



ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES DE “ANANAS COMOSUS” -PIÑAS- ECUATORIANAS AL MERCADO JAPONÉS

Guido Poveda Burgos¹

Docente Investigador

Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad de Guayaquil

guido.povedabu@ug.edu.ec

Diego Baquero Caicedo²

José Bone Torres³

Cristhian García Plua⁴

Alejandro Jaramillo González⁵

Héctor Ledesma Porro⁶

Estudiantes

Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad de Guayaquil

diego.baqueroc@ug.edu.ec

cristhian.garciap@ug.edu.ec

jose.bonet@ug.edu.ec

hector.ledesmap@ug.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Guido Poveda Burgos, Diego Baquero Caicedo, José Bone Torres, Cristhian García Plua, Alejandro Jaramillo González y Héctor Ledesma Porro (2016): “Análisis de las exportaciones de “Ananas Comosus” -piñas- ecuatorianas al mercado japonés”, Revista Observatorio Iberoamericano de la Economía y la Sociedad del Japón (septiembre 2016). En línea: <http://www.eumed.net/rev/japon/27/pinas.html>

Resumen: Japón es la tercer mayor economía a nivel mundial, tras los Estados Unidos y China. La cooperación entre el gobierno ecuatoriano y las industrias japonesas, promueven un rol y vinculo predominante con el gigante asiático. Japón se ha constituido en un padrón en las negociaciones comerciales de exportaciones con Ecuador el sector ecuatoriano se ve beneficiado con diversos subsidios generados por las negociaciones con mencionada economía, además de diversas áreas de tipo estratégico tales como desarrollo, educación, investigación en agricultura y ciencias de la salud, entre otros, indicando también las relaciones bilaterales de ambos países en el área de desarrollo sostenible y sustentable, debido a las exigencias cada vez más estrictas en un mundo más productivo y competitivo.

Palabras claves: Ecuador, Japón, mercado japonés, comercio bilateral, desarrollo sostenible y sustentable.

¹ Magister en Administración y Dirección de Empresas; Docente a tiempo completo Universidad de Guayaquil “UG”

² Estudiante de Ingeniería en Comercio Exterior; Séptimo nivel paralelo 61; Universidad de Guayaquil “UG”

³ Estudiante de Ingeniería en Comercio Exterior; Séptimo nivel paralelo 61; Universidad de Guayaquil “UG”

⁴ Estudiante de Ingeniería en Comercio Exterior; Séptimo nivel paralelo 61; Universidad de Guayaquil “UG”

⁵ Estudiante de Ingeniería en Comercio Exterior; Séptimo nivel paralelo 61; Universidad de Guayaquil “UG”

⁶ Estudiante de Ingeniería en Comercio Exterior; Séptimo nivel paralelo 61; Universidad de Guayaquil “UG”

Abstract: Japan is the third largest economy in the world, after the United States and China. Cooperation between the Ecuadorian government and Japanese industries, promote a predominant role and link with China.

Japan has become a standard in trade negotiations exports to Ecuador sector is benefited from various subsidies generated by the negotiations mentioned economy, and various areas of strategic type such as development, education, agricultural research and science health, among others, also indicating the bilateral relations of both countries in the area of sustainable development and sustainable because of the increasingly stringent demands in a more productive and competitive world.

Keywords: Ecuador, Japan, Japanese market, bilateral trade, sustainable development and sustainable.

Introducción

Japón constituye una de las potencias comerciales industriales y sobre todo tecnológicas más conocidas, si bien resulta indudable que su desarrollo ha sido espectacular. A pesar de tener escasos recursos naturales, Japón pudo desarrollar sus industrias pesada y química gracias al bajo precio del petróleo que se mantuvo en el nivel de 2 dólares/barril durante veinte años después de la Segunda Guerra Mundial. La cotización fija de 360 yenes/dólar que duró hasta agosto de 1971 posibilitó a Japón incrementar sus exportaciones sin reevaluación alguna de su moneda nacional.

La Historia Contemporánea de Japón está dedicada a explicar y enmarcar estas transformaciones en un contexto de relación entre tradición y modernidad, abarcando todos los interrogantes que desde Occidente se formulan sobre dicho país.

Descripción de la fruta

La piña, Ananás Comosus, originaria de Sudáfrica Tropical y Subtropical, posee interesantes propiedades diuréticas y desintoxicantes. El fruto pertenece al grupo de los múltiples, ya que no está formado por una sola flor, sino por la función de rodos los carpelos de la inflorescencia. La planta no puede reproducirse sexualmente, porque el fruto es abortivo, es decir, que no llega a formar semillas. Por esto, desde un punto de vista botánico, la piña no es un fruto verdadero.

Este producto tiene forma oblonga o cónica; color verdoso amarillento, rojizo o amarillo anaranjado, según la variedad y el estado de madurez. La piña se da en regiones que reúnen las siguientes características climáticas tales como: climas cálidos y suelos franco arcillosos, arenosos o franco, ácidos y bien drenados. Por lo general, no necesita riego cuando la lluvia anual alcanza de 1.000 a 1.500 milímetros requiere mucha luz y calor y no soporta las heladas.

Las variedades de piña mas comercializadas a escala mundial son: Cyanne (Smooth Cayenne), Red Spanish Queen, Pernambuco, Sugarloaf y Golden Sweet. De estas, la más cultiva e exportada es la Cyanne Lisse, pues es la más apreciada por los consumidores.

Ecuador cuenta con condiciones geográficas favorables para el cultivo de esta fruta, pues requiere de un clima tropical seco y tropical húmedo, con una temperatura que oscile entre los 20-27 C, el cual es característico en la región litoral y oriental.

Variedades:

En Ecuador, las principales variedades cultivadas de piña para la exportación son las siguientes:

Grupo Cayena: Cayena Lisa, conocida como Champaca o Hawaiana, posiblemente originaria de Guayana. Debido a su forma cilíndrica, ojos superficiales, corazón, pulpa amarilla, esta variedad es la base de los enlatados y la industria en general.

Golden Sweet o variedad dulce: la multinacional DOLE bautizo a esta variedad con la marca MD2. En Santo Domingo de los Tsáchilas pueden verse grandes extensiones de esta variedad, la misma que cuenta con una gran demanda internacional.

En el mercado nacional se consume la piña tipo “Pelolera”, también conocida como “Milagreña”. Esta variedad es originaria de Brasil, y es la más cultivada en el país de 900 a 1200 hectáreas.

Valor nutritivo

Esta fruta tiene un contenido de agua muy elevado, por lo que su valor calórico es bajo, bien madurado, el ananás contiene alrededor de 11% de hidratos de carbono simples o de absorción rápida. Su contenido en azúcares y en principios activos se duplica en las últimas semanas de maduración, por lo que los frutos recolectados prematuramente resultan ácidos y podres en nutrientes. En cuanto a minerales, destacan en cantidad el potasio, magnesio, cobre y manganeso. Las vitaminas más abundantes de la piña son la vitamina C y, en menor cantidad, la tiamina o B1 o piridoxina.

Mercado de destino (Japón)

Japón, otro hecho relevante en este análisis es el comportamiento de las importaciones de piña de Japón. El país asiático que hasta 1992 fue el mayor importador de piña del mundo, vio disminuir sus importaciones de piña en aproximadamente 14% hasta el año 1999, ya sea que se midan estas por volumen o por valor. Sin embargo, para el año 2000 se habían recuperado en 11.4% alcanzando las 100,092 toneladas métricas.

Incrementar el comercio con Japón es esencial

Ecuador busca aumentar el comercio y las inversiones con Japón, mediante un acuerdo, según lo anunció a su debida oportunidad el ministro de Comercio Exterior de ese entonces “Francisco Rivadeneira” en su gira a ese país del 4 al 7 de Noviembre del 2014.

“El objetivo es concretar los diálogos que hemos tenido durante más de dos años con las autoridades japonesas para ver la posibilidad al mediano plazo de negociar un acuerdo comercial, puesto que la mayoría de nuestros competidores en la región latinoamericana ya los tienen.

Un acuerdo comercial, a criterio del secretario de la Cartera de Comercio, podría generar oportunidades al sector de la agroindustria, por ejemplo para la provisión de bienes agrícolas a Japón, sobre todo de clima tropical. Puesto que actualmente nuestros productos deben pagar aranceles, a diferencia de nuestros principales competidores que cuentan con acuerdos comerciales con Japón.

Además de la relación histórica que existe con ese país asiático, resaltó que el comercio bilateral es positivo, al mencionar que suman más de 600 millones de dólares entre exportaciones e importaciones. Así también, se mostró optimista del potencial que tiene el

Ecuador, en cuanto a sus productos y empresas, que por su gran calidad y valor social agregado, pueden ser de interés para Japón.

El titular del Ministerio de Comercio Exterior manifestó que existe la voluntad del Gobierno ecuatoriano de fortalecer la relación bilateral, a través de un acercamiento para identificar oportunidades en diferentes áreas.

Explicó que esta visita ha sido una oportunidad para generar diálogos con el Banco de Desarrollo Japonés, con el que se concretó una línea de crédito para desarrollar la televisión digital; además con: Ministerio de Comercio e Industrias, Agencia de Inversiones y Exportaciones (JETRO), Agencia de Cooperación Japonesa (JICA), Ministerio de Relaciones Exteriores, entre otras entidades gubernamentales niponas.

Además, sostuvo una serie de encuentros con empresarios japoneses de distintos sectores, potenciales inversionistas y con los principales importadores de productos ecuatorianos en Japón, para conocer su visión de los negocios y del potencial que tienen los productos de la oferta exportable.

Durante su primera jornada de trabajo se reunió con Daishiro Yamagiwa, ministro de Economía, Comercio e Industrias, con quien coincidió en la posibilidad de buscar un futuro acuerdo comercial bilateral, para lo cual planteó la posibilidad de conformar un equipo técnico que desarrolle un estudio de factibilidad conjunto para identificar las oportunidades de negociación.

El titular de la cartera de Comercio Exterior destacó que Ecuador y Japón están próximos a cumplir 100 años de excelentes relaciones diplomáticas e invitó a que nuevas empresas japonesas se instalen en Ecuador, desde donde pueden aprovechar para exportar al resto de países de la región. “Este es el momento para invertir en el país, estamos buscando nuevos socios, nos interesa diversificar la inversión y los mercados de exportación.

Agregó que Ecuador brinda seguridad e incentivos a la inversión extranjera, al mencionar que existen instrumentos técnicos que contemplan contratos de inversión, los cuáles se adaptan a cada proyecto.

Principales destinos de las exportaciones del Ecuador

El principal destino de las exportaciones no petroleras del Ecuador en el acumulado a octubre de 2014 fue Estados Unidos con una participación del 27.54% del total exportado, le siguen Colombia con un 7.55%, Rusia con un 6.58% y Vietnam con 5.00%.

Tabla No. 1 Destino de exportaciones no petroleras del Ecuador

PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES NO PETROLERAS DE ECUADOR - Miles USD FOB Enero - Oct 2014		
Pais	Monto	Participación %
ESTADOS UNIDOS	2,841,674	27.54%
COLOMBIA	778,724	7.55%
RUSIA	679,301	6.58%
VIET NAM	515,713	5.00%
VENEZUELA, REPÚBLICA B	478,324	4.64%
ALEMANIA	444,835	4.31%
PAÍSES BAJOS (HOLANDA)	435,062	4.22%
ESPAÑA	420,407	4.07%
ITALIA	374,410	3.63%
CHINA	374,293	3.63%
FRANCIA	269,228	2.61%
CHILE	251,302	2.44%
PERÚ	245,474	2.38%
BÉLGICA	188,190	1.82%
ARGENTINA	159,159	1.54%
REINO UNIDO	153,407	1.49%
TURQUÍA	150,276	1.46%
MÉXICO	121,413	1.18%
JAPÓN	114,002	1.10%
BRASIL	111,468	1.08%
DEMÁS PAÍSES	1,211,245	11.74%
Total	10,317,907	100.00%

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones de PRO ECUADOR

Al analizar las exportaciones petroleras del Ecuador se observa que el principal destino corresponde a los Estados Unidos con un 58.81% del total exportado en el acumulado a octubre de 2014. En el segundo, tercer y cuarto puesto se ubican Chile con 14.81%, Panamá con 10.45% y Perú con 9.78%.

Tabla No. 2 Cotización del dólar de Estados Unidos de América en el Mercado Internacional

EVOLUCIÓN DE LAS COTIZACIONES DEL DÓLAR DE ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA EN EL MERCADO INTERNACIONAL											
Unidades de Cada Moneda por USD											
Diciembre 2013 - Diciembre 2014											
Período	COLOMBIA	PERÚ	ARGENTINA	BRASIL	MÉXICO	VENEZUELA	CHILE	REINO UNIDO	SUIZA	JAPÓN	UE 27
	Peso	Nuevo sol	Peso	Real	Peso	Bolivar	Peso	Libra	Franco	Yen	Euro
dic-13	1,937.23	2.7705	6.4209	2.3798	12.9675	6.2842	529.8575	0.6101	0.8935	104.0464	0.7297
ene-14	1,981.38	2.8060	6.8855	2.3636	13.3135	6.2842	544.3658	0.6072	0.9099	104.1699	0.7377
feb-14	2,051.70	2.8090	7.8005	2.3740	13.3016	6.2842	555.5556	0.6001	0.8898	102.2809	0.7291
mar-14	1,994.42	2.8080	7.9705	2.3266	13.2046	6.2842	563.2851	0.6067	0.8842	102.2526	0.7256
abr-14	1,927.15	2.7800	7.9979	2.2463	13.0389	6.2902	561.1357	0.5944	0.8846	102.5851	0.7242
may-14	1,907.30	2.7870	8.0608	2.2174	12.8843	6.2842	550.7518	0.5933	0.8949	101.7750	0.7326
jun-14	1,875.82	2.8030	8.1304	2.2067	13.0199	6.2842	550.4789	0.5887	0.8918	101.7491	0.7333
jul-14	1,872.66	2.7858	8.1527	2.2309	12.9532	6.2842	566.1232	0.5858	0.8991	101.3757	0.7400
ago-14	1,883.95	2.8170	8.2789	2.2574	13.0444	6.2842	575.7384	0.5980	0.9067	102.5599	0.7487
sep-14	1,974.72	2.8630	8.4090	2.3672	13.2416	6.2842	599.5563	0.6099	0.9348	108.6815	0.7746
oct-14	2,066.54	2.9020	8.4783	2.4559	13.5427	6.2842	585.1717	0.6198	0.9441	106.8764	0.7825
nov-14	2,139.04	2.9150	8.5119	2.5212	13.6081	6.2842	592.4171	0.6378	0.9673	117.4771	0.8048
dic-14*	2,296.21	2.9500	8.5483	2.6483	14.5923	6.2842	610.6124	0.6395	0.9814	119.4244	0.8158

* Cotización al 22-diciembre-2014

Características del consumidor Japonés

- ✓ Cerca de las estaciones de trenes y buses se encuentran supermercados o pequeñas tiendas.
- ✓ Compra poco en el supermercado ya que tiene que caminar hasta su apartamento.
- ✓ Viviendas son pequeñas.
- ✓ El momento de compra es a la hora de almuerzo o al regresar del trabajo.
- ✓ Muchos realizan compras todos los días.
- ✓ Frutas con bonitas presentaciones con altos estándares de calidad e higiene.
- ✓ Frutas prácticas, fáciles de pelar y cortar.
- ✓ Alimentos con atributos para la salud.
- ✓ Algunas frutas son para regalos especiales.
- ✓ Valoran las frutas producidas en Japón.
- ✓ Fechas especiales: agosto y año nuevo.
- ✓ En las ceremonias budistas oshintoistas se ofrecen frutas.

Tendencias en (Japón)

Para reducir los riesgos comerciales, algunas empresas están exportando productos frescos certificados como orgánicos pero los venden con una etiqueta “verde” no orgánica. El etiquetado verde forma parte de una estrategia de comercialización desarrollada por muchas empresas japonesas para comercializar frutas y verduras frescas como alimentos inocuos. Estas empresas han promovido sus propias prácticas de producción de alimentos (no reguladas) y sus propios criterios de gestión ambiental con los que tratan de reducir al mínimo los plaguicidas y promover entre los agricultores el cuidado del ambiente. Los programas son supervisados por el personal de campo de la empresa para tener la seguridad de que los agricultores cumplan con las prácticas establecidas en materia de producción verde.

Los procedimientos de producción de los productos etiquetados como verdes no se atienen a los requisitos orgánicos de JAS. Pero tienen la ventaja de que si son fumigados en el puerto de importación no es necesario volver a etiquetarlos. Muchos de esos productos “verdes” se importan de los Estados Unidos, la República de Corea y China. Antes de la aplicación de la nueva ley de JAS, muchos de estos productos que ahora están etiquetados como verdes se etiquetaban y vendían como orgánicos.

Presencia e influencia tecnológica japonesa en el Ecuador

La economía de Japón es la tercera a nivel mundial, siguiendo Estados Unidos y China. La cooperación entre el gobierno y las industrias, la costumbre japonesa del trabajo duro y el dominio de la tecnología han llevado a Japón al éxito económico del que disfruta hoy en menos de medio siglo.

Según los datos otorgados por el Banco Central del Japón el PIB (2014) fue de 5,867 billones USD. Según la Confederación de las Familias Organizadas de la Unión Europea (COFACE) ha

reclasificado a Japón como una de las economías más sobresalientes de la unión europea en respuesta a sus mejores perspectivas de crecimiento. La inversión pública y el consumo de los hogares se incrementó en un 0.7%, apoyado por las medidas gubernamentales, que facilitaron la compra de bienes durables y de consumo de energía bajos. Por lo anterior, los analistas de COFACE prevén que el crecimiento será del orden de un 2%.

Referencias

- Cortazar, M. (2012). Ecuador y el mundo en el 2012. Ekos, 1.
- <http://www.comercioexterior.gob.ec/ecuador-y-japon-abren-el-camino-hacia-un-mayor-comercio-bilateral/>
- <http://www.comercioexterior.gob.ec/ministro-francisco-rivadeneira-inicio-agenda-en-japon/>
- <http://181.198.77.140:8080/bitstream/123456789/86/1/098%20DEMANDA%20DE%20BROCOLI%20EN%20EL%20MERCADO%20DE%20TOKIO%20-%20JAP%C3%93N%20Y%20SU%20COMERCIALIZACI%C3%93N%20DESDE%20LA%20PROVINCIA%20DEL%20CARCHI%20-%20PORTILLA%20ESPA%C3%91A%2c%20DANIELA.pdf>
- <http://mail-cenaim.espol.edu.ec/organizacion/mashistoria.html>
- III Censo Nacional Agropecuario. (2011). Recuperado el 31 de AGOSTO de 2011, de http://www.agroecuador.com/HTML/Censo/censo_4146.htm
- Ministerio de Relaciones Exteriores. (22 de 02 de 2013). Ministerio de Relaciones Exteriores. Recuperado el 02 de 05 de 2013, de <http://www.mmrree.gob.ec/2013/bol0128.asp>
- OMC. (13 de Abril de 2012). OMC. Recuperado el 20 de Junio de 2013
- PROECUADOR. (2010). <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/04/PROEC-GC2010-JAPON.pdf>. Recuperado el 05 de Mayo de 2013
- Rivas, Patricio. La cooperación al desarrollo en el Ecuador. En: Actuar en mundos plurales, Quito: FLACSO sede Ecuador, (no.5, julio 2009): pp. 2-5

¹ Rivas, Patricio. La cooperación al desarrollo en el Ecuador. En: Actuar en mundos plurales, Quito: FLACSO sede Ecuador, (no.5, julio 2009): pp. 2-5.

¹ <http://www.comercioexterior.gob.ec/ecuador-y-japon-abren-el-camino-hacia-un-mayor-comercio-bilateral/>

¹ <http://www.comercioexterior.gob.ec/ministro-francisco-rivadeneira-inicio-agenda-en-japon/>

¹ <http://181.198.77.140:8080/bitstream/123456789/86/1/098%20DEMANDA%20DE%20BROCOLI%20EN%20EL%20MERCADO%20DE%20TOKIO%20-%20JAP%C3%93N%20Y%20SU%20COMERCIALIZACI%C3%93N%20DESDE%20LA%20PROVINCIA%20DEL%20CARCHI%20-%20PORTILLA%20ESPA%C3%91A%2c%20DANIELA.pdf>

¹ <http://mail-cenaim.espol.edu.ec/organizacion/mashistoria.html>