

Una relación comercial potencial en Asia: CACAO

Richard Amaguaña*

16 de noviembre de 2009

Resumen

En el presente documento se realiza un estudio de mercados potenciales en la región Asia-Pacífico para el cacao en grano y sus semielaborados. También se incluye un análisis de competitividad para Ecuador y sus principales competidores mundiales para el cacao en grano. Los resultados son alentadores, ya que la región Asia-Pacífico es un mercado atractivo para el cacao en grano y la pasta de cacao; no así con la manteca, grasa, aceite y el cacao en polvo, que tienen bajas o nulas opciones de entrar a esos mercados. En el análisis de competitividad Ecuador y sus dos principales competidores, Papúa Nueva Guinea y República Dominicana, presentan resultados favorables en los últimos diez años.

*Economista especializado en Finanzas de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL). Catedrático y Consultor privado de proyectos de investigación.

“Asia puede ser un potencial mercado para el cacao, siendo como es una de las economías más importantes del mundo”.

El Autor

INTRODUCCIÓN

El cacao es un producto símbolo del Ecuador. Hace ya 500 años era exportador de esta codiciada fruta, y en la actualidad como en el pasado, es *el mayor proveedor mundial de Cacao Fino de Aroma*¹. En el país es el segundo producto agropecuario de exportación y representa importantes ingresos para los productores, que en su mayoría son pequeños.

Es primordial para el país identificar nuevos mercados que permitan orientar al sector cacaotero exportador. El destino del cacao Ecuatoriano ha sido siempre Europa y Estados Unidos, sin embargo existen interesantes oportunidades en el mercado internacional. Una de ellas es Asia, que actualmente compra la quinta parte del comercio mundial de cacao, poniendo de manifiesto el potencial de este continente².

En este contexto el estudio plantea demostrar que Asia puede ser un importante socio comercial. Para lograr este objetivo se construyen indicadores que permiten reconocer los mercados atractivos para el cacao (en grano y sus elaborados), y con estos mismos indicadores identificar a los competidores en la región asiática para cada producto. Es importante acotar que para aprovechar estos mercados es necesario ser competitivo, por lo que, como un complemento al estudio, se elabora un análisis de competitividad para el país y se realiza un benchmarking con otros países, el análisis es para un periodo de diez años.

El trabajo está dividido en cuatro secciones, en la primera sección se desarrolla una caracterización del mercado mundial de cacao. En la segunda sección se describe los competidores de Ecuador. En el tercer capítulo se determinan mercados potenciales para el cacao en la región Asia-Pacífico a partir de indicadores varios. En la siguiente sección se realiza un pequeño análisis de competitividad, para terminar con las respectivas conclusiones y recomendaciones surgidos de la investigación.

¹El 40 % de la oferta global es de Ecuador

²En el 2007 compró 2800 millones de dólares de Cacao en Grano e industrializado

“El cacao es producido por los países pobres, y consumido en los países ricos”.

1. ¿Cómo es el Mercado Mundial del Cacao?

El mercado mundial de este grano es interesante: (1) El 90 % del cacao proviene de pequeños productores³, (2) aunque la oferta está concentrada, poco o nada influye en los precios, (3) es consumida en los países ricos pero es producida en países pobres, (4) la producción y por ende el precio tiene una elevada volatilidad, (5) es usado en los mercados financieros para cobertura o especulación, lo que causa más sensibilidad al mercado del cacao, el mismo que mueve casi 5,000 millones de dólares al año (Sólo de Cacao en grano).

La producción mundial de cacao ha sido históricamente muy inestable provocando volatilidad en los precios, característica propia de este tipo de mercados. El mercado mundial se ve afectado por estas variaciones que son causadas, entre otros, por los siguientes factores: problemas políticos (principalmente en los países africanos), los fenómenos sociales y naturales (por ejemplo el fenómeno del niño), enfermedades y plagas (En Brasil se ha visto reducida significativamente la producción debido a este problema).

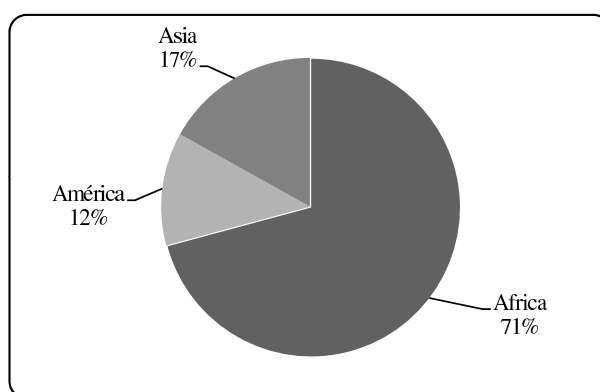


Figura 1: Producción de Cacao por Continente

Fuente: FAO Elaboración: El Autor

Los productores de cacao son países en vías de desarrollo, principalmente del continente Africano (ver figura 1). La producción ha mostrado una ten-

³Según la Organización Internacional del Cacao (ICCO) el 90 % de la producción mundial viene de pequeños productores que tienen— menos de cinco hectáreas de cultivo de Cacao.

dencia creciente en los últimos 30 años⁴. De acuerdo con datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la alimentación (FAO por sus siglas en Inglés), en el periodo 2000-2007 hubo un crecimiento promedio de la producción mundial del 4.06 % por año.

La oferta mundial alcanza los cuatro millones de toneladas al año. La producción de cacao es altamente concentrada. A presente, ocho países producen el 91.43 % del total mundial (ver cuadro 1), el primero de ellos es el país africano Costa de Marfil con una cantidad producida de 1,300,000 toneladas (ver cuadro 1), y Ecuador ocupa el séptimo lugar con una producción de 87,600 toneladas.

Cuadro 1: Producción mundial de Cacao

Por Países, TM			
Ranking	Países	2007	Participación
1	Costa de Marfil	1,300,000	32.36 %
2	Ghana	690,000	17.17 %
3	Indonesia	620,000	15.43 %
4	Nigeria	500,000	12.44 %
5	Brasil	221,699	5.52 %
6	Camerún	179,239	4.46 %
7	Ecuador	87,600	2.18 %
8	Togo	70,000	1.74 %
9	Papúa.New Guinea	50,300	1.25 %
14	Malasia	30,000	0.75 %
18	India	11,000	0.27 %
22	Filipinas	5,600	0.14 %
*	Resto del Mundo	501,711	12.49 %
Total		4,017,910	100.00 %

Fuente: FAO Elaboración: El Autor

Con respecto a la región Asiática, Indonesia y Papúa Nueva Guinea se presentan como fuertes competidores de Ecuador, el primero tiene una producción significativa y juega un papel relevante en el escenario mundial alcanzando en el 2007 las 620,000 toneladas, que lo coloca como tercero a nivel mundial, mientras el segundo tiene una producción de 50,300 toneladas y es octavo después de Ecuador. Otros países asiáticos productores son India y Filipinas, aunque sus producciones no alcanzan la quinta parte de la producción de Ecuador.

⁴El aumento en la producción se debe a la mejora de los rendimientos, en el 2000 el rendimiento mundial era 0.46 TM/Ha, y para el 2007 llegó a 0.54 TM/Ha.

Pero sólo un 65 % de la producción se vende en los mercados internacionales, de acuerdo a la ICCO existen 26 países que exportan cacao de manera significativa (más de mil toneladas) y en el 2007 exportaron 2,601,523 toneladas de cacao. La exportación mundial, al igual que la producción, está concentrada en siete países que exportan el 85.50 % del total mundial.

Entre los primeros exportadores están los países africanos, Costa de Marfil, Gana, Nigeria y Camerún quienes juntos exportaron en el 2007 un 63 % del total mundial. Ecuador, por su parte, en el mismo año exportó 80,093 ocupando el séptimo lugar en el mundo y primero a nivel americano (ver cuadro 2).

Cuadro 2: Exportaciones mundiales de Cacao

2007 , TM, Miles de Dólares				
Ranking	Exportador	Valor Exportado	Cantidad Exportada	Participación
1	Costa de Marfil	1,438,372	803,886	30.90 %
2	Ghana	896,390	506,358	19.47 %
3	Indonesia	622,600	379,829	14.60 %
4	Nigeria	403,708	216,502	8.32 %
5	Bélgica	300,514	143,555	5.52 %
6	Camerún	265,326	147,976	5.69 %
7	Ecuador	190,441	80,093	3.08 %
8	Papúa Nueva Guinea	117,938	58,868	2.26 %
14	Malasia	115,123	17,830	0.69 %
22	Islas Salomón	9,635	5,064	0.19 %
*	Total Mundial	4,815,427	2,601,253	100 %

Fuente: Trademap, ICCO Elaboración: El Autor

Nuevamente, y como era de esperarse, los países de Asia: Indonesia y Papúa Nueva Guinea, figuran entre los principales exportadores, el primero ocupa el tercer lugar mundial exportando en el 2007 casi cinco veces lo ofertado por Ecuador, mientras Papúa Nueva Guinea exportó alrededor de 20,000 toneladas menos que Ecuador; sin embargo este último debe causar más preocupación.

“Ecuador es el primer proveedor mundial de Cacao Fino de Aroma”.

2. ¿Quiénes son los competidores y qué ofrece Ecuador?

Es preciso determinar a los competidores del país porque: (1) No todo el que produce participa en el mercado internacional, (2) y los que si compiten no lo hacen en las mismas cantidades de su producción y (3) no todos ofertan el mismo cacao.

Con respecto al punto (3) es necesario mencionar que en el comercio mundial se clasifica el cacao en dos grandes categorías: el cacao *ordinario* o “bulk beans” y el cacao *fino de aroma* o “flavour”. Este último tiene mucha importancia en la industria del chocolates y tiene distinto uso al del ordinario, por lo que recibe un precio superior.

El cacao que oferta Ecuador es el “*fino de aroma*”⁵ y lleva por nombre cacao “Arriba”; este le ha dado al país reconocimiento internacional por ser un grano de alta calidad y poseer un sabor y aroma único.

La ICCO reconoce a quince países exportadores de cacao *fino de aroma* (ver cuadro 3), y les reconoce un porcentaje de sus exportaciones como fino. Sólo siete son considerados 100 %. Estos quince países ofrecen al mercado 216,717 toneladas, lo que implica que solo el 5.3 % de la producción mundial es del tipo *fino*. Como se puede observar cerca del 87 % de la producción de este tipo de cacao proviene de Latinoamérica y está altamente concentrado en cinco o seis países lo que provoca una oferta poco predecible y muy limitada.

Ecuador es el primer proveedor mundial de cacao fino de aroma con un estimado de 60,069 TM para el 2007, el cual representa un 51.2 % del total mundial. Como se puede ver en el cuadro, la ICCO reconoce el 75 % de sus exportaciones como fino de aroma. Los principales competidores para Ecuador son: República Dominicana, Papúa Nueva Guinea y Venezuela.

Con respecto al país asiático Papúa Nueva Guinea, este ocupa el tercer

⁵Ecuador también ofrece el CCN51 que aunque es un cacao de calidad no tiene el aroma del cacao nacional (UTEPI, 2007 Cacao: Estudio Agroindustrial en el Ecuador)

Cuadro 3: Exportaciones mundiales de Cacao Fino de Aroma

2007, TM					
Ranking	País	Exportaciones Totales	Porcentaje Considerado Fino	Sólo Fino	Participación Mundial
1	Ecuador	80,093	75 %	60,070	51.20 %
2	Rep. Dominicana	43,670	40 %	17,468	14.89 %
3	Papúa New Guinea	58,868	25 %	14,717	12.54 %
4	Venezuela	10,665	75 %	7,999	6.82 %
5	Madagascar	4,952	100 %	4,952	4.22 %
6	Perú	4,263	100 %	4,263	3.63 %
7	Indonesia	379,829	1 %	3,798	3.24 %
8	Colombia	1,413	100 %	1,413	1.20 %
9	Santo Tomé	2,335	35 %	817	0.70 %
10	Trinidad y Tobago	747	100 %	747	0.64 %
11	Jamaica	471	100 %	471	0.40 %
12	Costa Rica	443	100 %	443	0.38 %
13	Granada	158	100 %	158	0.13 %
14	Santa Lucía	17	100 %	17	0.01 %
15	Dominica	1	n.a		0
	Total			117,333	100.00 %

Fuente: FAO, TRADEMAP, ICCO Elaboración: El Autor

lugar con 14,717 TM exportadas lo cual representa casi la cuarta parte de la oferta de Ecuador. Sin embargo es preciso acotar que en el 2008 la ICCO, organismo oficial y rector del cacao a nivel mundial, determinó mediante su panel ad-hoc de expertos que el 75 % de las exportaciones de Papúa Nueva Guinea serán consideradas como *Fino de Aroma*, cuando antes sólo se estimaba en 25 %, por lo que se perfila como un fuerte competidor⁶.

Un mercado más interesante y de mayor valor agregado es el del cacao industrializado. En el 2007 movió 5,500 millones de dólares y en el comercio mundial tuvo un crecimiento de 25.5 % frente al 18.7 % del cacao en grano, porcentaje superior al crecimiento del sector alimentos, que fue del 8.8 %. Ecuador también produce y exporta semielaborados de cacao tales como: manteca, polvo, torta.

Según datos del Banco Central, Ecuador exportó 55.4 millones de dólares en productos intermedios (50 millones en pasta y manteca) en el año 2008⁷. Sin embargo en la actualidad no es un competidor significativo y, a diferencia del cacao en grano, no figura como principal productor y proveedor mundial.

Se elaboró un ranking de países exportadores de cacao industrializado

⁶En el mismo panel, Ecuador solicitó sin éxito, se le cambiará el porcentaje de 75 % a 100 %.

⁷Ecuador exportó en el mismo año 200 millones de cacao en grano segun BCE.

cuyos resultados se puede apreciar en la figura 2 y del cual se puede concluir que: (1) alrededor del 72 % del total mundial es exportado por los seis primeros países, (2) este grupo está formado por países desarrollados y países subdesarrollados que son productores, (3) Holanda es el primer país exportador de productos intermedios, (4) entre Holanda, Francia y Alemania (países desarrollados) proveen al mercado mundial alrededor del 42 % del total mundial, mientras que Malasia, Costa de Marfil e Indonesia (Países en vías de desarrollo y productores) exportan juntos el 30 %.

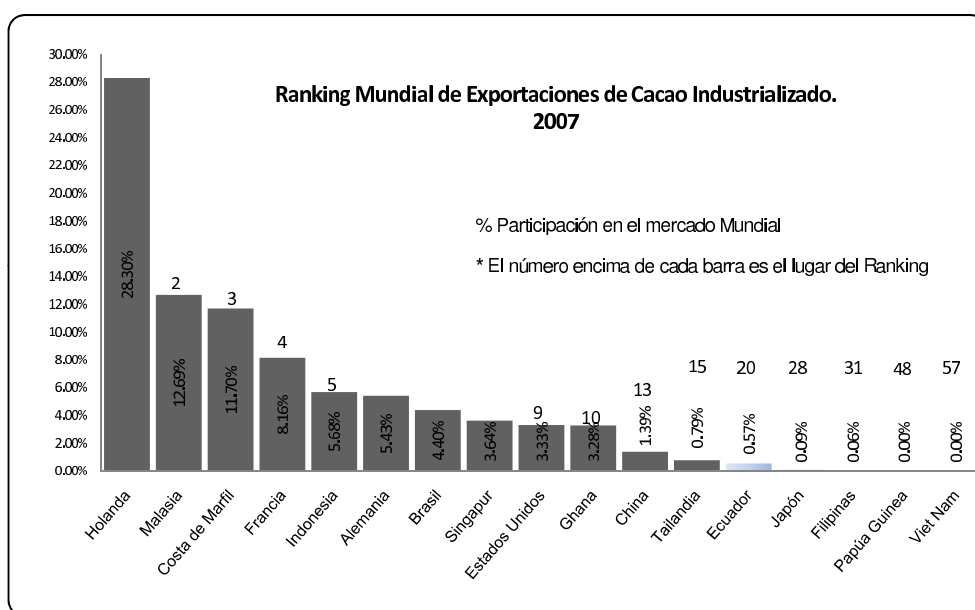


Figura 2: Ranking Países Exportadores Cacao Industrializado

Fuente: Trademap Elaboración: El Autor

Ecuador aparece en el vigésimo lugar con un 0.44 % de participación mientras los países de la región Asia-Pacífico se encuentran bien posicionados en el mercado de productos intermedios, Malasia es el segundo país a nivel mundial en vender cacao industrializado con un 12.69 % de participación, Indonesia se ubica en quinto lugar con 5.68 %, aparecen además Singapur, China y Tailandia en el puesto 8vo, 13vo, 15vo respectivamente.

“Malasia es el mayor comprador de cacao en grano en el mundo”.

3. ¿Quiénes son los compradores?

En el 2007 se pagaron 5,918 millones de dólares por tres millones de toneladas métricas de cacao en grano comercializadas, siendo los principales compradores de Europa y América del norte. En las últimas cuatro décadas los países europeos han registrado más del 50 % de la importación de cacao. Sin embargo, los mercados de mayor crecimiento en los últimos años han sido los países asiáticos, tales como Japón, Malasia y Singapur quienes compraron más del 15 % del cacao en grano del mundo⁸.

Como se puede observar en el cuadro 4, el primer país importador es Holanda (Países Bajos) con 520 mil TM compradas, sin embargo el 27 % de este total es reexportado. Por lo tanto el primer país real consumidor de cacao en grano a nivel mundial es Malasia con 438 mil TM. Estados Unidos aparece en tercer lugar con un consumo de 355 mil TM. Le siguen en el ranking Alemania, Bélgica, Francia y Reino Unido (aproximadamente el 30 % juntos) que son países reconocidos como grandes productores de chocolate. Otros compradores asiáticos son Singapur, Japón, China, Tailandia, Indonesia que para el 2007 pagaron 488 millones de dólares por 230 mil Toneladas de cacao en grano.

Cuadro 4: Importaciones mundiales de Cacao

2007, TM, Miles de Dólares				
Puesto	Importador	Valor Importado	Cantidad Importada	Participación
1	Países Bajos	940,831	520,770	15.90 %
2	Malasia	787,130	438,511	13.30 %
3	Estad Unidos	708,659	355,135	11.97 %
4	Alemania	688,532	354,149	11.63 %
5	Bélgica	400,010	186,820	6.76 %
6	Francia	371,602	173,165	6.28 %
7	Reino Unido	306,939	149,106	5.19 %
9	Singapur	169,965	89,693	2.87 %
10	Japon	164,622	68,635	2.78 %
17	China	73,455	39,477	1.24 %
19	Tailandia	40,426	20,128	0.68 %
20	Indonesia	39,221	19,655	0.66 %
*	Total Mundial	5,918,176	3,010,390	100 %

Fuente: Trademap, ICCO Elaboración: El Autor

⁸Fuente: Quintero-Díaz;2004- El mercado mundial del Cacao.

3.1. ¿Es Asia-Pacífico un mercado potencial para el sector cacaotero Ecuatoriano?

En esta sección se pretende alcanzar los siguientes objetivos, (1) Determinar si Asia-Pacífico es un mercado mundial interesante (2) que países de la región son potenciales compradores y (3) en que productos específicamente, y por último (4) determinar los competidores para Ecuador en la región Asia-Pacífico en cada producto. Para esto se procedió a la construcción de un conjunto de indicadores para todos los países importadores de Cacao o sus elaborados, con los cuales se obtiene un ranking mundial, por lo que los países de la región Asia-pacífico están ubicados en un contexto mundial.

Para el análisis se usó 231 países y se tomaron datos al 2007. Para el cacao en grano se construyeron: Balanza Comercial Relativa, Consumo Aparente y Tasa de penetración de las importaciones. Para determinar los mercados interesantes para los productos intermedios se elaboraron los siguientes indicadores: Balanza Comercial Relativa, Índice de dependencia, Indicador de Importación. A continuación se procede a explicar cada uno de ellos.

Balanza Comercial Relativa Este coeficiente ayuda a identificar el papel que un país juega en el mercado mundial, es decir reconoce la tendencia que tiene un país en el mercado, si es como comprador o vendedor. Este índice alcanza un valor comprendido entre -1 y 1 . Cuando este coeficiente está entre 0 y $+1$ significa que es exportador, y cuando está entre 0 y -1 es importador. De esta forma si un país presenta este indicador negativo, es un importador neto de cacao y por ende un potencial mercado. El índice es:

$$BCR_{i,c} = \frac{X_{i,c} - M_{i,c}}{X_{i,c} + M_{i,c}}$$

Donde

$X_{i,c}$ = Exportaciones del país c del producto i

$M_{i,c}$ = Importaciones del país c del producto i

Consumo Aparente El consumo aparente indica el estimado de producto que es consumido finalmente en un país o en alguna economía. Se lo utiliza también como una aproximación a la demanda, en ausencia de esta. Este indicador es calculado así:

$$CA_{i,c} = PB_{i,c} + I_{i,c} + E_{i,c}$$

Donde

$PB_{i,c}$ = Producción del bien i en el país c

$I_{i,c}$ = Importación del bien i en el país c

$E_{i,c}$ = Exportación del bien i en el país c

Tasa de Penetración de las importaciones Este indicador nos señala la magnitud de la competencia internacional en la demanda interna de una economía, por lo que mide la dependencia hacía las importaciones que un país tiene para satisfacer la demanda interna de un producto. También es usado como un indicador de la competitividad interna del sector. Se define como el cociente entre las importaciones de cacao de X país y el consumo interno de ese país calculado como la suma de la producción más las importaciones menos las exportaciones y los desperdicios.

$$TPI_{i,c} = \frac{M_{i,c}}{C_{i,c}} \times 100$$

Donde

$M_{i,c}$ = Volumen de importaciones del país c del producto i

$C_{i,c}$ = Consumo interno del bien i por parte del país c

Índice de Dependencia Este índice evidencia si las importaciones de cierto producto tienen una importancia relativa mayor dentro del conjunto de importaciones. Se define entonces al índice de dependencia como la relación entre las importaciones de un sector con respecto a las importaciones totales, ponderando esta relación con el cociente entre las importaciones de ese mismo sector y las importaciones totales en otro país (para nuestro caso es el mundo) que sirve de referencia ⁹.

$$ID_{i,c} = \frac{(M_{i,c} / \sum M_{i,c})}{(M_{w,c} / \sum M_{w,c})}$$

Donde

$M_{i,c}$ = Importaciones del país c del producto i

$\sum M_{i,c}$ = Importaciones totales del país i

$M_{w,c}$ = Importaciones mundiales de cacao

$\sum M_{w,c}$ = Importaciones mundiales totales

⁹Fuente: Martínez Sanchez-1994- "Competitividad Internacional en el sector de las telecomunicaciones"

Indicador de Importación Este coeficiente más allá de ser un indicador, es un método de estandarización para las importaciones; sirve de referencia para conocer la magnitud y peso de las importaciones sin necesidad de conocer todos los valores. Los rangos normalizados están entre 0(Sin Importaciones) y 1(El mayor importador).

$$I_{i,c} = \frac{m_{i,c} - \min(m_{i,c})}{\max(m_{i,c}) - \min(m_{i,c})}$$

Donde

$m_{i,c}$ = Importaciones del producto i del país c

$\min(m_{i,c})$ = Valor mínimo de las importaciones

$\max(m_{i,c})$ = Valor máximo de las importaciones

3.1.1. Cacao en Grano

Con los indicadores antes expuesto se pretende identificar a los mercados que son compradores potenciales en base a tres requisitos: (1) Que sean compradores del producto, (2) que tenga un alto consumo interno y, por último, (3) que ese consumo sea satisfecho en el mercado internacional.

Cuadro 5: Mercados Potenciales para el Cacao en Asia-Pacífico

Indicadores para determinar potenciales mercados Para Cacao en Grano Año 2007					
Ranking Mundial	País	Balanza Comercial Relativa	Consumo Aparente Miles USD	Penetración De las Importaciones	¿Es Mercado Potencial?
1	Holanda	-1.000	842,494	1.117	Sí
2	Malasia	-1.000	801,832	0.982	Sí
9	Singapur	-1.000	166,220	1.023	Sí
10	Japón	-1.000	164,602	1.000	Sí
17	China	-1.000	73,455	1.000	Sí
25	Tailandia	-1.000	41,066	0.984	Sí
28	India	-1.000	31,504	0.435	Sí
35	Corea del Sur	-1.000	12,721	1.000	Sí
55	Nueva Zelanda	-0.986	1,959	1.007	Bajo
60	Australia	-1.000	932	1.000	Bajo
	Indonesia	0.902	420,246	0.093	Competidor
	Filipinas	-0.013	9,105	0.019	No
*	Vietnam	-1.000	103	1.000	No

Fuente: Trademap, FAO Elaboración: El Autor

En el cuadro 5 se encuentran los resultados, de los cuales se puede concluir que existe un mercado potencial en la región Asia-Pacífico para el cacao en grano. Los resultados sugieren que, aquellos países clasificados como mercados potenciales son grandes consumidores de cacao en grano y abastecen

su consumo en los mercados internacionales.

De los países que conforman el grupo Asia-Pacífico siete son potenciales compradores de cacao en grano. Actualmente Ecuador ya vende su cacao a algunos de estos mercados pero en cantidades ínfimas. Es necesario acotar que Asia-Pacífico no es un mercado fácil, por ejemplo Japón es un mercado de difícil acceso por sus barreras técnicas o requisitos sanitarios¹⁰, el mismo que requeriría un estudio más a fondo.

3.1.2. Pasta de Cacao

La pasta de cacao ha visto reducida sus exportaciones desde el 2003 hasta el 2007 en un 73% mostrando recuperación en el 2008 cuando las exportaciones de este semielaborado representaron para el país un ingreso de 22 millones de dólares. Debido a este panorama variable es preciso buscar nuevos nichos de mercados.

En el cuadro 6 se muestran los resultados de los cálculos de los indicadores, de los cuales se concluye que la región Asia-Pacífico es un interesante mercado por descubrir. De acuerdo a los resultados se puede decir: (1) Australia es un mercado potencial que incluso está 12 en el ranking mundial, (2) 6 países son potenciales mercados y 3 tienen probabilidad de serlo, aunque bajas, (3) Malasia es un fuerte competidor.

3.1.3. Manteca, Grasa y Aceite de Cacao

A pesar del crecimiento permanente de los precios internacionales de este producto intermedio, las exportaciones ecuatorianas no han despegado en los últimos años. Según el BCE en el 2008 se recibieron 23 millones de dólares por 3500 TM exportadas, cuando para similar cantidad se recibió solo 12 millones de dólares en el 2006.

Como se observa en el cuadro 7 hay 4 mercados potenciales en la región Asiática y que están bien posicionados incluso globalmente. Se concluye: (1) Japón es un mercado potencial, incluso ocupa el séptimo puesto a nivel global, (2) Australia, Nueva Zelanda y Corea del Sur son también mercados potenciales aunque con un poder de compra menor, (3) existen fuertes com-

¹⁰Japón ha impuesto más de 80 reclamos a Ecuador por el uso de químicos.

Cuadro 6: Mercados Potenciales para la Pasta de Cacao en Asia-Pacífico

Indicadores para determinar potenciales mercados Para Pasta de Cacao Año 2007					
Ranking Mundial	País	Balanza Comercial Relativa	Índice de Dependencia	Indicador de Importación	¿Es Mercado Potencial?
1	Francia	-0.513	3.092	1.000	Sí
12	Australia	-0.996	2.345	0.193	Sí
13	Japón	-0.943	0.518	0.171	Sí
17	China	-0.768	0.181	0.091	Sí
18	Filipinas	-0.946	2.429	0.075	Sí
21	Corea del Sur	-0.998	0.303	0.057	Bajo
28	Tailandia	-0.713	0.477	0.036	Bajo
29	Nueva Zelanda	-0.972	2.060	0.034	Sí
47	India	-0.995	0.080	0.009	Bajo
	Singapur	0.053	0.911	0.127	No
	Malasia	0.916	0.193	0.015	Competidor
	Indonesia	0.953	0.156	0.006	Competidor
	Vietnam	-0.955	0.016	0.001	No

Fuente: Trademap, FAO Elaboración: El Autor

petidores de la región como: Singapur, Malasia, Indonesia y Tailandia.

Cuadro 7: Mercados Potenciales para Manteca, Grasa y Aceite de Cacao en Asia-Pacífico

Indicadores para determinar potenciales mercados Para Manteca, Grasa y Aceite de Cacao Año 2007					
Ranking Mundial	País	Balanza Comercial Relativa	Índice de Dependencia	Indicador de Importación	¿Es Mercado Potencial?
1	Alemania	-0.716	1.601	0.987	Sí
7	Japón	-1.000	0.782	0.283	Bajo
8	Australia	-0.986	2.031	0.184	Sí
15	Nueva Zelanda	-1.000	2.041	0.037	Sí
19	Corea del Sur	-1.000	0.137	0.028	Bajo
	China	0.562	0.094	0.052	Competidor
	Singapur	0.813	0.177	0.027	Competidor
	Malasia	0.973	0.193	0.016	Competidor
	Indonesia	0.986	0.095	0.004	Competidor
	Filipinas	0.486	0.085	0.003	Competidor
	India	0.030	0.017	0.002	No
	Tailandia	0.987	0.007	0.001	Competidor
	Vietnam	-1.000	0.007	0.000	No

Fuente: Trademap, FAO Elaboración: El Autor

3.1.4. Cacao en polvo

De todos los productos intermedios, el cacao en polvo es el que menos ingreso representa para el país. En el 2008, Ecuador exportó alrededor de 5 millones de dólares siendo este el valor más bajo en los últimos años. Es preciso mencionar que Ecuador sólo ha vendido cacao en polvo a Singapur y en cantidades no significativas.

En el cuadro 8 podemos apreciar los mercados potenciales de Asia-Pacífico. De este cuadro se puede sugerir: (1) Existen 9 países que son importadores netos de polvo de cacao (2) de los cuales 4 son potenciales mercados, (3) 5 países son mercados a descubrir pero se necesita un estudio más a fondo, (4) Existen 4 competidores fuertes: Indonesia, Singapur, Tailandia y Malasia.

Cuadro 8: Mercados Potenciales para CACAO EN POLVO en Asia-Pacífico

Indicadores para determinar potenciales mercados Para Cacao en Polvo Año 2007					
Ranking Mundial	País	Balanza Comercial Relativa	Índice de Dependencia	Indicador de Importación	¿Es Mercado Potencial?
1	Estados Unidos	-0.704	1.141	1.000	Sí
5	Japón	-0.705	0.543	0.147	Bajo
6	China	-0.276	0.348	0.144	Bajo
8	Filipinas	-0.950	4.444	0.112	Sí
10	Australia	-0.974	1.560	0.106	Sí
18	Corea del Sur	-0.977	0.402	0.062	Bajo
19	India	-0.996	0.387	0.037	Bajo
20	Nueva Zelanda	-0.966	2.564	0.034	Sí
23	Vietnam	-0.911	0.952	0.024	Bajo
	Indonesia	0.645	2.010	0.065	Competidor
	Singapur	0.676	0.518	0.059	Competidor
	Tailandia	0.412	0.515	0.032	Competidor
	Malasia	0.956	0.339	0.022	Competidor

Fuente: Trademap, FAO Elaboración: El Autor

“Papúa Nueva Guinea, competidor directo de Ecuador, ha sido más competitivo en el mercado mundial en los últimos años”.

4. ¿Quién es más competitivo?

Es importante revisar la competitividad del país para aprovechar las oportunidades encontradas, además, como se observó en la sección tres, existen importantes competidores para Ecuador en la región Asia-Pacífico. El objeto de esta sección es evaluarlos desde una perspectiva de competitividad y ubicar a Ecuador en ese contexto. Este análisis es para el producto estrella de Ecuador: cacao en grano.

Para cumplir con este objetivo se construyen tres indicadores objetivos y comparables de competitividad, los cuales son: índice de transabilidad, coeficiente de ventaja comparativa revelada e índice de inserción al mercado internacional. Los indicadores se construyen con el primer competidor a nivel mundial (Costa de Marfil), los principales competidores de Ecuador en el mercado del cacao fino de aroma (Papúa Nueva Guinea, República Dominicana, Venezuela, Colombia y Perú) y los competidores de la región Asia-Pacífico (Malasia e Indonesia), para un periodo de diez años (1997-2007).

4.1. Índice de transabilidad

Este indicador muestra, para un periodo determinado, el grado de capacidad del sector de generar excedentes netos exportables en relación al consumo interno. Para determinar la competitividad se establece como supuesto que el país es más competitivo cuando, además de satisfacer la demanda interna sin necesidad de recurrir a importaciones, se destina una alta proporción de éste a las exportaciones.

$$T_{i,c} = \frac{(X_{i,c} - M_{i,c})}{(P_{i,c} + M_{i,c} - X_{i,c})}$$

Donde

$X_{i,c}$ = Exportaciones del país c del producto i

$M_{i,c}$ = Importaciones del país c del producto i

$P_{i,c}$ = Producción del país c del producto i

Los resultados indican que en el 2007 Costa de Marfil, Ecuador, Indonesia, Perú y Venezuela son países competitivos ya que además de satisfacer

Cuadro 9: Índice de transabilidad

Índice de Transabilidad en TM					
Principales Competidores de Ecuador					
Año 1997-2007					
Productores de Cacao	1997	2003	2005	2007	Clasificación
Colombia	0,02	-0,04	-0,16	-0,24	No Competitivo
Costa de Marfil	7,87	2,35	3,35	1,62	Competitivo
Ecuador	1,03	2,75	2,82	2,04	Competitivo
Indonesia	1,98	0,73	1,10	1,39	Competitivo
Malasia	0,02	-0,90	-0,92	-0,93	No Competitivo
Papúa Nueva Guinea	27,57	18,32	12,27	-6,87	No Competitivo
Perú	-0,01	0,03	0,05	0,12	Competitivo
Rep. Dominicana	2,66	6,33	3,30	-3,74	No Competitivo
Venezuela	0,73	0,31	0,73	1,51	Competitivo

Fuente: BCE, TRADEMAP, FAOSTAT Elaboración: El Autor

su demanda interna, son capaces de exportar. Sin embargo se destaca que para el periodo 1997-2007 Malasia, Papúa Nueva Guinea y Costa de marfil han ido decreciendo en este indicador, esto se explica en parte porque estos países han sustituido las exportaciones de cacao en grano por la de derivados .Mientras que Ecuador, Perú y Venezuela han sido en la década analizada más competitivos.

4.2. El coeficiente de ventaja comparativa revelada

Este coeficiente analiza el desempeño de un país en las exportaciones de un producto dado, en comparación con sus exportaciones totales y en relación a las mismas variables a nivel mundial. Cuando este coeficiente vale 1 la ventaja del país en ese producto es neutra o igual al desempeño promedio de las exportaciones mundiales. El grado de competitividad será mayor mientras más alto sea el valor del coeficiente. La formula propuesta por Bela Balassa (Obschatko, 1993) es:

$$VCR_{i,c} = \frac{(X_{i,c}/X_{i,t})}{(X_{w,c}/X_{w,t})}$$

Donde

$X_{i,c}$ =Exportaciones del país (Ecuador, Indonesia, etc.) de Cacao

$X_{i,t}$ = Exportaciones totales del país (Ecuador, Indonesia, etc.)

$X_{w,c}$ = Exportaciones mundiales de cacao

$X_{w,t}$ =Exportaciones mundiales totales

Cuadro 10: Coeficiente de Ventaja Comparativa Revelada

Coeficiente de Ventaja Comparativa Revelada*				
Año 1997-2007				
Productores de Cacao	1997	2004	2007	Estado
Costa de Marfil	574.31	516.13	509.27	Empeoró
Papúa Nue. Guinea	44.78	55.93	69.08	Mejóro
Rep. Dominicana	22.05	17.23	45.93	Mejóro
Ecuador	21.15	28.36	39.35	Mejóro
Indonesia	10.38	11.18	15.59	Mejóro
Venezuela	1.09	0.91	2.14	Mejóro
Perú	0.00	0.28	1.18	Mejóro
Malasia	1.17	0.23	0.55	Empeoró
Colombia	0.25	0.30	0.34	Mejóro

Fuente: BCE, TRADEMAP, FAOSTAT Elaboración: El Autor

Este cuadro esta ordenado del más competitivo al menos competitivo en el año 2007 . Se observa que Costa de Marfil es el más competitivo seguido de Papúa Nueva Guinea y República Dominicana, en cuarto puesto aparece Ecuador. Pero en los últimos diez años, para el periodo 1997-2007, Costa de Marfil y Malasia empeoraron en el indicador, cada uno tiene menos ventaja relativa en el mercado de cacao en grano. Es preciso destacar también que República Dominicana (Competidor Directo de Ecuador en Cacao Fino) le ganó a Ecuador en los últimos años.

4.3. Índice de inserción al mercado internacional

Este Índice ayuda a determinar quienes son los países ganadores y perdedores en el mercado internacional del cacao en un periodo dado de tiempo, y tiene dos componentes:

- **Posicionamiento:** Tasa de crecimiento de las exportaciones de un país al mercado internacional
- **Eficiencia:** Tasa de crecimiento anual de la participación de las exportaciones de cacao en el total de las exportaciones mundiales.

Se pueden presentar cuatro situaciones:

1. Modo de inserción al mercado **positivo:** si el posicionamiento y eficiencia son positivos.
2. Modo de Inserción con oportunidades **perdidas:** si el posicionamiento es positivo y la eficiencia negativa.

3. Modo de inserción con **vulnerabilidad**: si el posicionamiento es negativo y la eficiencia positiva.
4. Modo de inserción en **retirada**: si tanto el posicionamiento como la eficiencia son negativos.

En el cuadro once se presentan los resultados encontrados

Cuadro 11: **Índice de inserción al mercado internacional**

Índice de Inserción al Mercado Internacional				
Principales productores de Cacao en Grano.				
1997-2007				
	País	Posicionamiento	Eficiencia	Clasificación
1	Colombia	4.05841	4.11661	Positivo
2	Perú	1.67511	1.68023	Positivo
3	Ecuador	0.38675	0.30842	Positivo
4	Venezuela	0.09085	0.13311	Positivo
5	Rep. Dominicana	0.08033	0.07669	Positivo
6	Indonesia	0.07871	0.05676	Positivo
7	Papúa Nue. Guinea	0.05973	0.04708	Positivo
8	Malasia	0.04756	0.04221	Positivo
9	Costa de Marfil	-0.01549	-0.03823	En retirada

Fuente: BCE, TRADEMAP, FAOSTAT Elaboración: El Autor

Se puede apreciar que todos los países, excepto Costa de marfil presentan un escenario positivo, lo que implica que han tenido un crecimiento de sus exportaciones y una participación cada vez mayor en los mercados internacionales. Los más destacados son Colombia y Perú, que han aprovechado mejor las oportunidades en los mercados internacionales. Costa de Marfil nuevamente presenta resultados negativos y tiene una situación de *retirada*, es decir que el mayor productor y exportador del mundo está cada vez perdiendo protagonismo.

Conclusiones Potenciales mercados Para el principal producto de Ecuador, el cacao en grano, se obtienen resultados positivos, puesto que Malasia, Singapur, Japón, China, Tailandia, India, Corea del Sur son mercados atractivos. También se encuentra dos competidores fuertes, Indonesia y Papúa Nueva Guinea.

El semielaborado Pasta de Cacao tiene excelentes oportunidades en Australia, Japón, China, Filipinas, Nueva Zelanda, y en menor medida Corea del Sur, Tailandia e India. Existen dos competidores importantes, Malasia e

Indonesia.

El producto manteca, grasa y aceite de cacao existen nulas oportunidades, es un mercado ya cubierto con grandes competidores como China, Malasia, Indonesia, entre otros, y solo un par de países, Australia y Nueva Zelanda figuran como posibles compradores, sin embargo estos no lo hacen en grandes cantidades, por lo que se concluye que no hay mercado para este producto en la región Asiática.

El cacao en polvo parece tener ciertas oportunidades en Japón, China, India, Corea del Sur, etc, pero son mercados que ya están cubiertos por Indonesia, Malasia, Tailandia, por lo que de existir la oportunidad, se tendría una entrada difícil al mercado.

Conclusiones Análisis Competitividad Ecuador presenta resultados positivos ya que ha sabido satisfacer la demanda interna, exportar sostenidamente a los mercados internacionales y mantener un crecimiento acorde al mercado del cacao. Sin embargo es preciso notar que otros países como Colombia y Perú han sabido aprovechar mucho mejor las oportunidades del mercado y representan a mediano-largo plazo una amenaza para Ecuador.

Papúa Nueva Guinea y República Dominicana son los competidores directos de Ecuador, debido a que ofrecen el mismo tipo de cacao el Fino de Aroma¹¹, y ambos presentan resultados positivos. Estos países han logrado mantenerse y ganar cierta posición en el mercado internacional. Papúa Nueva Guinea logro que el organismo oficial ICCO reconozca que el 75 % (Antes solo era el 25 %) de las exportaciones de cacao son de Fino de Aroma.

Los países de la región Asiática Malasia e Indonesia tienen resultados neutros, por un lado Indonesia ha mejorado levemente, casi se podría decir que se ha mantenido. Sin embargo Malasia presenta resultados negativos, ahora consume mucho más de lo que produce y empeoró en el coeficiente de ventaja comparativa revelada, esto es básicamente al crecimiento de la industria de semielaborados, sobretodo de Manteca de Cacao, que entre el 2004 y 2008 creció 300 %.

Costa de Marfil presenta resultados negativos en los últimos años y se prevé que se mantenga. Todos los indicadores señalan la disminución de la

11

participación en el mercado del cacao en grano. Esto es debido a que Costa de Marfil está sustituyendo las exportaciones de cacao en grano por las de semielaborado de cacao, generado cada vez mayor valor agregado ¹².

Los países de la región que obtuvieron resultados positivos fueron todos: Colombia, Perú, República Dominicana, Venezuela resaltando el crecimiento del consumo interno de Colombia, por lo que este país presenta resultados negativos a la hora de generar excedentes exportables, es decir su oferta crece menos que su demanda.

¹²Costa de Marfil tuvo del 2004 al 2008 un crecimiento de 320 % en las exportaciones de semielaborados de cacao

Referencias

- [1] AVALOS CUESTA, PAMELA; GARCIA GUTIERREZ, JAVIER; -2000- *“Inteligencia competitiva y definición de una Estrategia para la comercialización del cacao en grano de la variedad ”Arriba.”*”.
- [2] BANCO CENTRAL DEL ECUADOR -2005- Internet, Página Web Oficial: www.bce.fin.ec.
- [3] BANCO CENTRAL DEL ECUADOR-AGENDA DE COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD-2003- *“Indicadores de competitividad: apertura comercial y Capital Humano”*.
- [4] CAISAPANTA ARAGONES; XAVIER; RODRIGUEX ROSALES ESPERANZA -2000-”*Proyecto de producción y exportación del cacao CCN-51 en la Península de Santa Elena-Proyecto trasvase CEDEGE*”.
- [5] CORPORACION DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES *“Estudio de otros Mercados Potenciales para el Cacao Ecuatoriano (Plan P1001; P1004)”*.
- [6] GRAUE, ERWIN-1950- *“Is Cocoa Being valorized”*.
- [7] MARTÍNEZ SANCHEZ -1994- *“Competitividad Internacional en el sector de las telecomunicaciones ´´*
- [8] MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS,URUGUAY-2006- *“Matriz de Indicadores de Competitividad”*.
- [9] NICULESCO, B.M-1954- *“Fluctuations in Incomes of Primary producers: Further Comment”*.
- [10] OBSCHATKO, E.; SIGUIGLIA, E. ; DELGADO R.; -1993- *“Efectos de la desregulación sobre la competitividad de la producción argentina”*.
- [11] PORTER, MICHAEL;HARVARD UNIVERSITY-2007- *“Que es Competitividad”*.
- [12] QUINTERO DÍAZ; -2004- *“El mercado mundial del Cacao.”*
- [13] SCHWARTZ,M ; IBARRA,K; ADAM,C-2007- *“Indicadores de competitividad de la industria exportadora chilena de palta (aguacate)”*.
- [14] UTEPI-2007- *“Cacao: Estudio Agroindustrial en el Ecuador”*