



ANÁLISIS E INFLUENCIA DEL IMPACTO ECONÓMICO DE LAS EXPORTACIONES DE CACAO Y ELABORADOS DE CACAO ECUATORIANO EN EL MERCADO JAPONES

Guido Poveda Burgosⁱ

Docente Investigador

Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad de Guayaquil

guido.povedabu@ug.edu.ec

Hilda Estefanía Cantuña Orellanaⁱⁱ

Estudiante

Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad de Guayaquil

hilda.cantunao@ug.edu.ec

Priscila Yojaira Paredes Pinedaⁱⁱⁱ

Estudiante

Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad de Guayaquil

priscila.paredesp@ug.edu.ec

Andrea Tatiana Recalde Floriano^{iv}

Estudiante

Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad de Guayaquil

andrea.recaldef@ug.edu.ec

Monica Teran Coronel^v

Estudiante

Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad de Guayaquil

monica.teranc@ug.edu.ec

Astrid María Zúñiga Montero^{vi}

Estudiante

Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad de Guayaquil

astrid.zunigam@ug.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Guido Poveda Burgos, Hilda Estefanía Cantuña Orellana, Priscila Yojaira Paredes Pineda, Andrea Tatiana Recalde Floriano, Monica Teran Coronel y Astrid María Zúñiga Montero (2016): "Análisis e influencia del impacto económico de las exportaciones de cacao y elaborados de cacao ecuatoriano en el mercado japonés", *Revista Observatorio Iberoamericano de la Economía y la Sociedad del Japón* (septiembre 2016). En línea: <http://www.eumed.net/rev/japon/27/cacao.html>

ⁱ Magister en Administración y Dirección de Empresas; Docente a tiempo completo Universidad de Guayaquil "UG"

ⁱⁱ Estudiante de Ingeniería en Comercio Exterior; Séptimo nivel paralelo 61; Universidad de Guayaquil "UG"

ⁱⁱⁱ Estudiante de Ingeniería en Comercio Exterior; Séptimo nivel paralelo 61; Universidad de Guayaquil "UG"

^{iv} Estudiante de Ingeniería en Comercio Exterior; Séptimo nivel paralelo 61; Universidad de Guayaquil "UG"

^v Estudiante de Ingeniería en Comercio Exterior; Séptimo nivel paralelo 61; Universidad de Guayaquil "UG"

^{vi} Estudiante de Ingeniería en Comercio Exterior; Séptimo nivel paralelo 61; Universidad de Guayaquil "UG"

Resumen: El mercado Japonés es uno de los más grandes y desarrollados en el mundo, además Japón posee un sistema perspicaz globalizado el cual ha influido en su desarrollo económico y lo más importante es que gracias a eso se ha convertido en un país influyente en el desarrollo económico y tecnológico del continente Asiático, es reconocido como símbolo de trabajo y calidad inconmensurable a nivel mundial, además Japón ha sostenido un rol importante en el Ecuador; así como el Ecuador en él. El mercado Japonés es uno de los primeros países a nivel mundial en abastecerse del cacao y sus elaborados, hay que resaltar que los consumidores japoneses al momento de comparar el producto son muy exigentes en ello, no solo observan el precio si no también otros factores como sabor, seguridad para la salud y confiabilidad, están tomando gran importancia, en consecuencia, el aspecto orgánico del producto tiende a ser explícitamente enfatizado para las ventas, más que su lugar de origen. Además la preocupación de la salud es fundamental a nivel mundial por esa razón Japón importa productos que puedan ser beneficios a la salud de su población como es el caso del cacao que es un producto orgánico y que cumple con todas las certificaciones internacionales ya que es lo primero que debe cumplir al momento de comprar.

Palabras claves: Japón, Ecuador, influencia, globalización, economía, consumidores.

Abstract: The Japanese market is one of the largest and most developed in the world, given that Japan has a keen system globalized which has influenced its economic development and most importantly, thanks to that has become an influential country in the economic and technological development of the Asian continent, is recognized as a symbol of work and immeasurable quality worldwide, Japan has also an important role in Ecuador as well as in it. The Japanese market is one of the first countries worldwide in sourcing cocoa and elaborate, there noting that Japanese consumers when comparing the product are demanding it, not only observe the price but also other factors such as taste, health safety and reliability, are taking great importance, therefore, the organic aspect of the product tends to be explicitly emphasized for sales, rather than their place of origin. Besides the health concern is critical worldwide for that reason Japan imports products that can be beneficial to the health of its population as the case of cocoa which is an organic product and meets all international certifications as it is the first you must follow when buying.

Keywords: Japan, Ecuador, influence, globalization, economy, consumers

Introducción

Japón es un importador neto de alimentos, abasteciendo casi en un 60 por ciento de su consumo con compras del exterior. Esta característica brinda una oportunidad única para Ecuador, al ser un país con una oferta exportable en su mayoría compuesta por productos agrícola y agroindustriales.

Las exportaciones de cacao y sus elaborados han formado parte de una historia en la economía del país, en la actualidad se ha contribuido con un 4.5% económicamente a la población que se dedica a este tipo sector.

Sin embargo en la actualidad el Ecuador no cuenta con un tratado de libre comercio con Japón, por esta razón, al momento los productos ecuatorianos solo se benefician en Japón por la cláusula de Nación Más Favorecida.

Si bien es cierto Ecuador es uno de los países que posee una producción de cacao fino de aroma en el mundo la cual representa un porcentaje del 62% en las exportaciones. Los principales consumidores son Japón, Europa, EEUU en donde la demanda internacional es sostenida y creciente. Durante el 2009 la producción de cacao obtuvo una magnitud de 150.000 TM la cual alcanzo los 400 millones de dólares de valor comercializado, así notándose un crecimiento en los últimos años demostrados al concluir el 2015 debido a que las exportaciones de cacao cerraron alcanzando un volumen total de 260 mil TM, de granos de cacao y derivados de cacao un incremento del 10% en relación al 2014.

Debemos recalcar que Japón puede ser un país muy lejano y exigente para los hombres de negocios panameños; sin embargo existen buenas razones por las que se debe aceptar el reto del mercado japonés. El mercado Japonés es de gran importancia económicamente, equivale a dos quintas partes del mercado de los EE.UU. y casi a la mitad de los países de la Unión Europea, con un ingreso per cápita equitativo a los de los Estados Unidos de América y la Unión Europea. Japón, consta con el mayor crecimiento económico de los países del lejano Oriente y conforma la espina dorsal de la actividad económica mundial, constituida en progreso y competencia. Sin embargo, Singapur, Corea, Hong Kong, Taiwán, se encuentran en una etapa de rápida industrialización. De manera que el establecer negocios con Japón puede constituir como fácil entrada a los demás mercados del Extremo Oriente y Pacífico.

Como es de nuestro conocimiento, el mercado japonés es uno de los más competitivos del mundo, al introducir sus productos o servicios al mismo, este le ofrecerá la experiencia y fuerza suficiente para conquistar los demás mercados. Siendo Japón uno de los países más avanzados tecnológicamente, especialmente en el campo de la electrónica y producción en masa con tecnología de punta, se le facilitara los contactos e información valiosa de las tendencias mundiales.^{vii}

Consumo de cacao y elaborados en el mercado Japonés

El mayor consumo de este producto en el mercado Japonés ha sido el chocolate con leche la cual obtiene un grado alto de consumo sobre todo en la parte industrial de confitería de Japón por el gran contenido de polifenoles que posee el cacao, el cual es el principal ingrediente de los chocolates de esta tipo de categoría.

En actualidad las investigaciones han comprobado que el consumo de polifenoles en los alimentos pueden prevenir enfermedades como el cáncer, desequilibrio biológico, estrés, y la alteración de la función celular las cuales son originadas por enfermedades degenerativas como lo son la cardiopatías, enfermedades neurológicas y la aterosclerosis.

Además la preocupación de la salud es fundamental a nivel mundial por esa razón Japón importa productos que puedan ser beneficios a la salud de su población como el caso del cacao que es un producto orgánico y que cumple con todas las certificaciones internacionales ya que es lo primero que debe cumplir al momento de comprar.

Planteamiento de inicio de estudios para acuerdo comercial Ecuador - Japón:

Con la visita del anterior Ministro de Comercio Exterior de Ecuador, en noviembre del 2014, se propiciaron reuniones con el Ministerio de Relaciones Exteriores y con el Ministerio de Economía, Comercio e Industrias de Japón. En estos encuentros, el Ecuador a través de su máxima autoridad de política comercial, planteó a sus homólogos el interés oficial de Ecuador de iniciar los estudios de

^{vii} http://www.mici.gob.pa/imagenes/pdf/guia_para_exportar_a_japon.pdf

factibilidad para establecer el alcance de un posible acuerdo comercial y el inicio de las negociaciones entre ambos países.

Acceso al Mercado

Los japoneses en cuanto a la documentación cuando realizan importaciones deben primeramente obtener un permiso, y presentar demás documentos de la declaración de importación establecidos en la Ley de Aduanas de Japón.

Además de estos requerimientos generales para cualquier importación, existen también requerimientos específicos, según las características del producto importado como certificaciones, autorizaciones, permisos de importación, etc.

La Organización Japonesa de Comercio Exterior (JETRO) elabora constantemente perfiles comerciales mercado-producto, en los cuales se detalla claramente toda la información necesaria como código arancelario -HS code-, arancel aplicado, marco legal, autoridades e instituciones, etc., así como los requisitos solicitados como los certificaciones, permisos, requerimientos sanitarios-fitosanitarios, procedimientos, etiquetado, etc., para exportar diferentes tipos de mercancías a Japón.

Impuesto Interno

Las Aduanas de Japón diseñaron la clasificación armonizada de acuerdo a la Ley del Arancel de Aduanas, estableciendo una Tasa Temporal y una Tarifa General para determinados productos. En este sentido, cuando la tarifa aduanera de la OMC o del Acuerdo de Asociación Económica (EPA) es inferior, se aplican las indicadas antes de la Tarifa General de Aduanas de Japón.

La tasa aduanera aplicada en Japón es la más baja de la OMC, para determinados países en desarrollo la Ley de arancel de Aduanas y la Ley de Medidas Arancelarias Temporales también proporcionan la Tasa Preferencial (SGP) para países en desarrollo, y la Tarifa de la Nación más Favorecida (NMF) para todos los países miembros de la OMC, que es aplicable a determinados productos. La mayoría de las tarifas se evalúan a tasas Ad Valorem, que se aplican al valor en aduanas de las mercancías importadas.

La tarifa arancelaria aplicada según datos del MAC MAP por Japón a la pasta de cacao con preferencia de SGP tiene un 5% de tarifa aplicada, y ad valorem de 3,50%, mientras que el cacao en grano, crudo o tostado tiene preferencia de MFN con 0,00% de aranceles.

Hasta la actualidad Ecuador no ha firmado ningún tratado de libre comercio con Japón, por esta razón al momento los productos ecuatorianos solo se benefician en Japón por la cláusula de Nación Más Favorecida.

El cacao y sus características

El cacao es un árbol originario de las selvas de América Central y del Sur, su nombre científico es Theobroma cacao c., en griego Theobroma significa “comida de los dioses”. Crece mejor en climas ecuatoriales donde hay abundantes precipitaciones durante todo el año y donde hay temperaturas relativamente estables, de entre 25 – 28 grados centígrados. Este árbol se demora de 4 a 5 años para producir frutos y de 8 a 10 años en lograr su máxima producción, esto dependerá de tipo de cacao y las condiciones de la zona.^{viii}

viii http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/PROEC_AS2013_CACAO.pdf

El cacao es conocido en el Ecuador como la “pepa de oro”, que dominó por varios siglos la generación de divisas para el país, antes del boom petrolero, dando lugar al apareamiento de los primeros capitales y desarrollando sectores importantes como la banca, industria y el comercio.

Existen tres variedades de cacao: El Ecuador es considerado como líder mundial en la producción de Cacao Fino de Aroma, con aproximadamente el 62%. Japón lo utiliza para la fabricación de chocolate fino y de alta calidad, en esta actividad se encuentran involucradas más de 100.000 familias de productores.

Actualmente este sector contribuye con el 4,5% de la Población Económicamente Activa, PEA, nacional y el 13.5% de la PEA agrícola (Cacao fino de aroma se exporta a Europa, EE.UU y Japón).

Entre los principales comercializadores de cacao que gracias a su esfuerzo han logrado establecer sus oficinas en Ecuador tenemos:

- OLAM,
- TRANSMAR,
- ARMAJARO,
- MITSUBISHI,
- RISTOKCACAO,
- BARRY CALLEBAUGH
- CASA LUKER.

En julio del 2012 el Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca (MAGAP), decidió impulsar el Proyecto de Reactivación del Cacao Nacional Fino y de Aroma debido a la importancia del rubro que representa la exportación de cacao para el Ecuador.

Este proyecto propuesto por el MAGAP busca:

- Promover la productividad,
- Incrementar la rentabilidad,
- Incentivar la investigación,
- Mejorar la calidad e institucionalidad de la cadena de valor.

El proyecto se ejecutará en 10 años y tendrá un alcance nacional. Se implementará en las provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas, Los Ríos y Santo Domingo de los Tsáchilas, en la Costa; Pichincha y Bolívar, en la Sierra; Sucumbíos, Orellana, Napo, Morona Santiago y Zamora Chinchipe, en la Amazonía.^{ix}

El objetivo es que en este período, se reactive a este sector, para incrementar la oferta exportable a 300 mil toneladas métricas anuales.

Específicamente se busca renovar 284 mil hectáreas de cacao y establecer 70 mil hectáreas de nuevas plantaciones, en reemplazo de cultivos menos rentables, pastizales viejos o tierras en descanso. Con ello se incrementará la oferta exportable de 150 mil toneladas métricas por año a 300 toneladas métricas por año.

^{ix} (Magap)

Estadísticas de exportación de cacao

En Abril 2015 durante el cuarto mes del año las exportaciones de cacao atravesaron un notable descenso; 16 mil TM de granos + elaborados de cacao fueron exportadas, una caída del -15% en relación a las exportaciones totales de Abril-2014 con 19 mil TM y un 6% en relación a Abril-2013 con 14.9 mil TM exportadas. En millones de dólares las exportaciones durante abril-2015 representaron \$41.6 millones de dólares, una variación negativa del -25% en relación a los ingresos generados durante abril-2014 cuando se alcanzaron \$55.7 millones de dólares en exportaciones de cacao.

Elaborados de Cacao: pasta, manteca, polvo, torta de cacao y nibs, durante Abril alcanzaron un total de 2.1 mil TM en exportaciones, con un equivalente a 5.2 millones de dólares, una variación del 5% en volúmenes con relación a Marzo-2015 cuando se exportaron 2 mil TM con una equivalencia de 5.4 millones de dólares. Recuperándose así del leve descenso atravesado.

En Destinos continentales para Granos el 60% de las exportaciones tuvieron como destino diferentes países del continente Americano, con E.E.U.U., Holanda y México a la cabeza, seguidos por el viejo continente Europeo con un 32% de la participación, el continente Asiático representó un 8%. Para los Elaborados el 65% de las exportaciones tuvieron como destino las Américas, con EEUU, Argentina y Perú encabezando, un 28% tuvo como destino final Europa, un 5% correspondiente a Asia.

Referencias

- Cabrera, A. (2005). Informe sobre el cacao Arriba de Ecuador. Bio Trade Facilitation Programme.
- Domínguez Cáceres, M. (2014). Requisitos para exportar alimentos a la China, Japón y Corea del Sur [23 de julio de 2014].
- Kiyohara Ramos, R. E., & Teves Espinosa, E. (2011). Exportación de café orgánico filtrante al Japón (Doctoral dissertation, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas-UPC. Escuela de Postgrado.).
- Vasconez Echeverría, C. D. R. (2015). Diseño de un plan de negocios para la exportación de mermelada de cacao orgánico, desde la ciudad de Machala Ecuador hacia el mercado de Tokio Japón.
- Verdezoto, A., & Estefanía, D. (2011). Estructura y dinámica de las exportaciones de cacao ecuatoriano en el período 2007-2010.
- Viera Noroña, B. I. (2013). Análisis, Investigación y Propuesta para Fortalecer la Infraestructura Nacional de la Calidad para la Evaluación de la Conformidad de los Productos del Cacao Ecuatoriano Provenientes de la Cadena Productiva que se Exportan a la Unión Europa, Estados Unidos y Japón.
- Yáñez, C. M. (2011). Plan de exportación de pasta de cacao hacia el país de Japón, ciudad de Tokio elaborado por la asociación kallari ubicada en la ciudad del Tena, provincia de Napo, Período 2010–2015.