

BANANA REPUBLIC: UN ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD ENTRE ECUADOR Y PAÍSES DE ASIA PACÍFICO

*Banana Republic: Analysis Competitiveness between Ecuador and Asia Pacific
Countries*

Fabian Vilema¹
Grupo de Investigación y Docencia Económica

Resumen

El presente estudio realiza un análisis de competitividad del Banano entre el Ecuador y los países de Asia-Pacífico. En una primera parte se construye un conjunto de indicadores de competencia que permite comparar el poder comercial que tiene cada país internacionalmente sobre el Banano. En una segunda parte se agrega un conjunto de variables socioeconómicas para mediante el uso de técnicas multivariantes analizar la composición del mercado tanto de producción como de consumo de banano de cada país en estudio.

Palabras clave: Banano, Análisis Multivariado, Competitividad, Asia-Pacífico, Ecuador.

Códigos JEL: C49, D9, F14, O13, Q17, L7

¹ Todos los comentarios expuestos en este documento son de responsabilidad exclusiva del autor más no de la institución que representa. Se agradece los comentarios a: fvilema@gmail.com ó fvilema@gride.ec

I. Introducción

El comercio mundial del banano tiene una estructura muy dispar entre productores y exportadores ya que los principales países productores no son los principales exportadores de la fruta, esto debido a la baja densidad de consumo interno de esos países productores, que en su mayor parte son países en vías de desarrollo. Por otro lado, el alto nivel de negociación que tienen los principales países exportadores, que en algunos casos son países con un alto nivel de tecnología y avanzadas cadenas de transportaciones, amplían esta brecha estructural de este mercado.

El banano es un producto con características muy homogéneas entre los países de Asia Pacífico, ya que estos países, al situarse en la zona media del globo terráqueo geográficamente comparten ciertas similitudes en la producción de bienes agrícolas². Este es el caso del banano donde cinco de los principales productores de la fruta se encuentran dentro de este grupo de países. De la misma manera, dos de los principales exportadores en el mundo provienen de esta región.

El mercado de consumo de banano en esta zona tiene características muy heterogéneas que varían en función del ingreso de sus habitantes. En ciertos países la fruta es considerada como un bien suntuario (Japón), mientras que en otros es un producto básico en la alimentación de sus habitantes (India).

Por el lado de la competitividad Ecuador presenta una supremacía en sus exportaciones³ al comparar con sus principales competidores en la Zona de Asia Pacífico (ZAP) como son Filipinas y Malasia. La mayor parte de las exportaciones ecuatorianas en la ZAP tienen como destino Japón y Nueva Zelanda. Sin embargo, el producto ecuatoriano tiene a la vista potenciales oportunidades y ventajas frente a sus competidores para desarrollarse en el mercado asiático. Esto se produce por razones de costos de transportación, ya que la mayoría de los puertos y de las plantaciones bananeras, se encuentran en el lado del Océano Atlántico, lo que obliga a cruzar el canal de Panamá para acceder al mercado asiático. (Rosero, 2001)

Una característica particular de estos mercados, es la evolución económica que han desarrollado durante estos últimos años, en especial China, lo que ha permitido aumentar el consumo de Banano especialmente en países donde el ingreso per cápita de sus habitantes es alto, tal es el caso de Hong Kong, Corea del Sur, Malasia y Singapur.

II. El Comercio del Banano en el Mundo

a. Producción

El crecimiento de la producción mundial de banano durante el periodo 2000-2007 fue del 3.5% en promedio; mientras que la producción de los 20 principales productores de banano fue en promedio durante el mismo periodo, del 4.8%. Como se puede apreciar, la tasa de crecimiento de los 20 principales países productores es mayor a la tasa de crecimiento de la producción mundial según datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación (FAO)⁴. En el año 2007, el 87% de la producción mundial de banano fue producido por los 20 principales países productores

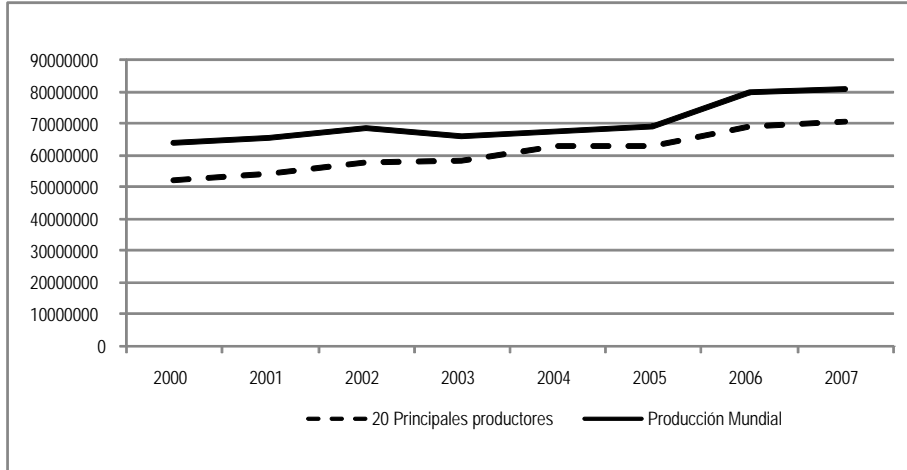
² Historia del Banano, Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador, AEBE, 2009.

³ El banano es el segundo producto de exportación que tiene el Ecuador, su participación para el 2008 fue del 12,2%. (Ver Gráfico No. 14)

⁴ Información estadística obtenida del modulo FAOSTAT

de la fruta; incrementando su participación desde el año 2000 donde los principales países productores aportaban con tan sólo el 82% de la producción mundial.

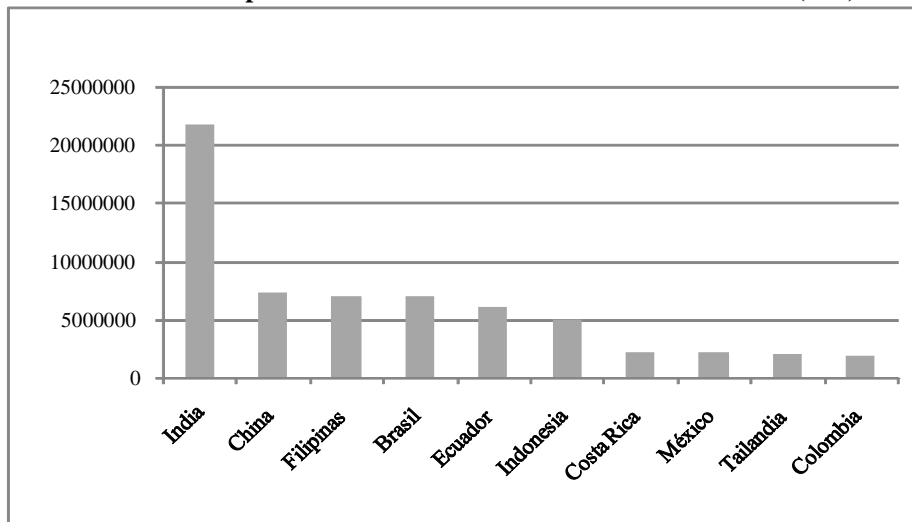
Gráfico No. 1
Producción Mundial de Banano - 2000-2007
En Toneladas Métricas (TM)



Fuente: FAOSTAT (2008)

Con datos disponibles de la FAO para el 2007, el Gráfico No. 2 muestra los 10 principales productores de banano en el mundo. El principal productor a nivel mundial de banano es la India, país que en el año 2007 produjo cerca de 21 millones de toneladas métricas de banano, en segundo lugar se encuentra China, quien produjo en el 2007 aproximadamente 7.3 millones de toneladas métricas, en tercer lugar se encuentra Filipinas y en cuarto Brasil, quienes produjeron 7 y 6.9 millones de toneladas métricas respectivamente. Finalmente, el Ecuador ocupa el 5to lugar a nivel mundial con una producción de banano de 6.1 millones de toneladas métricas aproximadamente.

Gráfico No. 2
Principales Productores de Banano a Nivel Mundial - (TM)

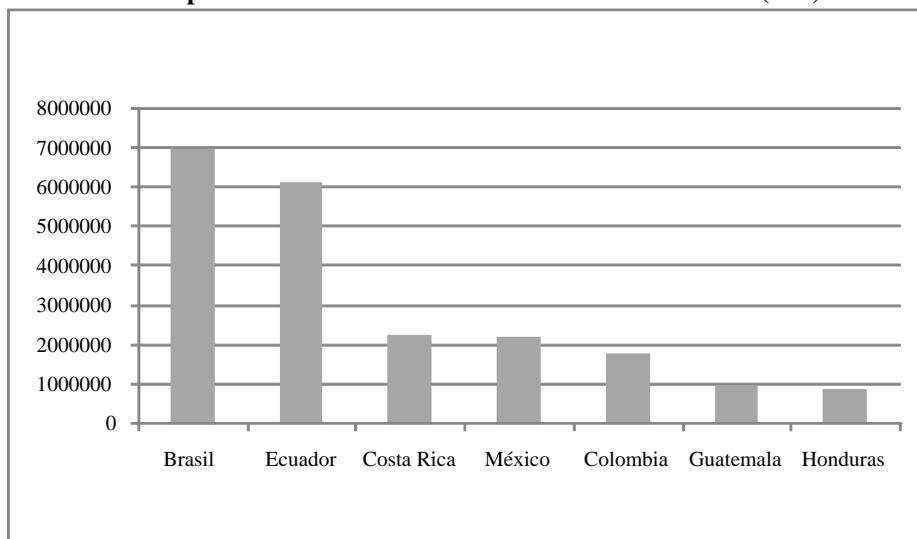


Fuente: FAOSTAT (2008)

El gráfico No. 3 muestra que para la zona latinoamericana el principal productor de banano es Brasil, quien produjo aproximadamente 6.9 millones de toneladas métricas de banano en el 2007. En segundo lugar se encuentra el Ecuador, quien produjo en el año

2007 6.1 millones de toneladas métricas aproximadamente, y en tercer lugar se encuentra Costa Rica, quien produjo cerca de 2.2 millones de toneladas métricas aproximadamente para ese mismo año.

Gráfico No. 3
Principales Productores de Banano en América Latina - (TM)

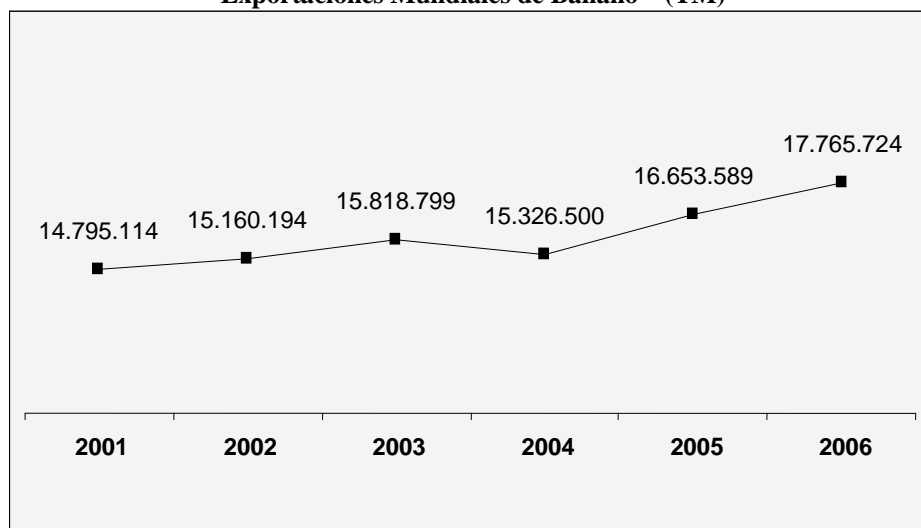


Fuente: FAOSTAT (2008)

b. Exportaciones

Entre el año 2001 y el 2006⁵, las exportaciones mundiales de banano y plátano crecieron en 20.08%, a una tasa promedio anual del 3.81%. El mayor crecimiento en este período se registró en el año 2005, cuando las exportaciones aumentaron en un 8.66% frente al 2004. En el gráfico No.4 se puede observar la evolución de las exportaciones desde el año 2001, registrando 17.765.724 TM para el 2006.

Gráfico No.4
Exportaciones Mundiales de Banano – (TM)



Fuente: TradeMap (2008)

⁵ Se utilizó la información estadística de la base de datos de TradeMap proporcionado por el Centro de Comercio Internacional de la UNCTAD/OMC, bajo el módulo Product MAP se obtuvo información para el periodo comprendido entre los años 2001 y 2006.

La Tabla No.1 muestra los principales exportadores de banano a nivel mundial y la evolución de sus exportaciones en TM desde el 2001 al 2007. Como se puede observar, el Ecuador se mantiene en el primer lugar durante todos los años, seguido por Costa Rica y Filipinas para el 2007, mientras que Colombia, Bélgica y Guatemala se ubican en cuarto, quinto y sexto lugar respectivamente, con exportaciones que superan el millón de toneladas métricas. En el caso de Bélgica, pese a no ser productor, es el mayor reexportador de banano dentro de la Unión Europea.

Tabla No. 1
Exportaciones Mundiales
En Toneladas Métricas (TM)

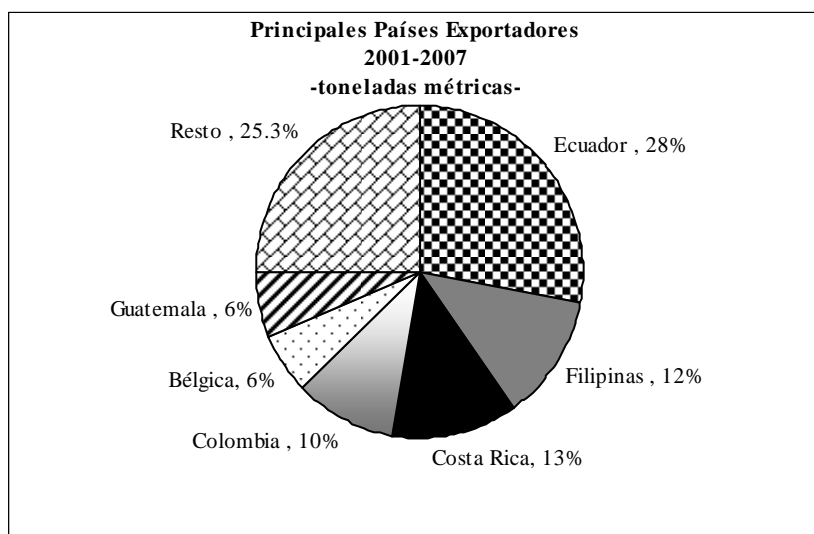
Países	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Ecuador	3,648,953	4,350,253	4,758,764	4,698,817	4,847,167	4,958,301	5,286,874
Filipinas	2,129,309	1,682,647	1,828,222	1,783,938	2,024,328	2,311,592	2,218,202
Costa Rica	1,980,042	1,802,519	2,064,120	2,044,923	1,791,128	2,195,584	2,532,609
Colombia	1,485,471	1,589,143	1,552,667	1,589,725	1,761,185	1,697,411	1,749,243
Bélgica	1,008,406	902,192	890,054	938,779	973,136	1,095,881	1,188,058
Guatemala	982,572	1,083,910	1,030,165	213,861	1,231,256	1,140,581	1,542,605
Panamá	468,123	451,885	386,462	n.d	353,147	432,971	438,554
EE.UU	406,951	416,600	427,543	445,757	449,647	444,307	459,521
Costa de Marfil	329,676	n.d	n.d	252,423	234,466	286,397	290,757
Malasia	224,846	27,857	24,617	21,101	33,847	26,779	27,138
Francia	206,314	231,705	202,845	214,539	185,984	173,233	155,677
Alemania	153,377	203,902	176,902	236,370	275,231	429,446	421,129
Italia	148,245	137,136	126,099	129,388	110,894	129,209	115,075
Honduras	146,157	452,996	463,130	574,053	547,406	516,156	570,096
Republica Dominicana	135,300	137,039	149,897	143,947	184,826	215,406	236,141
México	133,550	167,241	41,553	57,244	70,166	66,599	41,581
Resto Mundo*	1,207,822	1,523,169	1,695,759	1,981,635	1,579,775	1,645,871	1,780,040
Mundo	14,795,114	15,160,194	15,818,799	15,326,500	16,653,589	17,765,724	19,053,300

Fuente: TradeMap (2008)

*para el 2007 no se incluyen todos los países

En el Gráfico No.5, a partir de datos agregados promedios, entre el 2001 y el 2007, las exportaciones ecuatorianas de banano representaron el 28% de las exportaciones globales, ubicándolo como el líder indiscutible. Filipinas se ubica como el segundo mayor exportador de banano con el 12%, Costa Rica y Colombia se ubican como tercer y cuarto país exportador, representando el 13% y 10% del volumen total respectivamente. Otros países con pesos importantes son Honduras, Estados Unidos, Panamá y Alemania.

Gráfico No. 5



Fuente: TradeMap (2008)

c. Mercado de Destino

A nivel de los países importadores de banano, Estados Unidos fue el destino del 27.34% de las importaciones totales entre el año 2001 y el 2007, mientras que países europeos como Alemania, Bélgica y Reino Unido captaron el 9.86%, 8.63% y 7.05%, respectivamente. En su conjunto, la Unión Europea es el mayor importador de banano a nivel mundial. Otros mercados importantes incluyen a Rusia y Japón. En la Tabla No. 2 se muestran los principales países importadores de banano a nivel mundial y la evolución de sus importaciones en toneladas métricas desde el año 2001.

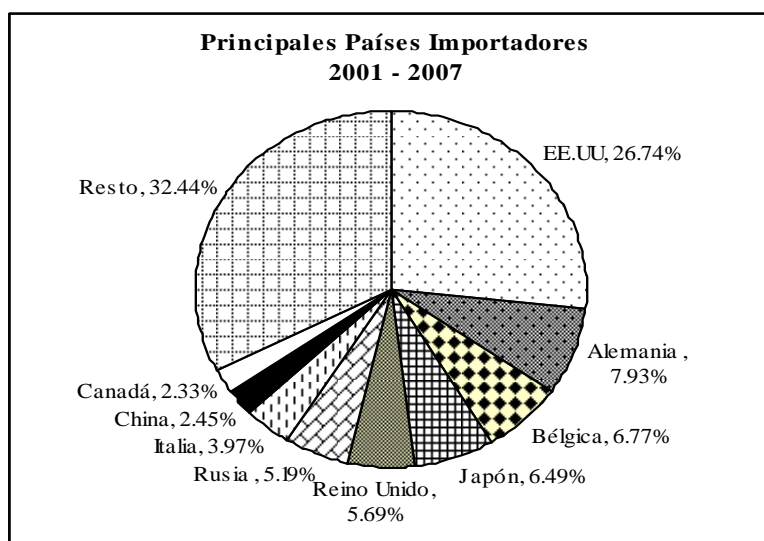
Tabla No.2
Importaciones Mundiales
En Toneladas Métricas

Países	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
EE.UU	27.65%	29.50%	27.74%	27.20%	25.89%	24.42%	24.77%
Alemania	7.53%	8.55%	7.95%	7.70%	7.57%	7.83%	8.37%
Bélgica	6.86%	6.42%	6.50%	6.74%	6.33%	7.21%	7.32%
Japón	6.75%	6.67%	6.64%	6.72%	6.76%	6.24%	5.64%
Reino Unido	5.14%	6.04%	5.96%	5.60%	5.45%	5.66%	5.99%
Rusia	4.17%	4.63%	5.39%	5.61%	5.48%	5.35%	5.69%
Albania	4.14%	0.13%	0.15%	0.11%	0.11%	0.10%	n.d
Italia	3.89%	4.27%	4.03%	4.08%	3.64%	3.88%	4.00%
China	2.82%	2.48%	2.83%	2.49%	2.25%	2.32%	1.93%
Canadá	2.76%	2.97%	2.26%	1.75%	1.89%	1.96%	2.74%
Francia	2.59%	2.68%	2.65%	2.86%	2.68%	2.52%	2.95%
Argentina	2.25%	1.63%	1.93%	1.99%	1.91%	1.77%	1.85%
Polonia	1.84%	1.71%	1.75%	1.70%	1.52%	1.47%	1.36%
Portugal	1.35%	1.26%	1.08%	1.05%	1.04%	0.91%	0.90%
Resto Mundo	20.26%	21.06%	23.14%	24.39%	27.47%	28.36%	26.48%
Mundo	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

Fuente: TradeMap (2008)

Cabe mencionar la importancia que tienen países como Bélgica, Alemania, Reino Unido e Italia, en la participación de las importaciones al operar como reexportadores de la fruta dentro del mercado europeo. El Gráfico No. 6 muestra una breve descripción de la participación en las importaciones totales que tienen estos países. El alto nivel en infraestructura con la que cuentan estos países permite que cadenas logísticas de transporte se desarrollen promoviendo mayores niveles de comercialización del banano, en especial en el mercado de Europa del Este (Baquero, 2004).

Gráfico No. 6



Fuente: TradeMap (2008)

III. Análisis de Competitividad entre Ecuador y Países de Asia Pacífico

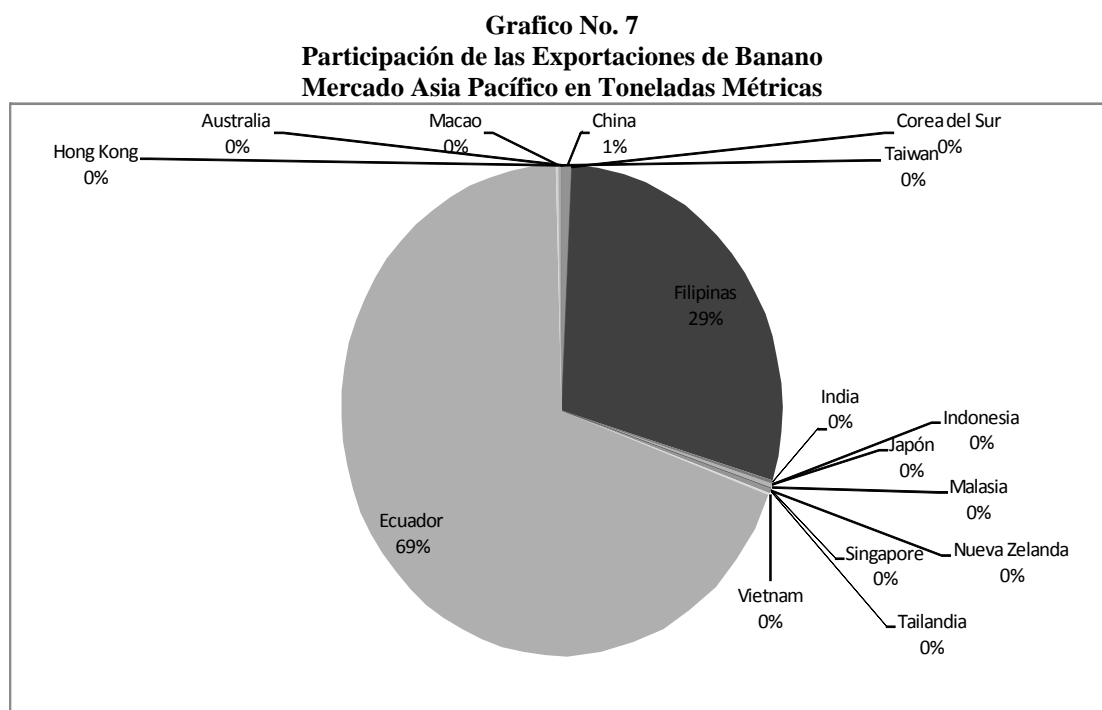
a. Indicadores de Competitividad

Si bien el Ecuador es el primer país exportador de banano y el quinto productor de la fruta a nivel internacional, es necesario analizar el nivel de competitividad que tiene el Ecuador respecto a los países competidores asiáticos, en especial Filipinas, China, India, Indonesia, Tailandia y Malasia, al momento de preparar ciertas estrategias que permitan promocionar la fruta en este tipo de mercados.

Para esto, se usarán un conjunto de indicadores que permite medir el nivel de competitividad del sector tales como: la Participación en los Mercados Internacionales, el Coeficiente de Ventaja Comparativa Revelada, la Tasa de Penetración de las Importaciones y la Tasa de Exposición a la Competencia Internacional⁶.

Participación en los Mercados Internacionales

La participación en los mercados se obtiene midiendo la cantidad de exportaciones que genera cada país dentro del total de exportaciones del mercado Asia Pacífico. El Gráfico No. 7 muestra que, durante el 2007,⁷ la mayor participación⁸ de exportaciones dentro de dicho mercado la obtiene Ecuador con un 69% liderando la comercialización de esta fruta, seguida con una menor participación Filipinas con un 29%, y con una participación marginal China (1%) y Malasia (0.35%). Los principales destinos del banano ecuatoriano en estos mercados son: Japón, y Nueva Zelanda (BCE, 2008).



Fuente: TradeMap (2008)

⁶ Para esta sección se utiliza la metodología sugerida por Recalde, M., y Barraud, A., (2003), los cuales construyen un conjunto de indicadores que permita analizar el nivel de competitividad que existe en el mercado de la carne vacuna entre los países de Argentina y Canadá.

⁷ Para obtener la participación en este mercado se consideró todas exportaciones proporcionadas por los países que forman parte de la región de Asia Pacífico como un total de las exportaciones globales.

⁸ Para obtener la participación en este mercado se consideró todas exportaciones proporcionadas por los países que forman parte de la región de Asia Pacífico como un total de las exportaciones globales.

Coefficiente de Ventaja Comparativa Revelada ($VCR_{i,c}$)⁹

El 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. Si el coeficiente es 1, la ventaja del país en ese producto es neutra o igual al desempeño promedio de las exportaciones mundiales. Mientras más alto es el valor del coeficiente, mayor es el grado de competitividad del país en el producto (Calderón, 2003).

La Tabla No. 3 presenta los valores del coeficiente de ventaja revelada y muestra que en lo que respecta al banano Ecuador obtiene una mayor índice (172.91) en comparación con sus competidores más cercanos en el mercado asiático como son Filipinas (14.18) y Malasia (0.60), para el año 2007. Este dato afirma la supremacía en competitividad que tiene el banano ecuatoriano sobre sus competidores en ese mercado. Sin embargo hay que tener en cuenta que entre el 2003 -2007 Ecuador perdió ciertos puntos en su factor de competitividad, esto debido a la aparición de nuevos competidores en este mercado que en periodos anteriores no tenían la misma fuerza como son: Malasia, Tailandia y Vietnam¹⁰.

Tabla No. 3
Coefficiente de Ventaja Comparativa Revelada

	1998	2000	2003	2005	2007
Australia	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
China	0.08	0.26	0.13	0.06	0.01
Corea del Sur	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00
Filipinas	6.22	12.68	15.25	20.41	14.18
India	0.07	0.17	0.09	0.07	0.07
Indonesia	0.23	0.01	0.00	0.02	0.00
Japón	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Malasia	0.05	0.15	0.11	0.07	0.60
Nueva Zelanda	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Singapur	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00
Tailandia	0.01	0.07	0.03	0.06	0.58
Vietnam	0.16	0.06	0.26	0.09	0.42
Ecuador	162.29	298.59	355.76	259.17	172.91
Hong Kong	0.02	0.03	0.02	0.03	0.01
Macao	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Taiwán	0.11	0.23	0.24	0.11	0.13

Fuente: FAO/TradeMap (2008)

⁹ $VCR_{I,C} = (x_{I,b} / x_{I,t}) / (x_{w,b} / x_{w,t})$; donde:

$X_{i,b}$ = exportaciones de banano del Ecuador

$X_{i,t}$ = exportaciones totales del Ecuador

$X_{w,b}$ = exportaciones mundiales de banano

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

¹⁰ Si bien Ecuador tiene un alto nivel de competitividad sobre sus competidores, no es el principal proveedor de la fruta en el mercado Asiático. Filipinas al poseer una posición geográfica en esta zona ocupa el primer lugar en proveer banano. La reducción de costos de transporte hace que el producto filipino obtenga una gran ventaja sobre las exportaciones ecuatorianas de banano.

Tasa de Penetración de las Importaciones (TPI)¹¹

La tasa de penetración de las importaciones es un indicador de competitividad interna del sector. El objetivo es conocer la magnitud que la competencia internacional tiene sobre la demanda interna del banano. Una menor tasa de penetración indica que no existe una fuerte penetración de importaciones de banano del exterior que compita con el banano ecuatoriano.

En la Tabla No. 4 se muestran el valor que tiene el factor medido por la penetración de las importaciones de banano en los países de Asia Pacífico. Se aprecia que en entre 1998 y 2007 los principales mercados de consumo de banano en el mercado asiático son Japón, Corea del Sur, Singapur, y Nueva Zelanda. Como era de esperarse los países como India, Filipinas, Indonesia, Tailandia, Vietnam y Ecuador tienen una tasa del 0% debido que su capacidad de producción de banano no permite la introducción de otro producto similar a su mercado interno. Sin embargo, hay que tener en cuenta que tanto en China como en Malasia su producción doméstica no logra satisfacer el consumo interno de la fruta por lo que optan por importar desde otros países para satisfacer la demanda de banano (Carballas, 2003).

Tabla No. 4
Tasa de Penetración de las Importaciones

	1998	2000	2003	2005	2007
Australia	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
China	0.14	0.11	0.07	0.07	0.07
Corea del Sur	1.07	1.06	1.06	1.64	1.99
Filipinas	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
India	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Indonesia	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Japón	1.20	1.20	1.20	1.32	1.20
Malasia	0.00	0.00	0.00	0.00	0.03
Nueva Zelanda	1.09	1.10	1.08	1.20	1.34
Singapur	0.38	0.24	0.17	0.23	0.24
Tailandia	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Vietnam	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Ecuador	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Hong Kong	NI	NI	NI	NI	NI
Macao	NI	NI	NI	NI	NI
Taiwán	NI	NI	NI	NI	NI

Fuente: FAO/TradeMap (2008)

NI=No existe información para calcular el índice

¹¹ $TPI = \frac{M}{C} * 100$; donde, M = Importaciones, C = Consumo

Tasa de Exposición a la Competencia Internacional (ECI)¹²

Otro punto a considerar es el alto nivel de importaciones de Corea del Sur y Singapur que son países donde el producto ecuatoriano no tiene un mayor nivel de negociación, esto reflejado en la cantidad marginal de exportaciones a estos países. Estos mercados a futuro podrían ser una buena opción de apertura a nuevas exportaciones de banano ecuatoriano (Baquero, 2004).

Este indicador indica el porcentaje de la producción nacional expuesta a la competencia externa. El indicador supone que las exportaciones enfrentan la competencia internacional en los mercados mundiales y que la producción destinada al consumo interno está sujeta a la competencia de las importaciones.

Tabla No. 5
Exposición a la Competencia Internacional

	1998	2000	2003	2005	2007
Australia	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
China	0.16	0.12	0.08	0.08	0.07
Corea del Sur	ND	ND	ND	ND	ND
Filipinas	0.33	0.32	0.34	0.32	0.32
India	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Indonesia	0.02	0.00	0.00	0.00	0.00
Japón	1.20	1.20	1.18	1.27	0.70
Malasia	0.06	0.06	0.05	0.06	0.08
Nueva Zelanda	ND	ND	ND	ND	ND
Singapur	0.40	0.24	0.17	0.23	0.24
Tailandia	0.00	0.00	0.00	0.02	0.02
Vietnam	0.01	0.00	0.06	0.02	0.01
Ecuador	0.71	0.62	0.72	0.78	0.86
Hong Kong	-	-	-	-	-
Macao	-	-	-	-	-
Taiwán	-	-	-	-	-

Fuente: FAO/TradeMap (2008)

ND=Valor no definido al no existir producción

-Información no existente

La Tabla No. 5 muestra los valores de exposición que tienen las exportaciones e importaciones en el mercado internacional. Para países como Japón, y Singapur su producción de banano es muy marginal que no permite satisfacer el consumo lo que hace que la mayor parte del producto sea importado. Para países como Corea del Sur, y Nueva Zelanda la dependencia del producto importado es alta, ya que, la producción de la fruta es casi nula. Esto no sucede con países como China, Vietnam y Malasia que su dependencia del producto importando es muy marginal ya que su producción abarca casi en su totalidad de la demanda de banano.

¹² $ECI = \frac{X}{P} \pm \left[1 - \left[\frac{X}{P} \right] * TPI \right]$; donde, $\frac{X}{P}$ = Porcentaje de las exportaciones sobre la producción,

TPI = Tasa de penetración de las exportaciones.

En el caso de Filipinas y Ecuador, su producción es mucho mayor al consumo de la fruta, lo que permite que la mayor parte de lo producido sea exportado a otros países haciendo que la dependencia del banano importando sea nula. Un caso en particular es China donde a pesar de ser un importante productor no satisface su demanda interna lo que obliga a importar, esto debido a la gran cantidad de población que tiene ese país.

b. Análisis Multivariado de Competitividad

De lo expuesto anteriormente se puede apreciar que entre 1998 y 2007 la estructura participativa en el mercado asiático en lo que respecta a producción, consumo y exportaciones de banano ha tenido una gran variabilidad, esto debido a la evolución en la preferencia por la fruta en países como Singapur, Corea del Sur, Nueva Zelanda y Japón. De la misma manera, la aparición de nuevos competidores en el mercado como: Vietnam, Tailandia, China y Malasia, han hecho que ciertos países exportadores (Filipinas y Ecuador) cedan espacios en el mercado de exportaciones de banano.

Por esta razón es necesario conocer la estructura de mercado de los países asiáticos tanto en consumo como en producción, para poder plantear estrategias que permitan a los exportadores de banano ecuatoriano abarcar nuevos mercados en países asiáticos, además de conocer cuáles son las ventajas y desventajas que enfrentan sus competidores más próximos.

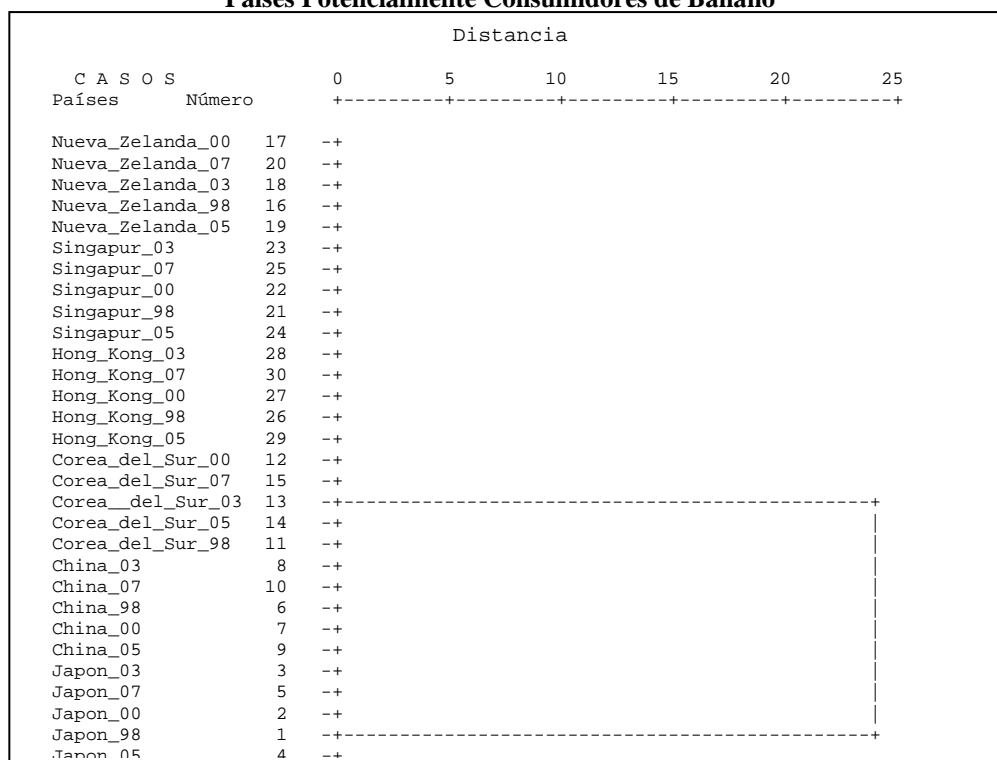
Países Consumidores

Para realizar el análisis de mercados potenciales se consideró aquellos países de la ZAP en los cuales existen altos niveles de importación de la fruta (Ver Tabla No.6). Para determinar la estructura de un mercado consumidor se consideró ciertas variables socio económicas que permitan analizar el nivel de preferencia que determina un aumento en el consumo de banano. Bajo el supuesto de que la variación del ingreso de las personas motiva al cambio en el consumo se analizó ésta variable junto con otras como: el Índice de Desarrollo Humano, PIB per cápita, PIB real, Grado de Apertura Económica, Balanza Comercial, crecimiento de las importaciones de banano, y el tamaño de la población.

El Gráfico No. 8 muestra el resultado del análisis clúster realizado utilizando como método de clasificación los algoritmos jerárquicos acumulativos, y como medida de distancia la euclidiana al cuadrado y como método de enlace el de vecino más lejano (Pérez, 2004). Los resultados presentan un clúster donde se refleja una agrupación de países (Japón, China, Corea) con un fuerte potencial en consumo e importación de banano, así como también condiciones económicas muy similares entre si. Esto no sucede con los demás países, ya que siendo importadores de la fruta su participación en el consumo total de la zona Asia Pacífico es marginal.

Gráfico No. 8
Dendograma

Países Potencialmente Consumidores de Banano



Fuente: SPSS en base a estadísticas de la FAO/TradeMap (2008)

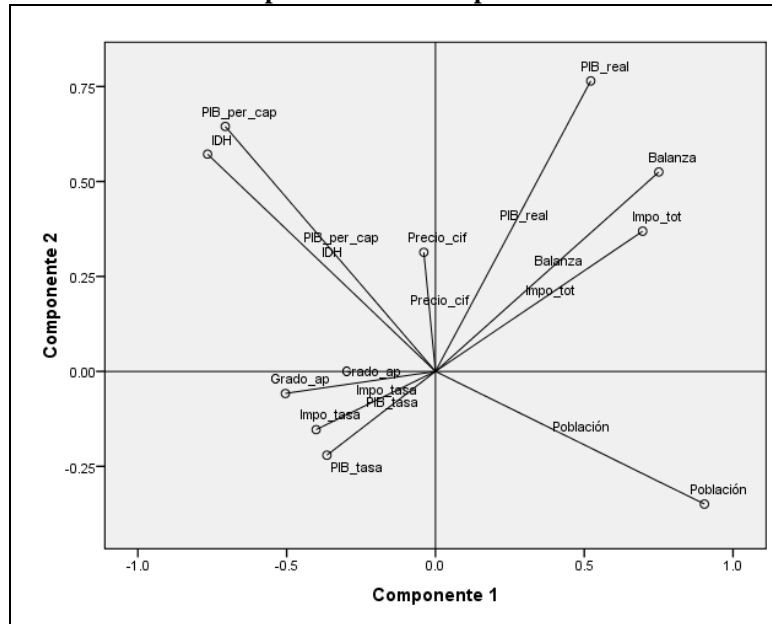
Por otro lado, se realizó el cálculo de componentes principales bajo el criterio de encontrar componentes cuyo valor del eigenvalue sea superior a 1 (Hair, J., 1999). Esto dio como resultado 4 componentes. Sin embargo para el análisis sobre la estructura del mercado de consumo asiático se considero solamente los dos primeros componentes ya que ambos explican casi el 59% de la varianza Total. (Ver Tabla No. 7).

El Gráfico No. 9 presenta el peso que tiene cada vector de cada variable analizada en la composición de los componentes¹³. Se aprecia en el componente 1 la fuerte influencia la variable población, y en menor grado las variables grado de apertura, importaciones y la Tasa de crecimiento del PIB. Por el lado del componente 2, las variables con mayor influencia son IDH, PIB y Precio CIF.

Como se aprecia el componente uno abarca una caracterización que varía en función de tamaño del mercado de consumo de cada país, es decir a lo largo de este eje se determinará el tamaño de consumo de banano por cada país. Por otro lado, el componente dos, analiza las características que tiene cada país en función de su desarrollo económico medido por el IDH y el PIB.

¹³ “Un vector largo y muy próximo al eje horizontal, indica que esa variable pesa mucho en el componente horizontal. Así mismo, con la dirección indica en qué sentido la variable crece o decrece. Los vectores de escasa magnitud indican en que esa variable no afecta a los componentes graficados, y un vector que cruce en diagonal significa que la influencia tiene aspectos ambiguos no explicados por estos componentes.” (Calderón, M., 2003)

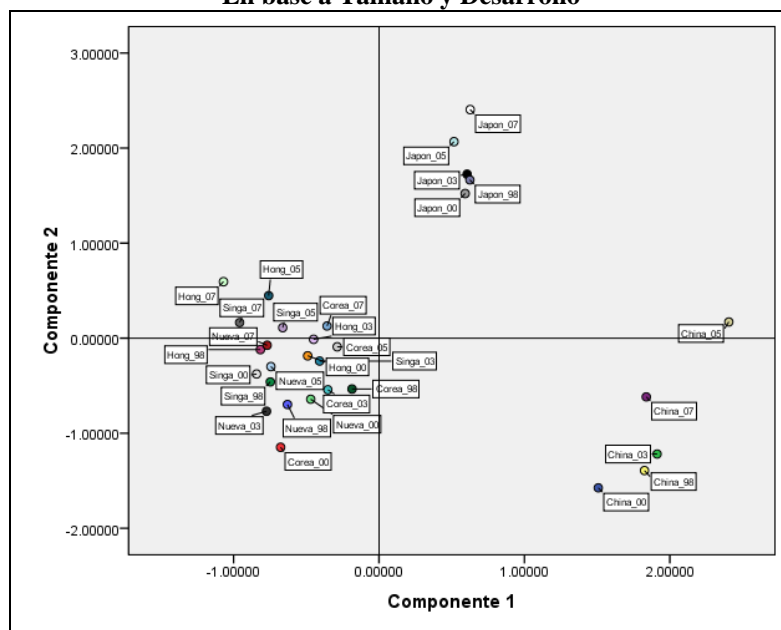
Gráfico No. 9
Análisis Vectorial por Variable
Componente 1 vs. Componente 2



Fuente: SPSS en base a estadísticas de la FAO/TradeMap (2008)

El Gráfico No. 10 muestra que en Japón el nivel de ingreso de sus habitantes es alto y que la preferencia por el consumo de banano también es alta. No así es el caso de China, donde el nivel de ingreso de sus habitantes es mucho menor al de Japón, sin embargo este mercado no está plenamente satisfecho ya que se recurre a importar la fruta de otros proveedores, esto debido al gran tamaño de la población que tiene este país. En lo que respecta a los demás países, se tiene características muy homogéneas, ya que presentan estructuras económicas muy similares, y su capacidad de consumo es mucho menor a la de Japón y China. (Ver Tabla No. 9).

Gráfico No. 10
Localización de Países Consumidores
En base a Tamaño y Desarrollo



Fuente: SPSS en base a estadísticas de la FAO/TradeMap (2008)

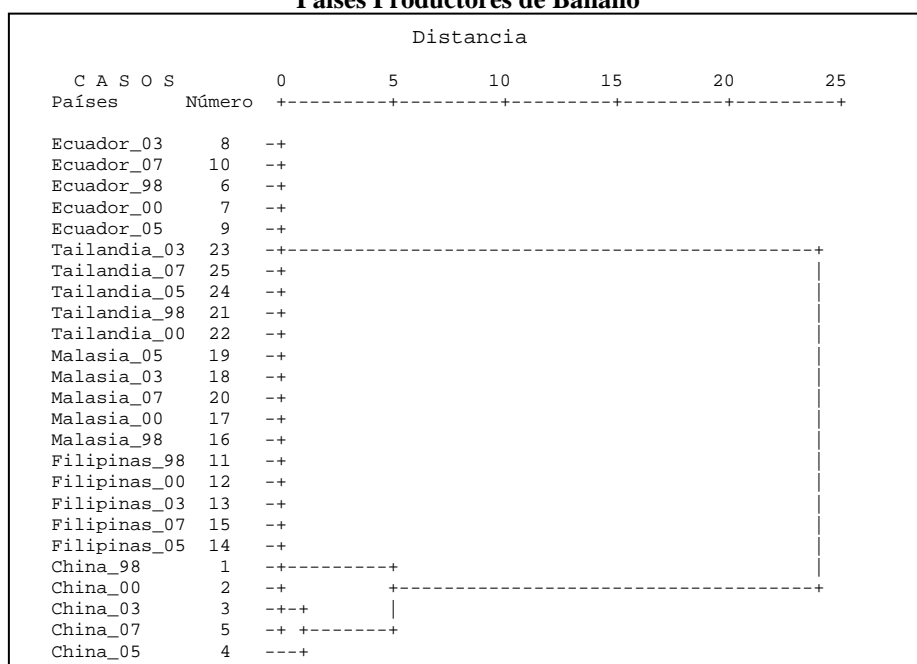
Países Productores

Para conocer la estructura económica de los principales países productores de banano en la ZAP, se consideró a los países con mayor nivel de exportaciones de banano. Los países analizados son: Ecuador, Filipinas, Tailandia, Malasia y China (Ver Tabla No. 6). De la misma manera se consideró un grupo de indicadores que permitan describir las características que tiene la industria bananera en cada país analizado. Estos indicadores son: El nivel de Ingreso medido por el PIB, PIB per cápita, Tasa de Crecimiento del PIB, Índice e Desarrollo Humano, Grado de Apertura Económica, Balanza Comercial, Nivel de Exportaciones, y el Precio FOB de las exportaciones y la tasa de crecimiento de las exportaciones de banano realizadas por cada país.

En primera instancia se realizó un análisis clúster para los países productores, utilizando como método de clasificación los algoritmos jerárquicos acumulativo, como medida de distancia la euclidiana al cuadrado y como método de enlace el de vecino más lejano.

El Gráfico No. 11 presenta una aglomeración de países como China, Malasia, Filipinas y Tailandia, donde la estructura de sus economías es muy similar debido a la situación geográfica y a su entorno cultural. Estas características dan cierta ventaja a estos países al momento de comercializar con los demás países de Asia Pacífico. Por otro lado, Ecuador presenta características distintas a la de los países mencionados, por lo que, a pesar de ser el primer exportador de Banano en el mundo, tiene ciertas desventajas al momento de comercializar la fruta en el mercado asiático, esto debido a la posición geográfica que hace que sus costos de transportación sean mayor frente a los de sus principales competidores asiáticos en este mercado. Además, la barrera cultural también crea una desventaja sobre las exportaciones ecuatorianas hacia estos mercados.

Gráfico No. 11
Dendograma
Países Productores de Banano

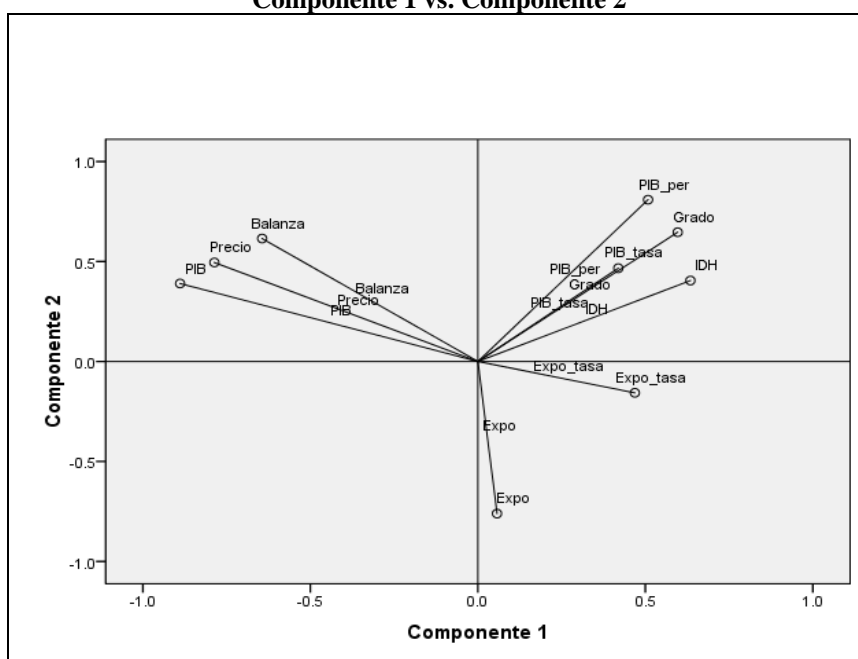


Fuente: SPSS en base a estadísticas de la FAO/TradeMap (2008)

Para reafirmar los resultados obtenidos anteriormente se realiza un análisis de componentes principales. Mediante el criterio de eigenvalue mayor a 1 se obtiene 3 componentes (Ver Tabla No. 8). Para el análisis se utilizan solamente los 2 primeros componentes, puesto que estos explican casi el 68% de la varianza total.

El Gráfico No. 12 presenta los vectores que determinan el peso que tiene cada variable sobre los distintos componentes. Para el componente 1 las variables de mayor peso son el PIB y el IDH. Para el componente 2 la variable de mayor influencia es las exportaciones totales. Se puede mencionar que, por el eje del componente 1, se analiza el tamaño de la economía de cada país productor, mientras que por el eje del componente 2 se analiza el sesgo comercial, medido por la capacidad en las exportaciones que tiene cada país analizado¹⁴.

Gráfico No. 12
Análisis Vectorial por Variable
Componente 1 vs. Componente 2

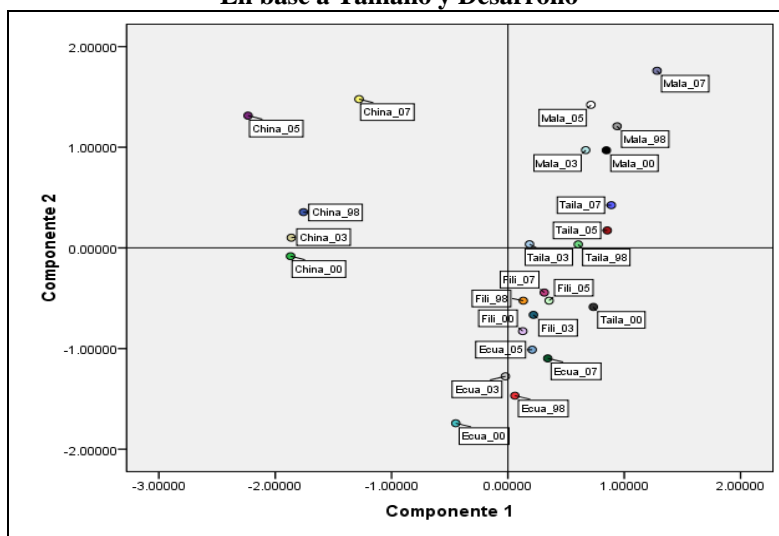


Fuente: SPSS en base a estadísticas de la FAO/TradeMap (2008)

El Gráfico No. 13 muestra la composición de estructural de los países productores de banano. Ecuador presenta un bajo nivel de exportaciones hacia el mercado asiático y un bajo nivel de desarrollo en su economía. Filipinas y Tailandia presentan niveles aceptables en las exportaciones hacia la zona Asia Pacifico sin embargo posee estructuras económicas con bajo nivel de desarrollo. China en los últimos años ha mejorado su nivel de desarrollo económico así como su capacidad exportadora. Malasia también presenta en los últimos años una evolución en sus exportaciones y en su desarrollo económico en la zona (Ver Tabla No. 10).

¹⁴ En esta sección se tomo en consideración la metodología propuesta por Calderón, M., (2003)

Gráfico No. 13
Localización de Países Productores
En base a Tamaño y Desarrollo



Fuente: SPSS en base a estadísticas de la FAO/TradeMap (2008)

IV. Conclusiones

El mercado del Banano tiene una estructura heterogénea entre producción y comercialización, los principales países productores no son en su mayoría los principales países exportadores. Este es el caso de los países que conforma la región Asia Pacífico, en donde países como India y China son principales productores pero no los principales exportadores, una razón es el gran tamaño de la población con la que cuentan estos países que hace que la producción se agote con la demanda interna de la fruta .

Entre los países de Asia Pacífico existen desigualdades pronunciadas en sus economías, presentando bloques con economías desarrolladas, semi desarrolladas y otras con subdesarrollo. Esto muestra la peculiar estructura del mercado de consumo en esos mercados en donde los países con mayor desarrollo tecnológico y menos desarrollo agrícola son los que tienen mayor capacidad de importar banano, tal es el caso de Japón, Corea del Sur, Malasia, Nueva Zelanda. Por otro lado, Filipinas, Ecuador, Tailandia, y Vietnam tienen estructuras muy similares al ser países netamente agrícolas y con un menor desarrollo tecnológico en comparación con los demás países.

En niveles de competitividad la importancia de las exportaciones ecuatorianas a nivel mundial prevalece sobre el resto de competidores asiáticos. Sin embargo, dentro del mercado asiático, la participación ecuatoriana es superada por las exportaciones de banano proveniente de Filipinas especialmente, y en menor escala con las de China, Malasia y Tailandia. Esto se debe a la ventaja que tienen estos países al situarse geográficamente cerca de los grandes y potenciales mercados de consumo como son Japón, Corea del Sur, Nueva Zelanda y Singapur.

En fin, es necesario que se planteen estrategias para el banano ecuatoriano que permitan el ingreso a mercados con alto nivel de consumo como China, Corea del Sur, Malasia, Taiwán, y Hong Kong, para los cuales si bien su principal proveedor es Filipinas, Ecuador podría competir en cuestión de calidad. De la misma manera, romper las barreras culturales entre estos países también permitirá que exista un mayor acercamiento con posibles compradores en estos países.

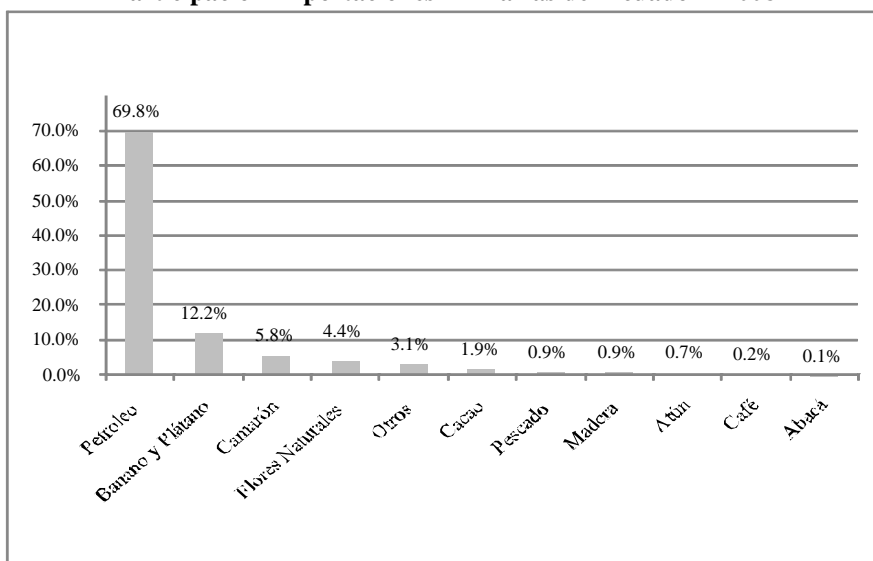
V. Bibliografía

- BCE, “**Página web de Estadísticas de Comercio Exterior**”, http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/ComercioExterior.jsp, 2008.
- Baquero, M., “*El Banano en Ecuador*”, Apunte de Economía No. 42, BCE, 2004.
- Calderón, M., “*Análisis Multivariado Aplicado al Mercado Mundial de Vinos*”, AEEP, 2003.
- Carballas, D., “*Análisis Sectorial y del Comercio Exterior en el Este Asiático, 1998-2000*”, AEEADE, Universidad de Compostela, 2003.
- Hair, J., “*Multivariate Analysis*”, Prentice Hall, 1999.
- Pérez, C., “*Técnicas de Análisis Multivariante de Datos Aplicaciones con SPSS*”, Prentice Hall, 2004
- Recalde, M., “*La Carne Vacuna: Competitividad en Argentina y Canadá*”, Instituto de Economía, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Córdoba, 2003
- Rosero, J., “*Un Análisis sobre la Competitividad del Banano Ecuatoriano*”, Apunte de Economía No. 17, Banco Central del Ecuador, 2001.

VI. Anexos

a. Gráficos

Gráfico No. 14
Participación Exportaciones Primarias del Ecuador - 2008



Fuente: Banco Central del Ecuador

b. Tablas

Tabla No. 6
Rankings Exportadores e Importadores de Banano
Mercado Asia Pacífico

Importadores	%	Exportadores	%
Japón	54.44%	Ecuador	68.93%
China	18.61%	Filipinas	28.92%
Corea del Sur	17.29%	China	0.70%
Nueva Zelanda	4.86%	Malasia	0.35%
Singapur	2.08%	Tailandia	0.29%
Hong Kong	1.61%	Taiwán	0.25%
Malasia	0.69%	Hong Kong	0.19%
Tailandia	0.39%	India	0.17%
Australia	0.03%	Vietnam	0.14%
Macao	0.01%	Indonesia	0.03%
Indonesia	0.00%	Corea del Sur	0.01%
Taiwán	0.00%	Japón	0.01%
Filipinas	0.00%	Singapur	0.00%
India	0.00%	Australia	0.00%
Vietnam	0.00%	Nueva Zelanda	0.00%
Ecuador	0.00%	Macao	0.00%

Fuente: FAO/TradeMap

Tabla No. 7
Análisis de Varianza Total
Países Consumidores

Compo nente	Inicial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Varianza	Acumulada %	Total	% of Varianza	Acumulada %
1	3.773	37.726	37.726	3.773	37.726	37.726
2	2.035	20.355	58.080	2.035	20.355	58.080
3	1.767	17.674	75.754	1.767	17.674	75.754
4	1.177	11.774	87.529	1.177	11.774	87.529
5	.572	5.721	93.250			
6	.364	3.639	96.889			
7	.157	1.569	98.458			
8	.102	1.023	99.481			
9	.035	.351	99.832			
10	.017	.168	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Fuente: FAO/TradeMap

Tabla No. 8
Análisis de Varianza Total
Países Productores

Compo nente	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Varianza	Acumulada %	Total	% of Varianza	Acumulada %
1	3.239	35.988	35.988	3.239	35.988	35.988
2	2.833	31.474	67.462	2.833	31.474	67.462
3	1.075	11.949	79.411	1.075	11.949	79.411
4	.774	8.602	88.014			
5	.493	5.476	93.489			
6	.326	3.625	97.115			
7	.166	1.850	98.964			
8	.052	.572	99.537			
9	.042	.463	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Fuente: FAO/TradeMap

Tabla No. 9
Criterios de Evaluación
Países Consumidores

Componente 2	CUADRO IV Países de poco tamaño, bajo desarrollo, bajo mercado de banano y medio consumo per cápita de banano HONG KONG SINGAPUR COREA DEL SUR	CUADRO I Países de poco tamaño, alto desarrollo, medio mercado de banano y alto consumo per cápita de banano JAPON
	CUADRO III Países de gran tamaño, bajo desarrollo, medio mercado de banano y bajo consumo per cápita de banano NUEVA ZELANDA	CUADRO II Países de gran tamaño, alto desarrollo, gran mercado de banano y medio consumo per cápita de banano CHINA

Componente 1
Fuente: Calderón, M., (2003)
Elaboración: El Autor

Tabla No. 10
Criterios de Evaluación
Países Productores

Componente 2	CUADRO IV Países con mayor sesgo de exportación, bajas exportaciones de banano. Economías grandes de alto desarrollo CHINA	CUADRO I Países con mayor sesgo de exportación, exportaciones de banano ambiguo. Economías grandes de alto desarrollo MALASIA
	CUADRO III Países con menor sesgo de exportación, exportaciones de banano ambiguo. Economías pequeñas de bajo desarrollo	CUADRO II Países con menor sesgo de exportación, altas exportaciones de banano. Economías pequeñas de bajo desarrollo TAILANDIA FILIPINAS ECUADOR

Componente 1
Fuente: Calderón, M., (2003)
Elaboración: El Autor