incipiente del gigante asiático. Sin embargo, aunque las cantidades comercializadas son elevadas y muestran un gran dinamismo, los mismos no muestran un mayor nivel tecnológico en su elaboración o industrialización, lo cual ha obligado a depender de los mismos para generar ingresos, olvidando que China es un país que requiere y demanda también productos con mayores y mejores grados de elaboración
- La Balanza Comercial del Ecuador es deficitaria incluido China, este déficit crece cada año.
- Pro Ecuador ha identificado a los productos no tradicionales como la pitahaya, la tapioca, pulpa de frutas, el cuero y como producto tradicional de exportación tenemos al café, como productos con potencial de exportación.
- Tenemos que considerar que China con su crecimiento económico sostenido y con el número de habitantes que tiene es un mercado cautivo para el producto ecuatoriano, tanto el estrella como el calificado como dilema, siempre que cuente con el apoyo gubernamental, tomado en cuenta los productos que allí pueden tener mayor demanda y los tipos de productos.
- Para efectuar un intercambio comercial con China se debe tomar muy en cuenta que la exportación del producto se debe realizar a gran escala, motivo por el cual la capacidad de producción debe ser de millones de unidades lo cual es un limitante actualmente en nuestro país..
- En el caso de las relaciones comerciales con la República Popular de China se observa la necesidad de formular estrategias, políticas, leyes y regulaciones en comercio exterior y acuerdos internacionales, cooperación económica e inversión en el exterior, promover las

exportaciones e importaciones, apoyar proyectos de empresas que quieran negociar con China.

5.2. RECOMENDACIONES:

- Para intensificar las relaciones comerciales entre ambas naciones y el intercambio pueda mantenerse e incluso incrementarse es necesario que el gobierno apoye a los productores de los potenciales productos que necesita China.
- Realizar las gestiones para que China nos otorgue preferencias arancelarias en los productos ecuatorianos con potencial demanda.
- Se debe realizar una planificación incorporando proyectos en los que se capacite y apoye a la población en producir lo que China requiere, con un agresivo plan de exportaciones, no se debe desaprovechar la oportunidad que la República Popular de China ha mostrado en los últimos años debido a su fuerte crecimiento comercial, puesto que China puede ser un aliado estratégico para el Ecuador ya que por su alta demanda de productos y servicios permitiría que el país diversifique su mercado y comercialice varios productos de interés promoviendo la producción y generando fuentes de trabajo.
- Ecuador debe realizar adecuaciones a su normativa para que la inversión extranjera directa china vea en el país un lugar estratégico seguro para invertir a parte del sector petrolero, mejorando su imagen ante el mundo y abriendo oportunidades para los flujos de capitales extranjeros en el territorio nacional.
- Sería muy importante aprovechar la experiencia y tecnología que el gigante asiático ha utilizado en el desarrollo de su producción, firmando acuerdos que permitan el intercambio de expertos en varias áreas para que capaciten a los sectores productivos, como también sería importante la firma de acuerdos que permitan la transferencia de tecnología hacia el país para mejorar la producción.
- Aprovechar los vínculos comerciales con la nación china pactando alianzas y convenios con las diferentes empresas de esa nación en ramas productivas similares o complementarias, con el propósito de disminuir el impacto generado por la masiva importación de productos chinos que ha causado el cierre de varias empresas ecuatorianas y de esta manera compartir los conocimientos para generar mejores productos acorde a la necesidad de la población.

- Al momento de comercializar con China se debe tomar muy cuenta que este país ofrece productos de tres líneas A, B y C que marcan el nivel de calidad de los mismos, por lo cual sería conveniente realizar un estudio y considerar detenidamente las características de los mismos a fin de no sucumbir en problemas de uso de insumos o materiales no adecuados que pueden causar daño a la salud humana.
- La negociación y firma de un Tratado de Libre Comercio con la República Popular de China no es conveniente por lo que se debe descartar y más bien suscribir acuerdos bilaterales por tipo de producto.

Referencias Bibliográficas

“Análisis de la cartera de productos”, en <http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=2&ved=0CCYQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.estrategiamagazine.com%2Fdescargas%2FAnalisis%2520de%2520la%2520Cartera%2520de%2520Productos.doc&ei=7ryPVN2HJcinNrORgvgC&usg=AFQjCNFgW-7JLKQT0iMVYWHOr82lptvHGw&bvm=bv.81828268,d.eXY>

“Aplicaciones del Observatorio de Comercio e Integración Centroamericana, Módulo I”, San Salvador, 30 de marzo de 2012, en http://www.cepal.org/comercio/tpl/contenidos/Modulo_01.pdf

Banco Central del Ecuador, *Estadísticas de Comercio Exterior*, Quito, Banco Central, 2014.

“Boletín Mensual de Comercio Exterior - Ministerio de Comercio Exterior. Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. CÓDIGO ISSN 1390-812X”, Ecuador, diciembre-enero, 2014, en http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_ic_03_37/.

“Boletín Mensual de Comercio Exterior - Ministerio de Comercio Exterior. Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. CÓDIGO ISSN 1390-812X”, Ecuador, julio-agosto, 2014, en http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_ic_04_44/

“Boletín Mensual de Comercio Exterior - Ministerio de Comercio Exterior. Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. CÓDIGO ISSN 1390-812X”, Ecuador, septiembre-octubre, 2014, en http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_ic_04_46/

China: ¿motor o freno del crecimiento global”, Volumen 11 No. 32”, México 2014, en <http://revistas.unam.mx/index.php/ecu/article/view/47788/43037>

“Estadísticas de exportaciones”, China, noviembre 2014, en <http://www.e-to-china.com/>

“Guía Comercial de China”, Ecuador, 2013, en http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/PROEC_GC2013_CHINA.pdf.

Informe a la Nación del Canciller de la República Francisco Carrión Mena. 11 de Octubre 2008 al 15 de enero del 2009. Ministerio de Relaciones Exteriores. Quito – Ecuador.

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR, Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. Elaboración de Ficha Comercial de China, 2013.

Magazine, 2012 en <http://www.estrategiamagazine.com/descargas/Analisis%20de%20la%20Cartera%20de%20Productos.pdf>

Proecuador, 2014, en http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_ic_03_37/

“Promoción del comercio y la inversión con China: desafíos y oportunidades en la experiencia de las cámaras empresariales latinoamericanas”, CEPAL, noviembre 2013, en <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/2/51652/promociondelcomercio.pdf>.

Publicación de la CEAP. Horizontes, abril – junio del 2013.

Publicación de la CEPAL. ¿Ángel o Demonio? Los efectos del comercio chino en los países de América Latina.

Saltos, Napoleón; Vázquez, Lola. Ecuador su realidad 2007 – 2008. Fundación José Peralta.

Vicuña, Janeth. Realidad Nacional y Mundial. Quito, Julio 2007.